

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Інститут управління, психології та безпеки

Кафедра теоретичної психології

**ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ
ПРОЯВУ ФАБІНГУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ**

кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти

освітнього ступеня «бакалавр»

Назара КОТА

4 курсу денної форми навчання

спеціальність 053 «Психологія»

ОПП «Психологія»

Науковий керівник

кандидат психологічних наук, доцент

Ольга УГРИН

Рецензент

кандидат психологічних наук

Олександра КУЗЬО

Кваліфікаційна робота допущена до захисту

«05» травня 2022 р., протокол № 10

завідувач кафедри теоретичної психології

доктор психологічних наук, професор

_____ **Зоряна КОВАЛЬЧУК**

Львів

2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ФАБІНГ: ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ	6
1.1. Діджиталізація як передумова фабінгу: наслідки для людини і соціуму.....	6
1.2. Соціально-психологічні симптоми фабінгу	15
1.3. Рекомендації щодо шляхів подолання фабінгу.....	23
РОЗДІЛ ІІ. ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОЯВІВ ФАБІНГУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ	310
2.1. Організаційно-методичні засади вивчення проявів фабінг у сучасної молоді.....	30
2.2. Аналіз отриманих результатів дослідження	35
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Фабінг як інтернет-адикція має полісемантичне навантаження і міждисциплінарний характер. Це явище можна розглядати як побічний ефект надмірного ступеня віртуалізації сучасної людини, однак дослідники по-різному підходять до цього. Якщо насамперед працівники ІТ-сфери зайняті розробкою нових додатків чи соціальних мереж, то в свою чергу психологи разом з соціологами виявляють неабияке занепокоєння, аналізуючи та прогностуючи, до чого можуть вони призвести їх впровадження у повсякденне життя. Зрештою, науковці дедалі частіше визнають відчуження суспільства від реального життя і входження у мережеву реальність, у якій людина не стверджує себе, а заперечує, не розвиває вільно свою фізичну й духовну енергію, а виснажує їх, вдаючись до розваг, які відводять її від реальності.

На наш погляд, сучасна людина повинна вміти раціонально поєднувати віртуальний світ та фізичний, доповнюючи один одного, а не замінюючи реальність на оцифровану вигадку. Що стосується фабінгу, то варто говорити ще й про зниження рівня комунікативності користувачів із цією інтернет-адикцією, про псування стосунків із оточуючими та багато іншого.

Актуальність теми полягає в тому, що сьогодні великого поширення розповсюдження у суспільства набув феномен інтернет-залежностей, який сформувався як відповідь на тенденції розвитку сучасного світу, входження людини у кібер-простір, що зумовлює варіативність уявлень людини щодо себе самої і її місця у сім'ї, соціуму загалом, що ускладнює соціокультурну адаптацію і може призвести до низки відхилень. Фабінг належить до відносно молодого різновиду інтернет-адикції, адже сам термін був впроваджений тільки у 2012 році. На сьогодні в Україні проблеми фабінгу серед молоді аудиторії вивчені вкрай побіжно, що зумовлює потребу в апробації та наданні психологічних рекомендацій у розв'язанні фабінг-залежності.

Як негативне явище сучасності фабінг в Україні досліджений доволі стисло. Варто згадати про низку наукових статей наукової співробітниці

Інститут психології (м. Київ) О. Гурової, яка вивчала психологічні причини та наслідки фобінгу [5], особливості психолого-педагогічної профілактики фобінгу засобами медіаосвіти [3] тощо. У сучасних ЗМІ [13; 19; 27] також налічується низка статей про фобінг та масштаби його поширення, що загалом свідчить про актуалізацію вказаної проблеми серед українського населення.

Метою нашої дипломної роботи є психологічний аналіз прояву фобінгу сучасної молоді. Досягнення поставленої мети зумовило виконання більш конкретних завдань:

- вивчити теоретичні підходи зарубіжних і вітчизняних психологів до поняття «фобінг» та передумов його формування;
- охарактеризувати соціально-психологічні симптоми фобінгу;
- провести емпіричне вивчення проявів фобінгу сучасної молоді;
- узагальнити результати, отримані у ході емпіричного дослідження;
- подати рекомендації щодо шляхів подолання фобінгу

Об'єкт дослідження – фобінг як негативне соціально-психологічне явище сучасності;

Предмет – психологічний аналіз прояву фобінгу сучасної української молоді.

Гіпотеза дослідження: 1) У наш час фобінг-адикція посідає відчутне місце серед загальної кількості кібер-залежностей української молоді;

2) Існує тісний взаємозв'язок між фобінгом та психічних здоров'ям людини в цілому.

Теоретико-методологічною основою дослідження виступили розроблена О. Гуровою концепція про психологічні причини та наслідки фобінгу, теоретичні положення про проблему кібер- та зокрема фобінг-адикції К. Янг, Е. Карадаг тощо.

Теоретичне значення дослідження полягає у 1) розширенні та поглибленні уявлення про психологічні причини та наслідки фобінгу молодого покоління 2) дослідженні взаємозв'язку між фобінгом та психічних здоров'ям людини.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані : 1) науковцями для аналізу фабінгу молоді; 2) психологами-практиками для діагностування фабінгу, профілактики та коригування фабінг-адикцій у школярів, студентів тощо.

У ході дослідження були використані наступні **методи та методики**: метод теоретичного аналізу літератури з теми дослідження; метод діагностичного експерименту; метод кількісно-якісної обробки одержаних даних; методики «Тест Інтернет-залежності» К. Янг, «Опитувальник фабінгу...» Е. Карадаг (адаптація О. Гурової) та «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф (адаптація Т. Д. Шевеленкової, П. П. Фесенко).

Структура роботи. Робота складається з вступу, 2 розділів, висновків; списку використаної літератури із 34 позицій, Загальний обсяг роботи 61 сторінка, основний текст викладено на 51 сторінці.

РОЗДІЛ І. ФАБІНГ: ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

1.1. Діджиталізація як передумова фабінгу: наслідки суспільства

У сучасному світі важливе місце займає розвиток інноваційних технологій, за якими стежить майже кожна людина, в які інвестори вкладають великі суми коштів. Однак проникнення інформаційних технологій у всі сфери життя українців негативно позначається на їхньому психологічному здоров'ї – виникають залежність, апатія до світу оф-лайн, фабінг тощо. Аби уникнути розширення цієї тенденції, глобальне середовище варто розцінювати як доповнення до традиційного способу життя людини, а не як його замітник, паралельний світ.

Узагальнимо підходи дослідників до поняття «фабінг». Молодший науковий співробітник Інституту психології імені (м. Київ) О. Гурова у науковій статті «Психологічна профілактика кіберзалежності в учнівської молоді» подає визначення вказаному поняттю, наголошуючи, що це один із проявів кіберзалежності, який «складається з двох англійських слів: phone і snubbing, що переводиться як «телефон» та «зневага». Тобто фабінг – це активне нав'язливе використання телефону під час спілкування, патологічна залежність від гаджетів» [3, с. 39].

Для порівняння, кандидат психологічних наук Ю. Асєєва фабінг називає відносно новим видом кібер-адикції і визначає його як «шкідливу звичку часто відволікатися на мобільний телефон під час бесіди з ким-небудь» [1, с. 32]. Варто уточнити, що під терміном кібер-адикція науковиця пропонує розуміти вид нехімічної залежності, який виражається в психічному розладі спричиненому нав'язливим бажанням постійно перебувати у віртуальній реальності. Крім фабінгу, до таких кібер-адикцій належать також web-серфінг, віртуальні знайомства, пристрасть до азартних онлайн-ігор, гаджетадикції, аудіо/відео адикція, селфізм тощо.

У статті Л. Шатирко та О. Гурової «Психологічна профілактика фабінгу як одного з проявів кіберзалежності в інформальному освітньому просторі» подано доволі просте визначення фабінгу – «це нав'язливе використання смартфона чи планшета, з виходом в Інтернет, під час спілкування» [26, с. 120].

Н. Сергійчук загалом подає схоже до вказаних нами визначень поняттю фабінг – це «соціальне явище, в процесі якого під час спілкування людина буде більш сконцентрована на своєму гаджеті аніж на співрозмовнику» [19].

Тобто можемо узагальнити, що дослідники загалом подібно підходять до визначення вказаного поняття. Передумовою виникнення фабінгу був активний розвиток мережі інтернет та збільшення ролі гаджетів у житті пересічного українця.

Термін для позначення цифрової трансформації суспільства та економіки має назву «діджиталізація». Іншими словами відбувається інтеграція реальних відносин у віртуальний простір з допомогою новітніх комп'ютерних технологій. Щодо визначення вказаного поняття, то скажімо, український дослідник Б. Тетратник пише: «діджиталізація – це заснований на можливостях сучасної ІТ-індустрії процес застосування суб'єктами господарювання інформаційно-комунікаційних технологій для досягнення мети господарської діяльності, спрямований на зміну існуючих господарських відносин шляхом їх діджиталізації» [22, с.183]. Однак цей процес значно ширший і стосується не тільки господарської діяльності. Тож діджитал ототожнюється зі знаннєвою, інформаційною або мережевою комунікацією.

Діджиталізація є необхідним процесом розвитку суспільства та його різних сфер. Її мета спростити та прискорити роботу з великими базами даних, забезпечити автоматизацію усіх видів діяльності (основної та допоміжної операційної, інвестиційної, фінансових), покращити рівень комунікацій з клієнтами, постачальниками та партнерами і усіма інститутами зовнішнього середовища, сформувані нові засади взаємодії між колегами, цілими підрозділами та філіями.

