

Концептуальні підходи дослідження механізмів, чинників деструктивного впливу соціальних мереж на емоційну сферу особистості

Макаренко Н. М.

Анотація. Узагальнено чинники впливу соціальних мереж на емоційну сферу особистості: розвиток інформаційно-комунікаційних технологій; низький рівень критичного мислення; активне використання маніпулятивних технологій (засоби НЛП, зараження, переконання, самопросування); неконтрольоване перебування в соціальних мережах, підсилене подовженим дистанційним навчанням. Подано перелік факторів, які мають деструктивний вплив: фабрикація, перекручування фактів, брехня, фейки, клікбейти, маніпулятивна семантика та риторика, сенсаційність подій. Представлено результати опитування щодо емоційного спрямування користувачів соціальними мережами, мети перебування, контенту матеріалів соціальних мереж.

Ключові слова: чинники впливу, маніпуляція, емоційна спрямованість, інформаційно-комунікаційні технології, соціальні мережі.

Постановка проблеми

Дослідження впливу соціальних мереж на особистість, її когнітивну, емоційну, поведінкову сфери наразі є досить актуальним, про що свідчить значна кількість наукових публікацій на означену тему. Науковцями визначено підсилення такого виду впливу під час подовженого дистанційного навчання, військового стану. Саме в таких умовах практично відсутнє спілкування, немає активної взаємодії, а соціальні мережі переповнені тривожною, негативною інформацією. Аналіз представлених досліджень дозволяє не тільки визначити фактори та механізми впливу, а й формувати теоретичний підмурок корекційних заходів щодо протистояння деструктивному впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з теми

Публікації на сайті «Most popular global mobile messenger apps» дають таке визначення предмета нашого дослідження: «Соціальна мережа — це структура, що базується на людських зв'язках чи взаємних

інтересах. Соціальна мережа — платформа, що допомагає людям здійснювати зв'язок між собою та поєднуватися за відповідними інтересами».

Головним завданням соціальних мереж є забезпечення користувачів різноманітними засобами для взаємодії один з одним.

Дослідженням впливу соціальних мереж на особистість займалися як зарубіжні (D. Hiatt, D. Nurtdinova, N. A. Christakis, M. Кастельс, А. Гансен, Р. Чалдіні тощо), так і вітчизняні науковці (Л. Калініченко, О. Петренко, О. Неміш, В. Луцишина, Т. Фісенко, Р. Шандра, В. Шейнов тощо) [1–10]. Розвідки вчених — різнопланові. Так, фундатори досліджень психології впливу Р. Чалдіні, В. Шейнов, С. Кара-Мурза на прикладі сили телебачення окреслюють деякі аспекти його негативного впливу, які можна повністю трансформувати на вплив соціальних мереж.

На думку науковців [10], психологічні основи прихованого маніпулювання в телебаченні, соціальних мережах — експлуатація потреб людини в безпеці, успіху, красі, багатстві, позитивних емоціях. Це особливо яскраво спостерігається під час аналізу переваг, які надають користувачі соціальних мереж, обираючи матеріали (сторіз, фотогалереї успішних людей, поради щодо покращення зовнішності, життя тощо). Використання людських слабкостей, врахування особливостей психіки, застосування шаблонів, стереотипів, принад непомітно втягує людину (особливо молодого віку) у пастку соціальних мереж.

Виробники рекламної продукції, зокрема, будують свої ролики за принципом казкової розповіді, про яку писав К. Юнг: «Є Жертва з проблемою (хвороба, зовнішність, відсутність грошей, безробіття тощо) та Рятівник, який цю проблему вирішує за допомогою Панацеї». С. Кара-Мурза нагадував, що ще з 80-х років минулого століття телебачення США (як провісник соціальних мереж) стало основним джерелом новин, витіснивши зі спілкування інтерактивні діалоги про події, які відбуваються. Отримувачі повідомлень поступово перетворювалися в натовп, який пасивно споживав матеріал комунікатора-сугестора.