Як свідчить практика, великі підприємства володіють значними ресурсами щодо оцифрування даних, у їх штаті працюють спеціальні відділи, які займаються вказаними питаннями. Такі дії спрямовані на те, аби у кінцевому результаті можна було збільшити фінансовий капітал, покращити становище на ринку тощо. Зрештою, діджиталізація допомагає підприємствам підвищити вартість його товару та послуг через якісний сервіс. Тому фірми, що працюють за новітніми технологіями, можуть значно швидше зайняти потрібне місце на ринку, сформувати імідж лідера у певній сфері та покращити комунікацію із потенційними клієнтами.

Проте доволі частіше діджиталізація не просто допомагає вийти підприємству на новий рівень, а замінює працівників або й цілі відділи з допомогою новітнього обладнання та Інтернету.

У тих країнах, де наявний високий рівень розвиненості та якісна економіка, діджиталізація проникає майже у всі сфери людського життя, бізнесу та державного управління. В Україні ці процеси також наявні, адже останнім часом підприємства різної форми власності дедалі активніше освоюють віртуальний простір. Особливо така інтеграція відчутна у сферах, де наявний тісний зв'язок зі безпосереднім споживачем. Як приклад, можна навести банківську сферу, адже майже усі українці рахунки у тих чи інших банках. Серед таких підприємств можна назвати Приватбанк, Monobank, Альфа-банк ін..

Особливо активно діджиталізація паралельно із фабінгом розвивається протягом останнього десятиліття. У 2011 р. у дослідженнях французької та низки інших європейських консалтингових компаній набув поширення термін «діджитал-трансформація», що являє собою активне переведення галузей господарства у цифрову сферу. Із цього часу фахівці почали активно підраховувати, яким чином вказані процеси будуть впливати на розвиток світової економіки в цілому.

Термін фабінг впроваджений у 2012 році в Університеті Сіднея, «де рекламне агентство McCann влаштувало з'їзд літературознавців, письменників

і поетів, щоб дати назву новому явищу, коли людина під час живого спілкування постійно відволікається на смартфон» [13]. Тобто фабінг нерозривно пов'язаний із входженням інтернет-технологій у життя людини.

Аналізований нами новітній процес зробив свої корективи і у галузі праці та трудових відносин. У країнах Європи та США дедалі активніше починають використовувати віддалені форми найманої праці. А із приходом пандемії коронавірусу до віддалених форм праці дедалі активніше стали вдаватися і українські підприємці.

Отже, якщо раніше робота працівника полягала у тому, що він увесь робочий день перебував в офісі чи на іншому своєму робочому місці, то сьогодні така форма роботи в контексті діджиталізації втрачає свою актуальність. Але разом із тим, ми розуміємо, що не будь-яка сфера може працювати дистанційно. Винятком із вказаного вище правила є галузь обслуговування, то, скажімо, кухарі у наш час не можуть з допомогою віртуального світу приготувати обід або будь-яке замовлення на виніс.

Однак навіть кухарі у тій чи іншій мірі можуть використовувати мережеві сервіси, для того, аби, скажімо, замовити продукти із доставкою у потрібне місце. Українці проходять процес діджиталізації по-різному. Якщо одні заглиблюються у ці процеси, то інші тільки поверхнево знають чи користуються ними. Дедалі актуальними у наш час стають електронні книги, що поступово витісняють свої паперові аналоги. Користуються попитом і Інтернет-ЗМІ, адже для читача значно простіше зайти на сайт медіа та прочитати новини у будь-який зручний час, ніж іти в кіоск купувати газету чи журнал, особливо якщо мова йде про вечірній чи нічний час, коли останні узагалі не працюють. Дедалі більшої популярності набувають соціальні мережі, без яких більшість українців не уявляють свого повсякденного життя. Цей процес також суттєво посилила і кілька річна пандемія коронавірусу, коли українці були замкнені вдома.

Але разом із тим варто відзначити і низку недоліків діджиталізації, зокрема шкоду для очей людини під час читання з екрану гаджету, адже від

техніки зір значно швидше псується, ніж від читання паперових ЗМІ, книг тощо.

З іншого боку віртуальна реальність, до якої втікає людина у ході фабінгу, дозволяє людині певним чином проникати у свою свідомість, живучи у світі власних фантазій. Віртуальний простір дозволяє бути вільним від соціальних законів та правил, а за порушення загальноприйнятих норм у віртуальному світі, наприклад у грі, немає жодного покарання.

Можна припустити, що потреба у створенні віртуального середовища для людини була характерною із давніх часів, про що свідчить наявність міфів, казок, фантастичних легенд, де моделювалася інша, надприродна дійсність. Тобто у такий спосіб наші пращури також шукали способів відійти від канонів повсякденного людського буття.

Віртуалізація суспільства, на наш погляд, характеризується низкою процесів, розглянемо їх детальніше:

– у суспільстві змінюються цінності, зменшується різноманітність та форми культурного дозвілля. Тому можемо говорити й про те, що вказані процеси згодом негативно відзначаються на рівневі культури індивіда зокрема та цілого суспільства.

– світ довкола себе сучасна людина сприймає через те, що написано у мережі, Інтернет-ЗМІ тощо. Тобто бачимо ситуацію, коли українці про події на своїй вулиці дізнаються через інтерпретовану кимось в мережі інформацію, а не фізичним шляхом.

– зміна простору, де перебуває людина. Новий простір стає своєрідним соціотехнічним явищем, що характеризується постійними змінами, непередбачуваністю, випадковістю, нестабільністю.

– зміна типу мислення людини. З цього приводу робить слушні зауваження український учений М. Козловець [Козлов], який вважає, що покоління *homo virtualis* варто розглядати як осіб, що мало теоретично мислять, натомість багато споживають та переносять різноманітної інформації. Тож вказаний дослідник зауважує, що віртуальний світ формує

зовсім іншу людину із іншим типом мислення та специфічною формою життя: «Ця реальність формує новий тип людини, якій дуже складно переходити від рівня віртуальної реальності до рівня повсякденної реальності. Тому скоро виникне проблема вибору: у якому із світів ми залишимося?» [9, с. 182].

– трансформація соціальних інститутів, що відбувається під впливом процесів віртуалізації. Це важливі процеси, які дозволяють інститутам адаптуватися до нових реалій та викликів. О. Степанова зазначає, що процеси віртуалізації соціальних інститутів в умовах розвитку інформаційного суспільства здійснюються шляхом комп'ютеризації [18, с. 146].

– поява глобальної мережі. Глобальна мережа об'єднує соціальні інститути в єдину комунікаційну систему, а також стає важливою складовою життя кожної людини. Із часом глобальна мережа «розростається», включаючи у себе нові форми комунікації.

– збільшується кількість комунікацій у віртуальному світі, маємо на увазі ситуацію, коли користувачі пишуть повідомлення в соціальній мережі, ставлять лайки чи пишуть коментарі під постами замість того, аби поспілкуватися по телефону або узагалі в живу. Тобто загалом маємо ситуацію, коли беззаперечні переваги віртуального спілкування беруть верх над недоліками.

Звідси слідує, що із часом людина відвикає від живого спілкування як такого, а замінює його віртуальними формами комунікації, лайками та коментарями із кількох символів під постами у соціальних мережах. Новини про своє життя користувачі також активно публікують у віртуальному просторі, що робить їх доступними не тільки для друзів, а й для широкої аудиторії, зловмисників у тому числі.

Можна узагальнити, що віртуальна комунікація, таким чином, має глобальний і міжкультурний характер, а її вплив на людську свідомість неоціненний. Більше того, людина з її допомогою переосмислює своє ставлення до себе та світу, до соціальних інститутів, зокрема ЗМІ тощо. Також мережеві комунікації стирають географічні кордони. Так, можна, наприклад,

проводити віртуальні зустрічі, конференції або які-небудь спільні взаємодії незалежно від географічного розташування.

Отже, процес переходу суспільства у цифрову індустрію має свої переваги та недоліки. Щодо переваг, то, наприклад: перехід до цифрової ери, розробка та впровадження штучного інтелекту переживають зліт, що дозволить згодом зекономити низку коштів, оптимізувати процеси виробництва товарів та послуг та взаємодії із клієнтами тощо.

Негативні сторони інтеграції різних сфер життєдіяльності в Інтернет, на наш погляд, полягають у наступному:

1. Зникнення низки людських професій, адже їх із часом зможе замінити штучний інтелект;

2. Зменшення рівня ерудованості людей, адже людство буде не схильним думати, а тільки використовуватиме спеціальну техніку та додатки;

3. Зниження рівня живого спілкування між людьми, а відтак – корпоративної культури, міжособистісних взаємин тощо.

4. Розвиток кібер-злочинності та неготовність правоохоронних органів на належному рівні боротися із кібер-злочинцями, хакерами тощо;

5. Збільшення кількості залежних людей, йдеться про альтернативні від хімічної залежності різновиди, до яких належить і фабінг.

Отже, віртуальна реальність стає однією з найважливіших складових культури інформаційного суспільства. Сформована на базі комп'ютерних технологій, вона дозволяє необмежено змінювати просторово-часові характеристики людства і маніпулювати ними на основі фантазії людини.

Включеність українця в цифрову середовище проживання може мати різні форми прояву: це і робота з віртуальними об'єктами, і постійне прагнення присутності в соціальних мережах, і рекреація в формі отримання і створення онлайн-контенту, і перебування в ігровій реальності, віртуальних спільнотах та ін.

Сьогодні віртуальна реальність у всіх її проявах набуває популярності. Станом на 2021 рік Інтернетом користуються 32 млн українців, а це майже

80% [17]. За останні 5 років користувачів глобальною мережею стає мінімум на 5% більше щороку.

Отже, можемо стверджувати, що українці активно піддаються віртуалізації, і кількість осіб, що не використовують мережі для будь-яких цілей, з кожним роком меншає. Відповідно, і кількість соціальних контактів людини поступово більшає у віртуальному світі, і меншає у фізичному. Але у той же час можна зауважити, що, наприклад, так звані «друзі» у соціальних мережах, що пишуть пости під фото та ставлять вподобання, у реальному світі не завжди навіть вітаються. Тобто віртуальна реальність часто не відображає реального стану соціальних взаємин людей та суспільства загалом.

Ймовірно, саме тому тема про перспективи віртуалізації суспільства доволі дискусійна. Погоджуємося із точкою зору молодшої дослідниці Ольги Грушковської [2], про те, що «лише з плином часу можна буде зрозуміти: наша цивілізація вийде на новий інноваційний щабель розвитку чи, навпаки, буде відкинута назад. Достеменно відомо лише те, що прогрес зупинити неможливо, а тому віртуальна реальність так чи інакше займе своє місце в нашому житті» [2, с. 15].

Вагому роль у житті українського суспільства відіграють соціальні мережі і, найбільш імовірно, відіграватимуть й надалі. Проте варто наголосити, що лідируючі позиції за кількістю відвідувачів протягом останніх років займають різні мережі. Відтак, проаналізуємо це питання детальніше.

У наш час найбільш популярними є декілька соціальних мереж. Так, приблизно до від 2015 до 2021 року найпопулярнішою соціальною мережею в Україні традиційно був Facebook. Про це свідчать дані опитування компанії Research & Branding Group [30]. Протягом останніх років в Україні помітно збільшилося число таких користувачів соцмереж, як Facebook (до 50%), YouTube (30%), Instagram (27%) і суттєво зменшилася кількість таких користувачів соцмереж, як Однокласники (6%) до і ВКонтакте (10%) [30]. Однак у 2021 році уперше Facebook було витіснено на другу сходинку.

Тож за підсумками 2021 року YouTube випереджає інші соцмережі за аудиторією в Україні майже серед усіх вікових груп. Серед 18-24-річних найпопулярнішим є TikTok, на другому місці – Instagram. Також Instagram йде на другому місці за аудиторією серед 25-34-річних, користувачів Facebook у цій віковій категорії налічується близько 4 млн, що трохи менше, ніж у прихильників Instagram (приблизно 6 млн користувачів) [23]. Натомість у вікових групах 35-44, 45-54 та 55+ років другим є Facebook, а TikTok та Instagram користуються вкрай низькою популярністю.

Крім цього, варто додати, що незабаром до числа лідерів увійде і Telegram, який у 2022 році відчутно почав набирати обертів. Як свідчать дослідники, «у період з кінця січня до 24 лютого Telegram завантажили 506 тис. разів, а з початку війни до 20 березня його встановили 957 тис. разів» [14].

Зважаючи на те, що українці дедалі більше часу проводять в мережі, то можемо стверджувати, що з часом буде все потужніше розвиватися у культура мережевого спілкування. Причому варто додати, що навіть для кожної соціальної мережі притаманна своя комунікація. Наприклад, Facebook має значене включення у політичні процеси, низка постів стосується саме цієї проблематики. Інстаграм більше орієнтується на фешн-індустрію, більшість користувачів намагаються виставляти якісні, стильні фото. Про Тік-ток доволі часто говорять як про не надто серйозну мережу, де переважають жанри, гумор та низка роликів, що актуальна для аудиторії різних країн, а не суто українців. Ютуб своєю чергою у 2021 році за кількістю користувачів навіть обійшов Facebook, що трапилося вперше за останні десяти років.

Серед позитивних перспектив віртуалізації суспільства деякі дослідники називають «звільнення» людини від соціуму та можливість відкриття себе справжнього. Наприклад, А. Ржеуський [18, с. 184–186] наголошує, що культура віртуальних соціальних мереж передбачає розкриття творчого потенціалу її учасників. Творчість у мережі – явище помітне, можливість виявити себе не в останню чергу приваблює нових користувачів. Можливість

будь-кого публічно виявити себе у певній сфері збільшує сукупний творчий потенціал даного суспільства.

У той же час О. Грушківська [2, с. 14] вважає, що особа, «входячи» у віртуальну реальність, більше не має необхідності підкорятися законам соціуму, дотримуватися правил соціальної спільноти тощо – стає розкутою, вільною. «Усе це істотно змінює уявлення про світ, а потім і самого себе, – пише О. Грушківська, – оскільки людина набуває нового комунікативного досвіду» [2, с. 12].

Віртуальна реальність здатна і негативно впливати на свідомість особи, деформуючи її в тому напрямі, що людина неадекватно реагує на актуальну реальність. Відтак, буття людини може не бути орієнтованим на пошук смислів і значущості, адже велика кількість користувачів у наш час зловживають комп'ютерними іграми, беруть позики в онлайн-банках без необхідної для того причини.

Підсумовуючи сказане вище, варто зауважити, що з одного боку віртуалізація українського суспільства повинна пришвидшити процес комунікації між людьми, що перебувають на великій відстані, покращити рівень надання послуг, виробництва товарів тощо. З іншого боку інтеграція людини у всесвітню мережу віддаляє її від реальності, зменшує кількість живих розмов та загалом комунікацій між людьми, породжує низку психічних залежностей, серед яких важливе місце займає і фабінг.

1.2. Соціально-психологічні симптоми фабінгу

Велика кількість часу, якого людина віддає таким речам як скролінг стрічки в соціальних мережах, перегляду різноманітних жанрових відео на платформі «YouTube», онлайн іграм, а також захопленості кіберспортом тобто проведення більшості свого вільного часу у віртуальному просторі, може сильно змінити поведінку людини, а також її емоційний та свідомий стан. Тому цілком очевидним видається, що згодом людина звикає наскільки,

що не може відвести погляду від свого гаджету навіть, коли розмовляє із іншими людьми.

Фабінг є різновидом психологічної інтернет-залежності, а на практиці він доволі часто проявляється «у безкінечному страху, що життя «проходить повз» і ти можеш пропустити якусь можливість, наприклад, новину у соцмережах чи подію» [2, с. 76]. Треба також додати, що людина боїться пропустити певну подію, яка немає безпосереднього стосунку до її життя. Ще одним прикладом може бути постійний перегляд пропозицій інтернет-магазинів або їхніх сторінок у соціальних мережах без наміру щось купувати, тобто індивід боїться пропустити вихід нової колекції, розпродаж або певну акцію, тобто втратити вигоду, але у кінцевому підсумку немає наміру скористатися із цієї пропозиції.

Про те, яким катастрофічним може бути фабінг, показують дані Техаського університету (Baylor University). «Джеймс Робертс і Мередіт Девід у 2016 році досліджували вплив фабінгу на стосунки у парах. Для цього вчені провели опитування. Майже 47% респондентів розповіли, що зазнавали фабінгу з боку своїх партнерів, у майже 23% респондентів були через це конфлікти, а майже 37% зазначили, що фабінг ставав для них причиною депресії» [25].

Тобто можемо стверджувати, що ця звичка тягне за собою низку проблем у спілкуванні із рідними та близькими з одного боку, а з іншого – погіршує психологічний стан самої людини, що відволікається на гаджет.

Вказаній проблемі приділяли увагу також психологи з Кентського університету (Огайо), яким вдалося встановити, яка зі статей більше схильна до фабінгу, а також віднайшли зв'язок між звичкою відволікатися на гаджет та синдромом втрачених можливостей.

«Вчені провели опитування за участі 251 людини від 18 до 66 років. Їм запропонували оцінити прийнятність фабінгу та проаналізувати свою поведінку — чи відволікаються вони на смартфони, коли спілкуються з іншими людьми у реалі» [27].

За результатами досліджень психологів, понад 50% жінок та 20% чоловіків зазначили, що можуть відволікатися на свій телефон під час спілкування мінімум двічі. Однак треба звернути увагу, що у своїх співрозмовників таку звичку опитані помічали значно частіше, ніж у себе, а саме позитивну відповідь дали майже 70% жінок та 40% чоловіків.

Як висновок до результатів дослідження психологи Кентського університету (Огайо) припустили, що «таку поведінку можна пояснити недостатнім рівнем самоконтролю, а також синдромом втрачених можливостей — коли людина нав'язливо боїться щось втратити або не побачити у новинній стрічці» [27].

Із поширенням соціальних мереж та збільшенням можливостей телефони кількість фаберів тільки збільшилася. Це змушує дослідників бити на сполох, наголошуючи, що цей різновид залежності може стати невизнаною епідемією XXI століття.

Виявити фабера (людину, що страждає від фабінгу) нескладно. Головні «симптоми» фабінгу (за А. Чигриг) такі:

– Телефон, планшет або інший гаджет фабера завжди при ньому, навіть під час сніданку, обіду, ввечері аюо навіть під час перекусу.

– Телефон фабера завжди у нього в руках, адже сховати гаджет в кишеню для нього рівносильне тому що пропуститься якась надважлива інформація в мережі.

– Не зважаючи на вид роботи або відпочинку яким зайняти фабер, звук сповіщення телефону для нього означає що потрібно терміново все кинути та перевірити, що було прислано (чимось нагадує собак Павлова)

– Фабер боїться пропустити любую інформацію чи то зі стрічки новин чи соціальних мереж [25].