Американські вчені D. Nurtdinova, D. Hiatt у своїх дослідження акцентували на безпеці користування соціальними мережами, підкреслюючи їх руйнівний вплив [7; 9]. Шведський психіатр А. Гансен [1] підкреслював, що соціальні мережі сьогодні є найбільшим інфлюенсером особливо на осіб дитячого та юнацького віку.

Узагальнені дослідження сучасних українських психологів на означену тему представлено в роботі В. Луцишиної [4]. А. Коваль розглядає психологічні аспекти впливу соціальних мереж на свідомість громадян, збитки, які отримує людина, неконтрольовано залучена до соціальних мереж. Актуальна інформація щодо дії фейкових новин на людину представлена у Б. Козловського. Охопленість соціальними мережами, перевагами у їх виборі, використанні досліджували Л. Апостолова та Г. Вишинський. Віковий аспект впливу (особливо в дитячому та юнацькому віці) розкривається у статтях Б. Семчука; публікаціях Г. Бодні, О. Гудицької, Д. Смірнова; згубний вплив на фізичний розвиток доводили дослідження І. Клімовської, Л. Лещенко, О. Янковича. Позитивні та негативні аспекти впливу засобів інформаційно-комунікаційних технологій (передусім на молоде покоління) вивчав В. Степанов. Стратегії самопрезентації дорослих і підлітків у соціальних мережах, специфіку деструктивних впливів на емоційну сферу особистості узагальнювала А. Вавілова. Особливості впливу соціальних мереж на особистість у юнацькому віці, формування адикцій представлено в роботах О. Камінської, С. Акімова, С. Архіпова. У навчальних посібниках Л. Найдьонові, О. Барішполець, М. Матвійчук представлені дослідження організації медіаосвіти як основи формування медіаімунітету в соціально-педагогічній сфері, а матеріали, викладені у дослідженнях Н. Макаренко, свідчать про можливості розвитку критичного мислення як основного механізму протистояння впливу [5].

У розвідці В. Луцишиної також представлено основні чинники та механізми впливу соціальних мереж на особистість у юнацькому віці [4].

Перша група чинників — стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, до засобів яких відносяться соціальні мережі та пригальмований процес адаптації сучасної молоді до таких змін (нездатність використовувати всі можливості соціальних мереж із користю, недостатність знань, умінь і навичок ефективного перебування в мережах тощо).

Друга група чинників — це відсутність критичного мислення в сучасній молоді, заміна його на кліпове, зокрема, під впливом соціальних мереж.

Третя група чинників — значна кількість неперевіреного, неякісного, сумнівного матеріалу в соціальних мережах (зокрема, новин, каналів, сайтів), не пов'язаного між собою, створених за певним алгоритмом, який спотворює сприймання інформації, а це, зі свого боку, змінює емоційний фон людини.

Четверта група чинників — існування маніпулятивних технік впливу на особистість — активного користувача соціальними мережами в будь-якому віці.

Механізми впливу соціальних мереж на особистість можна назвати такі: аргументація, самопросування, маніпуляція, наслідування, темп подачі інформації, естетична привабливість матеріалів, формування прихильності, агресивність [4].

У дослідженні В. Москаленко, І. Кононова (цит. за [10]) надано опис механізмів, технологій впливу на всю структуру особистості — користувача соціальних мереж: створення фейкових сайтів, експлуатація певних тем, відкриття каналів для об'єднання однодумців, поширення інформації, координації зусиль. Тобто концептуальних розвідок впливу різноманітних чинників на особистість достатньо для розробки ефективних програм протистояння деструктивності впливів.

Викладення основного матеріалу дослідження

Нами було проведено емпіричне дослідження щодо впливу соціальних мереж на емоційну сферу юнаків-студентів Криворізького державного педагогічного університету.