Н. Сергійчук типовий портрет фабера подає таким чином: «людина, постійно на варті оповіщень, яка слідкує за новинами (раптом без неї у колі знайомих відбулась якась подія), байдужа до реальних оточуючих. Крім того,

напруження зору та залипання в екран за коштом різних активних дій, не йде на користь здоров'ю» [19].

Наукова співробітниця Інститут психології (м. Київ) О. Гурова до зовнішніх ознак додає ще й психологічні відмінності між фаберами та людьми, в яких відсутня ця кібер-адикція. Так, науковиця ознаками корисними для психологічної діагностики називає наступні:

- Скролінг стрічки новин без якоїсь наявної мети;
- Страх пропустити щось важливе в стрічці новин, соціальних мереж, страх бути не в тренді.
- Любий прийом їжі супроводжується гаджетом, за столом людина уникає живого спілкування, віддаючи перевагу спілкуванню віртуальному.
- Людина завжди в тактильному контакті зі своїм гаджетом. Вона триматиме його в руці або буде нащупувати його через кишеню.
- Під час спілкування з іншими людьми фабер буде намагатись розказати або показати щось, що він побачив в мережі інтернет, постійно провіяртиме телефон на наявність чогось нового.
- Втрата вільного вибору користуватись гаджетом чи ні в певний час;
- Відчуття подібне до «ломки»: втрата уваги, цікавості до оточуючого світу, відчуття роздратування, зниження настрою, нудьга, якщо забути телефон чи не мати можливості скористуватись ним «тут і зараз»;
- Гнів, роздратування, збентеження, зневага до себе у контрпереносі [5, с. 125].

Тобто можемо відзначити загалом про наявність ознак, які виходять за суто комунікативну сферу і слугують людині основною для формування стилю життя, гальмування реакцій головного мозку тощо.

Якщо говорити про діагностику веб-залежних як таких, то дослідники загалом беруть до уваги подібні до фабінгу зміни у поведінці та

психологічному станові людини. Зокрема, підсумувавши дослідження китайських науковців, докторка педагогічних наук О. Скоробагатська говорить про такі ознаки:

1. Толерантність: ця ознака означає те, що людина стає більш прив'язаною до інтернет простору і з кожним днем/тижднем/місяцем для того аби отримати задоволення від «серфінгу» мережею їй потрібно більше часу.

2. Людина має велике бажання або здійснює невдачі спроби контролювати, зменшити або ж повинстю зупинити використання мережі інтернет

3. Людина і далі продовжує забагато користуватись мережею інтернет.

4. Як результат надмірного використання інтернету людина поступово або повністю втрачає інтерес до занять та розваг, які раніше приносили їй задоволення (окрім інтернет захоплень)

5. Людина використовує Інтернет, щоб уникнути поганого настрою або полегшити подібний стан (наприклад, дисфорію, почуття безпорадності, провини, тривоги) [20, с. 192].

Тобто надмірний інтерес до віртуального світу неодмінно призводить до виникнення різних проблем у реальному житті, насамперед змінюється стиль життя, втрачається інтерес до спорту, прогулянок інших різновидів розваг та тим більше до будь-якої корисної роботи, до розвитку хобі тощо.

Варто підмітити, що з часом в нашому інфопросторі появляються нові соціальні мережі, ігри, нові види онлайн розваг, а також обновляються ті, що вже були. Це свідчить про те, що саме зараз віртуальний світ та віртуальна реальність починає нарощувати свій вплив на соціум та вже займає своє місце в всесвітній культурі. Саме про місце віртуальності в нашій культурі свідчить поява та розвиток так званого віртуального лексикону, що присутній лише у віртуальному світі. Саме через такий розвиток та розмах віртуалізації фобінг також стає соціально-психологічно проблемою. Також певні діагностичні висновки можна отримати, дізнавшись у людини ставлення до соціальних

мереж чи інших благ веб-цивілізації. Так, особи, які не мають ознак фабінгу або ж інших віртуальних адикцій, вважають, що віртуальна комунікація це як спосіб не втратити контакт на відстані; знаходити нові знайомства за межами свого міста, країни або ж навіть континенту; віртуальний світ для них- це нескінченна криниця знань, а також це спосіб розважитись з друзями на відстані, відволіктись від рутини або ж просто заповнити свій вільний час чимось корисним та веселим.

У той же час основними формами прояву соціально-мережевої залежності Н. Малєєва, аспірантка лабораторії соціальної психології особистості Інституту соціальної та політичної психології, називає «поступову втрату значущості спілкування та взаємодії між людьми в реальному житті, занедбання зовнішнього вигляду, збайдужіння до навчання чи професійної діяльності тощо» [11, с. 65].

А найважливішим критерієм діагностики залежності, зокрема, і при фабінгові, на думку Н. Малєєвої, є ступінь впливу на життя та діяльність адикта, а також кількість часу, проведеного у віртуальному світі. «Час, що витрачається на пошук друзів, спілкування, перегляд фото та відеоматеріалів про життя, роботу та дозвілля знайомих, колишніх однокласників та однокурсників перевищує витрату часу на виконання навчальної діяльності або робочих зобов'язань, хоча власне спілкування, опосередковане такого роду сервісами, не можна вважати повноцінною комунікацією» [11, с. 65], – впевнена дослідниця. Як наслідок, з часом виникає несаможиттєвість та небажання брати на себе відповідальність за певні дії, проблеми з вибором тощо.

Отже, безперервна включеність у потік інформації, подій та діалогів сприяє збільшенню часу, проведеного за спілкуванням із ледве знайомими у той час відбувається нехтування комунікацією із рідними та друзями та навіть відсторонення від розмови наяву заради того, аби прогортати стрічку новин.

Узагальнимо підходи дослідників до визначення соціально-психологічних симптомів фабінгу.

Наукова співробітниця Інститут психології (м. Київ) О. Гурова розглядала вплив фабінгу на особистість, її самооцінку та якість життя, А. Чигрин [25] узагальнила ризики, які стоять перед фаберами. Загалом можемо виокремити на такі негативні наслідки фабінгу в індивіда:

– «зниження рівнів саморозвитку і самоактуалізації особистості» [4, с. 77]. Тобто іншими словами людина з часом не розуміє своєї мети в житті та не прагне до самовдосконалення, опанування нових вмінь та навиків.

– руйнуються відносини. Цей наслідок можемо пояснити тим, що людина, постійно відволікаючись на гаджет під час діалогу, не вникає у його суть, погано слухає, погано підтримує розмову, що призводить до руйнування не тільки конструктивного діалогу, а й відносин із співрозмовником в цілому.

– «відчуття втоми та ефект «загруженості» інформацією» [4, с. 77]. Від того, що людина постійно намагається прогортати стрічку новин у соціальних мережах чи у будь-який інших спосіб бути присутньою у веб-просторі створюється штучна завантаженість інформацією.

– з'являється обмеженість чи відсутність вибору поведінки у конкретній ситуації, адже мозок блокує відповідні сигнали.

– ускладнюється емоційний фон та життя людини в цілому. Тобто гармонійнішим життя від постійного перебування у веб-просторі не стає, натомість стають відчутними низка проблем із комунікацією та стосунками із рідними та друзями.

– призводить до гальмування швидкості соціального обміну, «який відчувається суб'єктивно, однак призводить брак компетенцій в спілкуванні» [25]. Тобто індивід спочатку нехтує спілкуванням, а згодом сам помічає, що йому немає про що поговорити із навколишній світом.

– розмита самоідентифікація. В умовах віртуалізації замість стабільної самоідентифікації в представників інформаційно розвиненої групи суспільства формується розмита чи мінлива ідентичність, яка сприяє віртуалізації їх статусно-рольових позицій, адже, як ми уже наголошували, користувач у кіберпросторі немає минулого чи майбутнього і може займати

різні соціальні ролі. Крім суто ролей, у віртуальному співтоваристві змінюється також статус речей та місце людини у соціумі в цілому, що надає можливість користувачеві відчувати свою велику роль у певному комунікаційному середовищі.

– відчуженість від реального світу. Фабінг-залежний по-іншому починає бачити себе і світ довкола. Більше того, левову частку свого часу він приділяє саме комунікації у віртуальній мережі, яка замінює людині фізичний світ. Користувач починає мати викривлене уявлення про простір, час, життя; по-іншому починає сприймати моральні цінності, свободу, взаємини із людьми тощо. Але сприйняття їх крізь призму невіртуального, життєвого світу формує у свідомості особистості неадекватний образ, який за багатьма параметрами поступається «ідеальному світу» віртуальної реальності.

Як наслідком цієї неузгодженості різних образів світу може бути знецінення в сприйнятті життєвого світу й виникнення відчуження в ставленні до нього, відбувається нехтування індивідом живим спілкуванням із людьми, підтримання якісних взаємин у сім'ї, на роботі тощо. Аналогічної точки зору дотримуються і сучасні українські дослідники: «На макрорівні, тобто в масштабах соціуму, це може стати ще однією вельми серйозною та невіддатливою соціальному впливу причиною наростання в ньому відчуженості» [2, с. 14], – пише О. Глушковська. Сучасна людина повинна вміти поєднувати цифровий світ та реальне спілкування; тільки при балансуванні можливо досягнути бажаного результату.

Отже, згодом фабінг тягне за собою ще й низку інших проблем, які безпосередньо не пов'язані із його комунікативними рішеннями, а уже стосуються низки інших сфер. Насамперед дослідники говорять про проблеми з прийняттям рішень, адже людина не розуміє, що для неї головне, а що – другорядне.

На наш погляд, деякі актуальні на сьогодні додатки та соціальні мережі також пришвидшують темпи розвитку фабінгу насамперед серед молоді. Так, скажімо в соцмережі Інстаграм комунікація як її можна так назвати

ґрунтується довкола обміном фото, а головна ціль користувача – гортати стрічку новин, де і можна побачити ці світлини. Із самого початку створення ця соціальна мережа не ставила у пріоритеті обмін повідомленнями. Відсутність взаємної підписки користувачів (тобто людина може стежити за певними користувачами, а вони за нею – ні) також свідчить про певну односторонню взаємодію. Крім цього, у ній більшість користувачів публікують фотодокази свого розкішного життя, гарного одягу, дорогих авто, відпочинку закордоном тощо.

Гортання стрічки новин під час розмови є ознакою «компульсивної поведінки та вказує на те, що надмірна захопленість соціальною мережею знижує якість життя особистості, оскільки в неї не вистачає часу на безпосереднє спілкування з друзями, прогулянки тощо, що призводить до виснаження та погіршення стану здоров'я» [8, с. 161], – пише доктор психологічних наук О. Камінська.

Тому необхідно формулювати культуру користування додатками та соціальними мережами. Також вважаємо згубною тенденцію, коли молі люди реєструються відразу у всіх популярних на сьогодні соціальних мережах, зменшуючи до мінімуму живе спілкування.

1.3. Рекомендації щодо шляхів подолання фабінгу

Використання гаджета у будь-яких життєвих умовах на скільки поширене явище, що сучасна людина не може уявити свого життя без цього. У наш час як українці, так і мешканці закордонних країн все частіше спілкуються з допомогою мережі, беруть участь в освітніх курсах онлайн, у конференціях через Інтернет, грають он-лайн ігри тощо. Однак часто вони це роблять просто під час розмови із іншою людиною, що говорить не тільки про зневажливе ставлення до співрозмовника, а й про психологічну залежність, із якою варто боротися. Тому детальніше розглянемо шляхи подолання фабінгу як актуальної на сьогодні залежності.

Для того, аби уникнути залежності, психологи рекомендують вдаватися до профілактики фобінгу. Загалом це може бути:

- Планувати свої дні без використання гаджетів(телефон, планшет, ноутбук, ПК і т.д;

- Необхідно проявити силу волі. Так, наприклад поставити на свій смартфон довгий пароль та відключити сканер відпечатку пальця та *faceID*, більшість програм які людина використовує щоденно забрати із головного екрану,

- В тих додатках які не несуть ніякої життєвої необхідності(*Instagram*, *telegram* *facebook*, тощо)відключити сповіщення, аби ти в черговий раз не відволікали від реальності.

- Варто відмовитись від онлайн ігор, в особливості тих які потребують від ігрок багато вільного часу(*DOTA 2*, *CS:GO*, *STARCRRAFT* тощо). Онлайн ігри можна замінити на настільні ігри в компанії друзів;

- Варто відмовитись від користування телефон на під час відпочинку. Цей час краще приділити живому спілкуванню, любованнюм краєвидами, тощо. [5, с. 125].

Отже, важливо дозовано користуватися гаджетами, виробляти звичку відмовлятися від певних додатків або ігор, які не приносять жодної користі, однак забирають напрочуд багато вільного часу. І, звісно, варто формувати культуру спілкування, а тому не брати на вечерю або на відпочинок смартфони, планшети тощо. Як відомо, будь-яку хворобу легше попередити, ніж згодом боротися із її наслідками. Однак сучасні тенденції розвитку новітніх технологій часто підштовхують молодь до руху у протилежному напрямку.

Дослідниця інтернет-технологій та їхнього впливу на життя людини А. Чигрин [25] надає прості рекомендації, які допоможуть впоратися із проблемою фоберам на початковій стадії залежності. Розглянемо їх детальніше.

Якщо фабер зауважує, що бере до рук телефон, коли йому скучно або коли його щось тривожить, то для таких людей А. Чигрин рекомендує почитати книгу (бажано звісно фізичну копію, але можна і електронну), також можна провести час за прослуховуванням аудіокниги або подкасту. Такі варіанти дозвілля говорять про те, що гаджет можна використовувати з користю для себе, а не тільки для гортання стрічки в INSTAGRAM або перегляду відео про котиків на YOUTUBE.

Важливо відвикнути від звички користуватися телефоном під час приймів їжі. «Це справді не здорово й не корисно. По-перше, ви з'їдаєте зайве. По-друге, мозок не може одночасно концентруватися на смаку та насиченні й обробляти повідомлення в чатах» [25], – пише дослідниця.

Крім цього, необхідно виробити звичку не відповідати на повідомлення в месенджерах зразу. Це зробить спілкування з співбесідником куда насиченішим та приємнішим, а також позбавить вашу переписку від безглузвих повідомлень.

Одна із найважливіших навичок – бути присутніми та усвідомленими у спілкуванні із іншими людьми. Для цього, можна послуговуватися такими прийомами: «Частіше запитуйте себе, що зараз відбувається, чим я зараз зайнятий, чи це важливо, мені це і справді цікаво» [25].

Однак у тому випадку, якщо фабінг як явище міцно увійшло у звичне життя людини, їй самій буде вкрай складно впоратися із ним. Тому розглянемо інші актуальні методи подолання цієї залежності.

Одним із різновидів подолання фабінгу є *соціально-психологічний тренінг*. Програма тренінгів повинна ґрунтуватися на гуманістичних принципах групової роботи, де «кожен член групи сприймається перш за все як особистість, наділена індивідуальними та неповторними рисами і заслуговує на прийняття та повагу як з боку тренера, так і з боку інших учасників» [7, с. 163].

У ході тренінгу, на наш погляд, доцільно використовувати вправи, спрямовані на зняття психологічного напруження, що сприятимуть

гармонізації емоційного фону учасників. Послугуючись напрацюваннями О. Камінської [7] та С. Федоренко [24] щодо тренінгів для інтернет-залежних, вважаємо за доцільне у ході тренінгу із фабінг-залежними використовувати такі групи вправ:

– використання вправ, спрямованих на розвиток комунікативних здібностей, адже можемо стверджувати, що фабінг супроводжується нехтуванням правил комунікації і загальною фрустрацією людиною потреби в спілкуванні. Щодо останнього, то така «фрустрація найчастіше спричинюється недостатнім комунікативним потенціалом особистості, наявністю комунікативних бар'єрів, невмінням налагоджувати та підтримувати гармонійні стосунки з оточенням. Тому розширення поведінкового репертуару особистості, вироблення навичок комунікативної діяльності є одним із засобів оптимізації її соціального життя та розширення сфери контактів» [7, с. 362].

– вправи, спрямовані на формування адекватної самооцінки, адже постійне відволікання від розмови із співбесідником на гаджет із його віртуальним світом може спричинити необ'єктивні уявлення особистості про себе. Тому важливо розвивати у фабінг-залежних здатність до рефлексії, намагання сформуванню в особистості Я-концепцію, що «характеризувалася б повнотою уявлень про себе, здатністю бачити як свої сильні сторони, так і недоліки. Така позиція сприяє підвищенню мотивації індивіда до самовдосконалення, дає йому змогу визначити справжні причини фрустрації провідних потреб, що задовольнялися в процесі діяльності в інтернеті та призводили до виникнення залежності» [7, с. 365].

– вправи, спрямовані на оптимізацію самоствавлення, оскільки негативне становлення особистості до себе є джерелом прагнення до самоізоляції, постійне читання певних сайтів або перегляду соціальних мереж. Адже фабінг можна розглядати не тільки, як залежність від веб-простору, а й як прояв труднощі в процесі налагодження взаємодії з іншими людьми. Більше того, інтернет-залежний, за дослідженнями О. Камінської, «часто страждає від

комплексу неповноцінності, що породжує його соціальну закритість для контактів, значною мірою обмежує його здатність до самовираження та самореалізації» [7, с. 366]. У такий спосіб вдасться допомогти учасникам тренінгу виявити позитивні риси характеру кожного, покращити свою самооцінку та ставлення до себе.

– варто включити вправи також на розвиток цілеспрямованості учасників тренінгу. Людина, яка постійно хаотично шукає якусь інформацію в мережі, часто не знає, до чого прагне, погано визначає свої цілі на найближчий і більш далекий час.

– варто приділити увагу і вправам на розвиток здатності до саморегуляції фабінг-залежних, адже такі люди, як і інші веб-залежні, часто стикаються із нездатністю опанувати власні почуття, емоційними спалахами та нестриманістю, тобто загалом можемо говорити про необхідність підвищити стресостійкість та вміння вирішувати конфлікти.

У цьому контексті, на думку О. Камінської, доцільно використовувати «медитативні техніки, релаксаційні вправи, цілеспрямовану роботу щодо формування здатності управляти власним психічним станом» [7, с. 367].

– вправи на усвідомлення себе фабінг-залежним та розуміння негативного впливу цієї звички на своє життя та життя близький людей. Учасники тренінгів повинні порівняти своє життя до та після виникнення аналізованої адикції, проаналізувати, як змінилися їхні стосунки із друзями, колегами, родичами тощо.

– вправи щодо вироблення нового стилю життя, де б гаджети займали не настільки відчутне місце. У ході таких вправ учасники тренінгів повинні описати також, як вони будуть використовувати звільнений від кібер-простору час.

– вправи, спрямовані на покращення комунікативних навичок, у ході яких учасники будуть практикуватися у групах або у парах спілкуватися на актуальні суспільні теми. Передбачається, що такі розмови допоможуть їм в подальшому знайти спільну мову із їхнім колом спілкування.