Для дослідження була сформована вибірка в кількості 57 студентів факультету іноземних мов (юнацького віку), серед яких була проведена бесіда й опитування. Саме ці методи дослідження дозволили визначити належність до мережевої субкультури; мету перебування в соціальних мережах; мотивацію використання соціальних мереж; зміну емоційного стану в результаті перебування в мережі; сприймання соціальних мереж як альтернативи реальному життю та спілкуванню.

Найбільш показовим є *час перебування в соціальних мережах*: у 62,7% він більше 7 годин у будь-який день (робочий, вихідний). Досліджувані постійно звертаються до гаджетів, незважаючи на місце перебування та час. Враховуючи фактор соціальної бажаності («ефект фасади») вважаємо, що ці дані занижені опитуваними.

Також була отримана інформація щодо *переваг у виборі соціальних мереж*, представлена на *рис. 1*.

Тобто найбільшу увагу молодь юнацького віку приділяє тим соціальним мережам, де переважає розважальний, яскравий, малозмістовний контент, наданий у стислому варіанті (сторіз, рілси, фото тощо). Тривожним є той факт, що дуже незначний відсоток досліджуваних (9,6%) інформував про використання сайту «Pinterest», який містить інформацію, зокрема, наукового, просвітницького характеру.

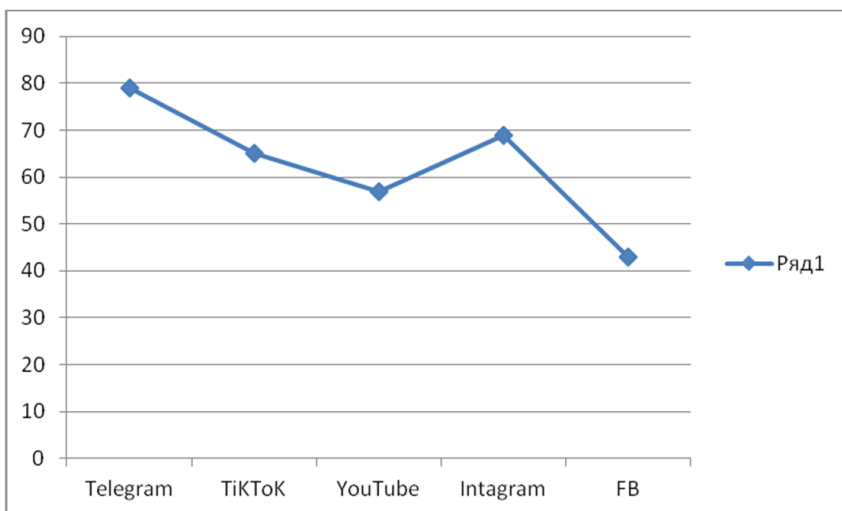


Рис. 1. Переваги у виборі соціальних мереж (n = 57)

Важливим показником було визначення мети перебування в соціальних мережах.

Найбільша кількість відповідей (31%) вказувала, що мета — проведення часу, спроба знайти щось цікаве. До цієї групи можна віднести відповіді «бажання вбити час» (4,7%). Це, на нашу думку є свідченням можливої деструктивності впливу соціальних мереж на особистість. Людина, яка занурюється в перегляд сторінок, сайтів у соціальних мережах, не маючи конкретної мети, витрачаючи на це значний проміжок часу, як правило, не запам'ятовує переглянутий матеріал, відчуває розчарування від соціальної неувважності (відсутності «лайків») або від витраченого часу. Для 25% опитуваних соціальні мережі — зручна платформа для спілкування, що також може мати деструктивний вплив у майбутньому.

У випадку заміни віртуального спілкування на реальне, людина втрачає навички формування ефективної міжособистісної взаємодії.

Так, 9,1% досліджуваних використовує соціальні мережі для пошуку корисної, потрібної інформації.