Отже, було описано потенціал тренінгу у ході пошуку шляхів подолання фабінгу як актуальної на сьогодні соціально-психологічної проблеми, запропоновано низку вправ на покращення або навпаки приглушення рис характеру людини.

На наш погляд, варто впровадити вдосконалення *медіаграмотності* серед широких верств населення, що допоможе навчити суспільство критичного мислення та вмінню поводитися із інформацією. Поки така освіта не набула загальнодержавного рівня, українці можуть скористатися, наприклад, ресурсами для самоосвіти. Це, зокрема, українка платформа Прометеус ("Prometheus"), зарубіжні – «Coursera», "Універсаріум".

Детальніше вкажемо на особливості українського проєкту «Prometheus», який доступний за адресою prometheus.org.ua. Це громадський неординарний проєкт актуальних для українців онлайн-курсів, який започатковано 2014 року. Відповідно до статистики, за перші півроку з моменту старту проєкту на сайті зареєструвалося понад 70 000 користувачів.

Основними завданнями цього проєкту є надання доступу до безкоштовних курсів університетського рівня усім охочим, незалежно від соціального, сімейного статусу, місця проживання, віку тощо. У наш час важливо турбуватися про ті категорії населення, які із різних причин не можуть відвідувати університети, проте бажають навчитися чомусь новому (наприклад, матері у декреті, особи працевлаштовані на повну ставку тощо). Важливим є той факт, що розробники не просто розміщували актуальні Інтернет-уроки, а створювали цілі цикли взаємопов'язаний курсів із таких сфер, як програмування, бізнес, іноземні мови, історія тощо.

У контексті нашого дослідження привертає увагу насамперед курс «Медіаграмотність для освітян» та «Медіаграмотність: практичні навички», де вміщено базові, початкові лекції про медіа сферу в Україні та особливості споживанні інформації.

Серед уроків цих курсів, зокрема, можемо назвати: «Що таке медіа і як вони на нас впливають?», «Хто така медіаграмотна людина?», однак лєвова

частина курсу справді може стати в нагоді не тільки педагогам, а й представникам інших професій. Маю на увазі, зокрема, такі питання: «Який світовий та український досвід медіаосвіти можна використати?», «Як спілкуватися із журналістами та давати інтерв'ю?» тощо.

Викладачами курсу «Медіаграмотність для освітян» є Сергій Горбачов (журналіст, редактор, фахівець з видавничої справи; вчитель медіаграмотності та зарубіжної літератури) та Любов Найдьонова (доктор психологічних наук. Експерт з питань медіакультури та медіа психології). Курси складаються з відеолекцій, інтерактивних завдань, а також форуму, на якому усі охочі матимуть можливість поставити питання викладачеві та спілкуватися між собою. Варто додати, що команда проекту створює низку курсів самостійно, попередньо вивчивши суспільні запити. А також викладачі навчальних закладів можуть безкоштовно поділитися своїми напрацюваннями у вигляді відкритих лекцій, що розміщують на вказаному порталі. Вказаний курс із медіаосвіти поділений на 4 тижні, після кожного відео уроку на слухачів чекають тести. Приємним є те, що викладачі ретельно готують конспекти лекцій, одягають вишитий український одяг тощо. Людям, які зауважують залежність від гаджетів, зокрема, під час спілкування із іншими, ці курси допоможуть навчитися дозовано споживати інформацію, а також відрізнити із інформаційного потоку якісні та важливі повідомлення від спаму, другорядних повідомлень тощо.

О. Гурова наполягає, що медіаосвіта та медіаграмотність формують ряд позитивних установок у фабінг-залежних, а саме у них «підвищується здатність до самоаналізу, самокритики, здатність до рефлексії, самовизнання та самосприйняття свого «Я», оточуючих через призму медіа, контент-аналізу, власного досвіду» [3, с. 77].

Отже, фабінг як згубне соціально-психологічне явище сучасності потребує не тільки вчасного виявлення, а й належного рівня профілактики, адже гаджети уже давно стали звичною частиною життя людини, тому грань між їх раціональним використанням та залежністю тонка.

Висновки до 1-ого розділу

В цьому розділі ми познайомились з таким феноменом як фабінг, з умовами його виникнення, симптомами, історією, а також з шляхами його подолання.

Якщо коротко, то можна прийти до такого висновку, що фабінг це наслідки діджиталізації суспільства, адже передумовою виникнення фабінгу був активний розвиток мережі інтернет та збільшення ролі гаджетів у житті пересічного українця, в результаті чого люди стали частіше відволікатись на смартфони, не випускати їх з рук під час прийому їжі, хотьби по вулиці, відпочинку, розмові і т.д.

Подолати цю звичку на перший погляд легко, але через стірккий розвиток людства, це не так, адже в смартфоні поміщається вся інфрамація світу, можливість спілкуватись на великий відстан, сфотографувати щос на пам'ять не за допомогою фотоапарата, який займає багато місця, а маленького смартфона. Але і це можливо, якщо дотримуватись певни порад та звичок, серед яких: відключення непотрібних додатків, планування днів без гаджетів, відмова від онлайн ігор, живе спілкування та ін.

РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОЯВІВ ФАБІНГУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

2.1. Організаційно-методичні засади вивчення проявів фабінг у сучасної молоді

Українці поступово, однак із кожним роком потужніше, інтегруються у віртуальний світ. Тому в нашій країні уже лєвова частка людей користуються соціальними мережами, смартфонами, онлайн-магазинами, беруть участь в мережевих конференціях, мають додатки банків тощо.

Зважаючи на широку поширеність віртуальних комунікацій, зменшується час, який українці проводять спілкуючись із рідними. А набуття актуальності такої проблеми, як фабінг, демонструє не тільки нехтування людьми правил та норм етикету, а низку серйозніших проблем: з одного боку погіршення стосунків із рідними, з іншого – поглиблення Інтернет-залежності.

Мета дослідження – експериментальне вивчення впливу психологічних чинників на виникнення фабінгу у сучасної молоді.

Для того, аби реалізувати поставлену мету, ми виокремили так завдання:

– виявити наявність фабінгу у сучасної молоді та з'ясувати рівень його прояву;

- Провести кореляцію та загальнити, чи наявний зв'язок між рівнем фабінг-залежності та психологічними чинниками його розвитку у молодого покоління.

Дослідження проводилось у три етапи. Опишемо їх детальніше. Так, на першому етапі, підготовчому, було розроблено та згодом вдосконалено програму емпіричного дослідження із використанням обраних методів та методик.

У ході другого етапу дослідження ми провели експеримент, у ході якого вивчали наявність та рівень фабінгу у молоді м. Львів. У дослідженні взяли

участь 51 особа у віці від 14 до 25 років, яких за родом зайнятості умовно можна поділити на школярів, студентів та працівників.

У процесі констатуючого експерименту використовувалися методики: «Тест Інтернет-залежності» К. Янг, «Опитувальник фабінгу» Е. Карадаг (адаптація О. Гурової) та «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф (адаптація Т. Д. Шевеленкової, П. П. Фесенко).

На третьому етапі проводилась обробка експериментальних даних та їх кореляційний аналіз. Для обробки отриманих результатів дослідження використовувався контент-аналіз та методи математичної статистики: кореляційний аналіз, графічна інтерпретація отриманих даних.

Розглянемо докладніше методики, які використовувались на діагностичному етапі.

«Тест Інтернет-залежності», який розробила Кімберлі Янг в оригіналі має назву «Internet Addiction Test», тобто дослівно перекладається як текст на інтернет-адикцію (див. Додаток А.). Варто наголосити, що К. Янг розрізняє загалом кілька різновидів комп'ютерних адикцій, а саме:

1) Кіберсексуальну, яка полягає у постійному бажанні користувача перебувати на сайтах для дорослих, брати участь у мережевій комунікації на вказану тематику та ін.

2) Кібервідносини. Залежність від дружніх відносин, зав'язаних у кімнатах спілкування, інтерактивних іграх і конференціях, які замінюють реальних друзів і родину.

3) Надмірне залучення в мережу. Включає в себе залучення в азартні мережеві ігри, залежність від інтерактивних аукціонів і торгівлі через мережу.

4) Інформаційне перевантаження. Користувач приділяє занадто багато уваги відвідинам сайтів засобів масової інформації, баз даних тощо [34].

А для того, аби виявити кібер-залежного достатньо взяти до уваги наявність одного із 4 вказаних дослідницею симптомів, а саме К. Янг наводить такі 4 симптоми Інтернет-залежності:

1. Нав'язливе бажання перевірити e-mail.

2. Постійне очікування наступного виходу в Інтернет.

3. Скарги родичів та близьких на те, що людина проводить занадто багато часу в Інтернеті.

4. Скарги оточуючих на те, що людина витрачає занадто багато грошей на Інтернет, онлайн-ігри, придбання додатків [34].

Вказаний текст був розроблений ще 1994 року, однак користується популярністю у світі і до цього часу. Його розробник – це відома професорка психології Kimberley S. Young Піттсбурзького університету в Бредфорді (США). Крім цього, Янг була експертом з розладу інтернет-залежності та поведінки в Інтернеті. Вона заснувала Центр інтернет-залежності в 1995 році.

Використана адаптація опитувальника складається з 40 пунктів. На кожне питання респондент повинен дати одну із 5 відповідей: зовсім ні або рідко, іноді, часто, дуже часто, завжди, які відповідно і оцінюються від 1 до 5-балів. Визначаючи підсумкове значення необхідно додати усі отримані показники. Результати умово поділяються на 3 категорії: звичайний користувач, початкова форма інтернет-адикції та залежний від мережі.

Тест «*Опитувальник фабінгу*» Е. Карадаг (адаптація О. Гурової) був розроблений 2015 року і адаптований українською мовою науковим співробітником Інститут психології (М. Київ) О. Гуровою (див. Додаток Б.)

Його відносна новизна свідчить про те, що інтернет-адикції у XXI столітті прогресують, а для їх вивчення та протидії дослідники розробляють вузькі тексти.

Шкала опитувальника фабінгу складається із 10 запитань, відповідаючи на які респонденти

Тест «*Шкали психологічного благополуччя*» К. Ріфф (адаптація Т. Д. Шевеленкової, П. П. Фесенко), дозволяє визначити, яким чином молодь оцінює своє особисте життя та психічне здоров'я, зокрема що стосується впевненості, самооцінки, наявності цілей у житті тощо (детальніше див.

Додаток В.). Це багатовимірна модель, яка користується попитом у зарубіжній психології.

Хоча прямого стосунку до фабінгу цей тест немає, проте надає великі можливості щодо оцінки загального задоволення якістю життя, щодо сомооцінки опитаних. Деякі дослідники визначають його ще й як здатність індивідуума функціонувати в суспільстві відповідно до свого положення і отримувати задоволення від життя.

Шкала психологічного благополуччя складається із 84 запитань, що дозволяє відстежити психічне здоров'я респондентів відповідно до різних характеристик та отримати максимально точний результат. Твердження опитувальника мають як прямий (позитивний), так і зворотний (негативний) зміст відносно характеристик психологічного благополуччя.

В структуру багатовимірної психологічного добробуту К. Ріфф виділила шість компонентів:

- самоприйняття (самоприйняття в психології – це ступінь прийняття людиною себе, задоволення рівнем індивідуального розвитку, особистісних особливостей);

- позитивні відносини з оточуючими;

- автономію;

- управління навколишнім середовищем (компетентність);

- наявність цілей в житті;

- особистісне зростання [32, р. 723].

Отже, з допомогою вказаних методик ми визначимо рівень інтернет-залежності серед молоді загалом, конкретизуємо число опитаних із фабінг-адикцією та узагальнимо при цьому, яка взаємозалежність між психологічним здоров'ям людини та фабінгом чи іншими видами Інтернет-залежностей.

Дослідження відбувалося частково у індивідуальній та груповій формі. Період часу, у який проводилося дослідження – лютий– квітень 2022 року. Варто додати, що у експериментальному дослідженні прояву фабінгу серед молоді під нашим керівництвом узяло участь 51 людина, а саме: 28 хлопців та

23 дівчат. Щодо вікового параметру, то вік респондентів від 14 до 25 років (див. рис.2.1).

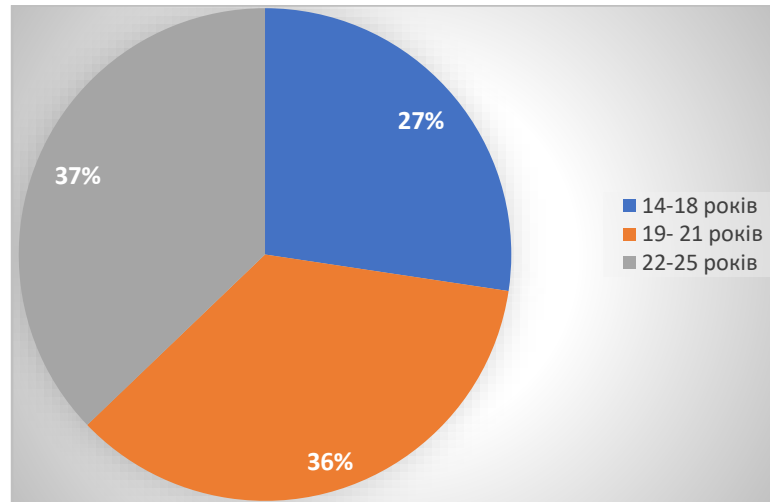


Рис. 2.1. Вік респондентів емпіричного дослідження фабінгу сучасної молоді

Крім цього, варто звернути увагу, що серед них більшість опитаних є студентами, трохи менше учнів шкіл, також в експерименті узяли участь особи, які працюють або тимчасово залишилися без постійного місця роботи (див. рис. 2.2.).

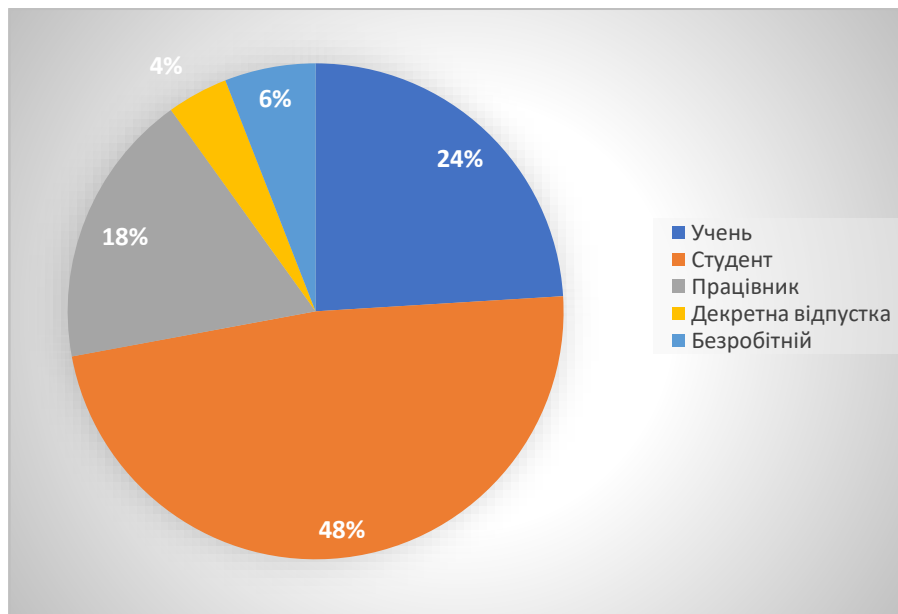


Рис. 2.2. Зайнятість респондентів емпіричного дослідження фабінгу сучасної молоді

2.2. Аналіз отриманих результатів дослідження

Ми наголошували, що однією із передумов фабінгу є активізація он-лайн-комунікацій, – тобто людина буде і далі більшість часу приділяти онлайн спілкуванню, аніж живому зі своїми родичами та друзями. Однак часто можна зауважити, що користувачі починають нехтувати і мережевою комунікацією, зводячи своє користування гаджетами до перегляду стрічки новин, лайкання фото та відео, читання новин тощо.

Для початку ми дослідили яка частина із опитаних має будь-який різновид інтернет-залежності. Для виявлення рівня Інтернет-адикції нами було застосовано методику «Тест Інтернет-залежності» К. Янг, а отримані дані було зведено в таблицю (див. Додаток Г).

Загалом було виявлено, що тільки 21 людина із загальної кількості опитаних немає жодної форми інтернет-залежності, надає перевагу живому спілкуванню. У той же час в 11-ьох респондентів за допомогою вказаного тестування ми виявили інтернет-залежність у добре розвинутій формі, про що свідчить те, що ці люди у загальному розрізі набрали понад 159 балів (див. рис. 2.3).

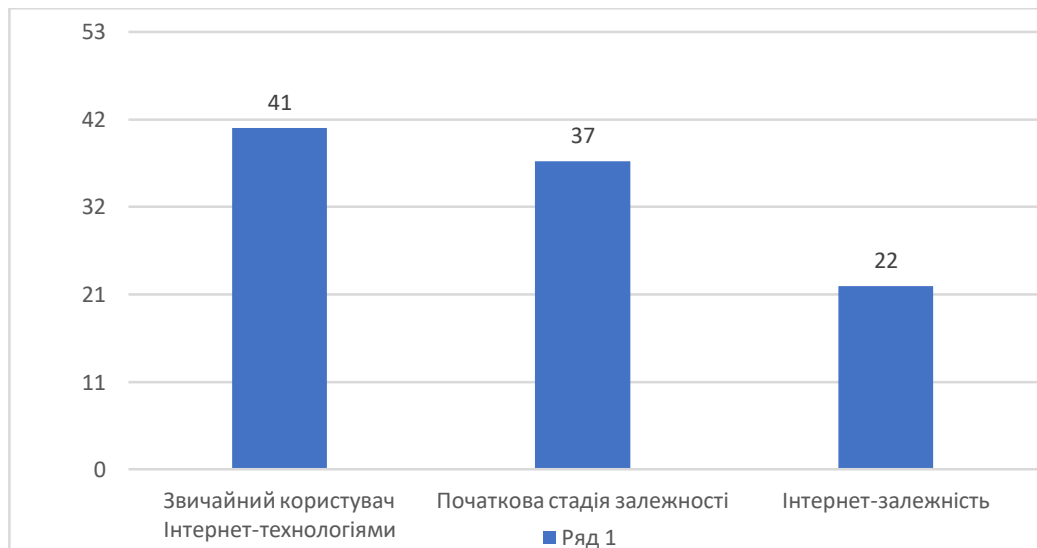


Рис. 2.3. Результати дослідження за методикою «Тест Інтернет-залежності» К. Янг

Отже, тільки 45% від загальної кількості опитаних не мають залежності від сучасних Інтернет-технологій. Звичайно, ці користувачі також

користуються гаджетами, мають низку встановлених гаджетів та зареєстровані аккаунти у тих чи інших соціальних мережах. Однак вони знають і інші методи проведення вільного часу, крім гаджетів. Тому було зауважено, що на запитання із вказаного тексту «Замість того, щоб вибратися кудись із друзями, вибираєте інтернет?» більшість із звичайних користувачів мережею відповідали негативно, тобто розуміємо, що для їх важливим залишається проведення часу із друзями, у парку, у кіно і так далі.