Зважаючи на тему нашого дослідження, за допомогою опитувальника В. Додонова визначена емоційна спрямованість студентів-користувачів соціальними мережами. Переважає — комунікативна (дивись таблицю 1):

Таблиця 1. Емоційна спрямованість користувачів соціальними мережами

Емоційна спрямованість	Сутність перебування в соціальних мережах	К-сть (%)
Комунікативна, альтруїстична	Потреба спілкування, пошуку друзів, однодумців, підписників, прагнення допомоги іншим через надання порад, співчуття. Альтруїстичні емоції також проявлялися в ототожненні себе в уяві з тим чи тим позитивним персонажем, який з'являється в соціальних мережах.	64,1
Романтична	Потреба ознайомитися з чимось надзвичайним, незвичайним, таємничим, прагнення до таємничого. Очікування дій загадкового фактора, події, яка надасть вирішального впливу на долю.	27,2
Глорична	Потреба в самоствердженні, у славі, особливо, коли користувач є предметом загальної уваги та захоплення, вибір інформації щодо перемог та успіхів інших.	31,1
Гностична, практична	Досягнення «когнітивної гармонії», пошуку в новому, невідомому звичного, зрозумілого. Потреба вирішення, аналізу проблемних ситуацій. Переживання, викликані діяльністю, зміною її під час роботи, її успішністю або неуспішністю, труднощами її здійснення та завершення.	25,2
Пугнічна	Потреба в подоланні небезпеки, на основі якої пізніше виникає інтерес до боротьби, захоплення іграми, квестами, акціями, які пропонує соціальна мережа.	15,8
Гедоністична	Задоволення потреби в тілесному та душевному комфорті в результаті знайомства з історіями й ілюстраціями життя успішних людей.	25,4
Естетична	Прагнення знайомитися з творами мистецтва, якісною відео та кінопродукцією.	9,1

У результаті опитування було визначено такі порушення емоційної сфери студентів — користувачів соціальними мережами:

- *почуття дискомфорту*. Воно фіксується в тих, хто перебуває в соціальних мережах неконтрольований час (безкінечне «блукання» мережами, часта перевірка надходження повідомлень), без чітко визначеної мети (пошук можливої потрібної інформації);
- підвищення *агресивності*. Воно формується у випадку зловживання переглядом сцен насильства, катастроф, аварій. Хоча деякі учасники виказували думку, що перегляд таких сцен робить їх більш пильними, обережними, спокійними (ефект катарсису);
- поява *тривожності, депресивності, розладів сну*. Такий пришвидшений деструктивний вплив пов'язували з довгим періодом карантинних обмежень і військовими погрозами. Розлад сну фіксувався у випадках, коли вночі постійно перевірялася наявність нових повідомлень;
- *стійке погане самопочуття* у випадку, якщо забував (губив, втрачав через крадіжку) мобільний телефон чи був відсутній стільниковий зв'язок;
- *гіперемоційність*, яка проявлялася в надзвичайно сильній реакції на певні події, використанні обсценної (грубої, лайливої) лексики в коментарях, нездатності корегувати свій стан;
- *зниження емпатійного реагування* на переживання оточуючих людей, потреба в першу чергу фіксувати (постити, репостити) на мобільний критичну ситуацію, аварію, пригнічений стан іншої людини, а не виказувати співчуття та підтримку;
- *перевага гедоністичної* емоційної спрямованості під час перебування в соціальних мережах, коли шукаєш матеріали не розвивального, самоудосконалюючого характеру, а таких, які задовольняють потреби у красі, безпеці, здоров'ї, комфорті, затишку, збагаченні;
- *почуття самотності*, особливо, коли немає реакції на розміщені матеріали на сторінках соцмереж, виключення з кола друзів.

Нами було сформульовано припущення щодо взаємозв'язку між часом перебування в соціальних мережах та емоційним станом. Досліджуваним було запропоновано провести самоспостереження за своїм емоційним самопочуттям, активністю, настроєм, їх змінами в результаті неконтрольованого перебування в соціальних мережах.

Результати перевірено за результатами кореляційного аналізу (Пірсона). Виявлено: наявними є значущі кореляції між показником часу та:

- негативним настроєм ($r = 0,615$, при $p < 0,05$);
- низькою активністю ($r = 0,518$, при $p < 0,05$);

Такі результати дали можливість припустити наявність низького рівня супротиву негативному впливу соціальних мереж. Також визначені значущі кореляції між показниками часу та позитивним самопочуттям ($r = 0,532$, за $p < 0,001$).

Це можна пояснити тим, що тривале перебування в соціальних мережах приносить ситуативну радість, а звідси — і позитивне самопочуття, але тривале їх користування знижує активність і погіршує настрій.

Безпосередній алгоритм існування соціальних мереж спрямований на максимальне привертання уваги споживачів, збільшення проведеного там часу. В основі такого алгоритму:

- наповнення контенту (картинка, відео тощо), яскравість, оформлення, незвичність;
- розмір контенту (тривалість відео, довжина тексту), що формується з урахуванням особливостей сприймання людини;
- наявність посилань на інші ресурси, що активізує користувача, примушує його «стрибати» різними сайтами;
- створення ілюзії зворотного зв'язку за допомогою відкритих коментарів, динаміка реакцій на пости;
- структура реакцій: прості «лайки» чи складні коментарі, репости.

Тобто вся специфіка соціальних мереж спрямована на максимальне залучення в їх сферу користувачів, на яких постійно відбувається прихований маніпулятивний вплив.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Концептуальні підходи дослідження механізмів, чинників деструктивного впливу соціальних мереж на емоційну сферу особистості дають нам можливість визначити, що ця галузь дослідження — переважно теоретичного спрямування. Тривале дистанційне навчання, неможливість активної безпосередньої взаємодії, зменшення навчальних годин на вивчення психології не дають можливості проводити системну роз'яснювальну, інтерактивну, корекційну роботу щодо підвищення рівня опору деструктивному

впливові соціальних мереж на емоційну сферу. Але в подальших дослідженнях плануємо актуалізувати знання учасників щодо особливостей розвитку емоційної сфери в юнацькому віці, знайомити студентів з основними загрозами деструктивного впливу соціальних мереж, розвивати критичне мислення для ефективного сприймання матеріалів із соціальних мереж, сприяти розвитку основних компетенцій досліджуваних: самомотивації, самовдосконалення, асертивності, ефективних методів роботи з інтернет-матеріалами, ефективної міжособистісної взаємодії (як альтернативи перебування в соціальних мережах), основ тайм-менеджменту.

Список використаної літератури

1. Гансен Андерс. Інстамозок. Київ : Наш Формат, 2020. 200 с.
2. Калініченко Л. Л. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в умовах інформаційної глобалізації. *Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. Проблеми економіки транспорту*. 2011. Вип. 2. С. 56–60.
3. Кастельс М. Галактика Інтернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева; под ред. В. Харитоновна. Екатеринбург : УФактория, 2004. 328 с.
4. Луцишина В. В. Деструктивний вплив соціальних мереж на емоційну сферу особистості. Освітньо-кваліфікаційна робота. Київ, 2022. 143 с.
5. Макаренко Н. М. Курс «Медіапсихологія» як засіб розвитку критичного мислення. *Філософія освітнього простору вищої школи: психологічний та психолінгвістичний дискурс* : колективна монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2022. С. 184–219.
6. Немеш О. М. Соціальні мережі як провідний вид віртуального спілкування: проблематизація феномену. *Fundamental and applied reseaches in practice of leading scientific schools*. Publishing office : Accent Graphics Communications. Hamilton, ON, 2014. Issue 5. С. 248–264.
7. Nurtidinova D. Security In Mobile Messaging. *Information Technology: bachelor's thesis*, 2016. Vol. 6. 51 p.

8. Петренко О. С. Вплив Інтернету на повсякденне життя українців. *Вісник Луганського національного університету імені Т.Шевченка*. Старобільськ, 2015. № 5 (294). С. 142–153.
9. Hiatt D., Choi Y. B. Role of Security in Social Networking. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, 2016. Vol. 7 (2). P. 12–15.
10. Чалдіні Роберт. Психологія впливу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 412 с.

References

1. Hansen, Anders. (2020). *Instamozok [Instabrain]*. Kyiv : Nash Format, 2020. 200 s. [in Ukrainian]
2. Kalinichenko, L. L. (2011). Rozvytok informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii v umovakh informatsiinoi hlobalizatsii [Development of information and communication technologies in the conditions of information globalization]. *Zbirnyk naukovykh prats Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu imeni akademika V. Lazariana. Problemy ekonomiky transportu*, 2, 56–60. [in Ukrainian]
3. Kastels, M. (2004). Halaktyka Ynternet: Razmyshleniya ob Internete, byznese y obshchestve [Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society] / per. s anhl. A. Matveeva; pod red. V. Kharytonova. Ekaterynburh : UFaktoyiya. 328 s. [in Russian]
4. Lushchyshyna, V. V. (2022). Destruktyvnyi vplyv sotsialnykh merezh na emotsiinu sferu osobystosti [The destructive influence of social networks on the emotional sphere of the individual]. *Osvitno-kvalifikatsiina robota*. Kyiv. 143 s. [in Ukrainian]
5. Makarenko, N. M. (2022). Kurs “Mediapsykholohiia” yak zasib rozvytku krytychnoho myslennia [The course “Media psychology” as a means of developing critical thinking]. *Filosofia osvithnoho prostoru vyshchoi shkoly: psykhologichnyi ta psykholinhvistychnyi dyskurs* : kolektyvna monohrafiia. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury. S. 184–219. [in Ukrainian]
6. Nemes, O. M. (2014). Cotsialni merezhi yak providnyi vyd virtualnoho spilkuвання: problematyzatsiia fenomenu [Social networks as a leading form of virtual communication: problematization of the phenomenon].

- Fundamental and applied reseaches in practice of leading scientific schools.* Publishing office : Accent Graphics Communications. Hamilton, ON. 5, 248–264. [in Ukrainian]
7. Nurdinova, D. (2016). Security In Mobile Messaging. *Information Technology: bachelor's thesis.* Vol. 6. 51 p.
 8. Petrenko, O.S. (2015). Vplyv Internetu na povsiakdenne zhyttia ukraintsiv [The influence of the Internet on the everyday life of Ukrainians]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni T. Shevchenka.* Starobilsk, 5 (294), 142–153. [in Ukrainian]
 9. Hiatt, D. (2016). Role of Security in Social Networking. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA),* Vol. 7 (2). P. 12–15.
 10. Chaldini, Robert. (2017). Psykholohiia vplyvu [The psychology of influence]. Kharkiv : Klub simeinoho dozvillia. 412 s. [in Ukrainian]

N. M. Makarenko

Conceptual approaches to the study of mechanisms and factors the destructive influence of social networks on the emotional sphere of the personality

Abstract. Factors of influence of social networks on the emotional sphere of the personality are summarized: development of information and communication technologies; low level of critical thinking; active use of manipulatives technologies (NLP tools, infection, persuasion, self-promotion); uncontrolled presence in social networks, enhanced by extended distance learning. A list of factors that increase the destructive influence is given: fabrication, distortion of facts, lies, fakes, clickbait, manipulative semantics and rhetoric; sensationalism of events. The results of a survey on the emotional direction of users by social networks are presented, the purpose of the stay, the content of the materials that are used.

Key words: influencing factors, manipulation, emotional orientation, information and communication technologies, social networks.

Макаренко Наталія Миколаївна,

кандидат психологічних наук, доцент

доцент кафедри загальної та вікової психології

Криворізький державний педагогічний університет

Кривий Ріг, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3481-1277>

nmakarenko6337@gmail.com