Початкову або передстадію інтернет-залежності ми виявили у 37% від загальної кількості осіб, що брали участь у експерименті. Кількість часу, яку вони приділяють своїм гаджетам чи комп'ютерові залежить від багатьох чинників, серед яких настрої, завантаженість на роботі чи навчанні тощо. Однак вони часто позитивно відповідали на запитання про те, чи траплялося їм нехтувати важливими справами, коли Ви були зайняті за комп'ютером, але не роботою. А також чимало із них зауважили, що гаджет у тій чи іншій мірі заважає їхній діловій активності або успішності навчання у школі /ВНЗ. На противагу цьому, вони стверджують, що, як правило, достатньо часу приділяють живому спілкуванню, часто ходять гуляти на свіжому повітрі тощо.

Спроби задовольнити свої реальні потреби за допомогою віртуального світу, комунікації в ньому дадуть лише тимчасове відчуття задоволення, саме тому психологи звертають увагу на те, що через певний час це потягне за собою низку негараздів для психічного і не тільки здоров'я людини. Зокрема, таке «занурення у мережу», на думку Н. Малєєвої, аспірантка лабораторії соціальної психології особистості Інституту соціальної та політичної психології, «сприяє появі депресивних станів, інформаційному та емоційному перевантаженню, зниженню ефективності комунікації, яка і в реальності набуває віртуальних рис. Мережева залежність може стати причиною серйозних негативних наслідків для особистості, пов'язаних, зокрема, зі станом здоров'я, самооцінкою, професійним становленням, стосунками з родиною та друзями, знеціненням своїх досягнень» [11, с. 68].

Кількість осіб, у яких ми виявили залежність від мережі та гаджетів, сягає 22%, що вважаємо достатньо великим показником. Рекордсменом за кількістю набраних балів став хлопець 15-річного віку, сукупне значення відповідей якого ми оцінили у 173 бали із 200 можливих. У цій групі респондентів більшість зауважили, що їхні близькі скаржаться на те, що вони занадто багато часу проводять за гаджетами. Також невелике число із опитаних наголосило, що через інтернет вони не встигають зробити чимало важливих справ, а подекуди навіть приділяють менше часу для того, аби зробити зачіску або попросувати одяг.

Щодо гендерних відмінностей, то співвідношенні серед осіб, що мають інтернет-адикцію, було 5 хлопців і 6 дівчат, однак серед респондентів дещо переважають особи чоловічої статті як такі, що дещо вплинуло на відсоткове співвідношення (див. рис. 2.4 та 2.5.).



Рис. 2.4. Гендерне співвідношення осіб із інтернет-адикцією за методикою «Тест Інтернет-залежності» К. Янг

Загалом можемо зауважити, що серед осіб чоловічої статі було виявлено тільки 17% осіб із інтернет-адикцією від загальної кількості. У якійсь мірі це можна пояснити певними відмінностями у способах життя між сучасними дівчата та хлопцями.



Рис. 2.5. Статеве співвідношення осіб із інтернет-адикцією за методикою «Тест Інтернет-залежності» К. Янг

Як свідчать результати тесту, кількість дівчат із інтернет-адикцією у відсотковому співвідношенні дещо переважає кількість хлопців. Крім цього, варто наголосити, що у гендерному розрізі дівчата та хлопці користуються різними соціальними мережами. Так, у Інстаграм суттєво переважають дівчата, а ця мережа, як ми наголошували у розділі 2, не спрямована на двосторонню комунікацію, а користування нею у багато чому зводиться до перегляду стрічки новин та оцінювання викладених подругами та іншими користувачами світлин.

Так, соціологічні дослідження свідчать, що основними користувачами Facebook та Instagram є жінки. Це «Вони переважають чоловіків у всіх вікових категоріях, однак за приростом вперше чоловіча аудиторія Instagram випередила жіночу у більшості вікових категорій. Серед користувачів Instagram у віці понад 45 років жінок удвічі більше, ніж чоловіків» [23].

Для того, аби оцінити рівень осіб, які мають перестадію комп'ютерною залежності та добре виражену залежність ми об'єднали дві останні аналізовані нами групи. Цікаві дані вдалося отримати при аналізі двох груп осіб, що мають ту чи іншу міру схильності до адикції в мережі залежно від зайнятості опитаних.

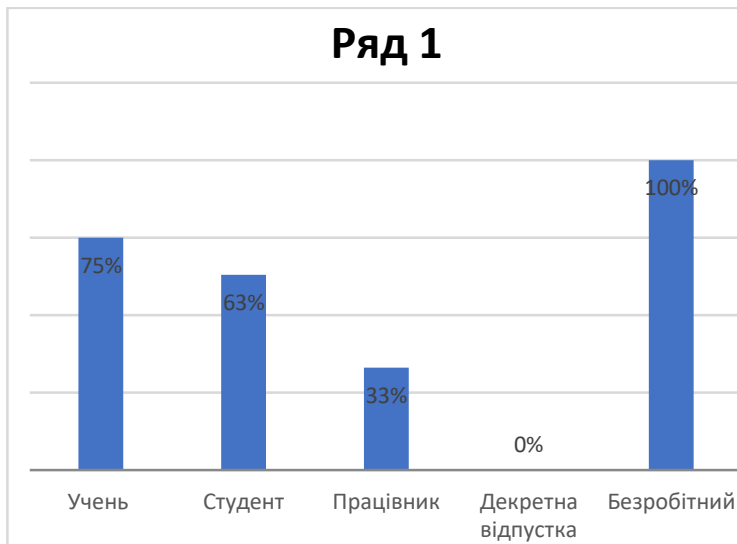


Рис. 2.6. Міра схильності до адикції в мережі залежно від зайнятості опитаних (за методикою «Тест Інтернет-залежності» К. Янг)

Доволі високий показник осіб із початковою або значною мірою залежності зауважено серед школярів (75%), тобто 3 із 4 школярів сьогодні у той чи інший спосіб проявляють інтерес до гаджетів та комп'ютерів. Можемо стверджувати, що на цей показник суттєво вплинули два останні роки, протягом яких кількість користувачів збільшувалася через карантинні обмеження.

Так, відповідно до соціологічного дослідження 2021 року, типове дозвілля під час жорсткого карантину – це інтернет. У той же час протягом локдауну кожні другі батьки жодного разу не обмежити своїй дитині використання гаджетів або комп'ютера, незалежно від цілей. Однак, серед школярів уже 72% зауважують, що в них була висока свобода користування інтернетом на локдауні, тобто бачення батьків та дітей у цьому питанні не збіглося, що свідчить про те, що навіть певні заборони діти навчилися обходити.

Крім цього, варто наголосити, що серед інших приблизно 50% батьків також далеко не кожен розвиває у своїй сім'ї культуру користування гаджетами. Так, «це в третини учнів — усні домовленості щодо телефонів чи ноутбуків. Програми батьківського контролю ставлять переважно на ігри, бо побоюються комп'ютерної залежності (8% батьків). Телефон забирають лише за погані оцінки чи як покарання. Батьки не контролюють, що саме і скільки діти роблять в інтернеті» [15].

Серед студентів також наявна доволі висока частка тих, гаджет або комп'ютер яких займає важливу роль у їхньому житті. Загалом налічується 66% респондентів серед студентів, які належать до другої або третьої групи, відповідно до шкали оцінювання результатів «Тесту Інтернет-залежності» К. Янг. Звісно, як і у випадку із учнівською молоддю, стверджувати, що 66% осіб мають залежність не можна, адже друга група відповідає тільки за поодинокі прояви надмірного використання Інтернетом та про можливість формування початкової стадії.

Було виявлено, що у працевлаштованих людей кількість використання гаджетів зменшується, відтак залежність від мережі та передумови до її формування було зауважено тільки у 33% респондентів.

Узагалі жодного випадку інтернет-адикції ми не зауважили у жінок, що перебувають у декретній відпустці по догляду за дитиною. Однак було опитано тільки 2 жінки із цієї категорії, тобто така вибірка не дозволяє робити повноцінні висновки.

А ось на противагу цьому серед безробітних у всіх людей ми виявили залежність від мережі та передумови до її формування. Це можна пояснити наявністю у людей великої кількості вільного часу та, ймовірно, відсутністю інших захоплень та інтересів, крім мережі.

Отже, за результатами дослідження за методикою «Тест Інтернет-залежності» К. Янг, було виявлено 22% інтернет-залежних користувачі із загальної кількості опитаних, а також ще у 37% респондентів було виявлено

поодинокі зловживання гаджетами та комп'ютером, що у подальшому може призвести до формування мережевої адикції.

Для дослідження проявів фабінгу сучасної молоді ми послуговувалися опитувальником Енгін Карадаг (адаптація О. Гурової), який у частині діагностики фабінгу містить 10 запитань.

Аналізуючи відповіді респондентів на поставлені запитання, умовно поділили їх на три блоки:

- респонденти із низькою схильністю до фабінгу;
- респонденти із середньою схильністю до фабінгу ;
- респонденти із високою схильністю до фабінгу, тобто фабінг-залежні.

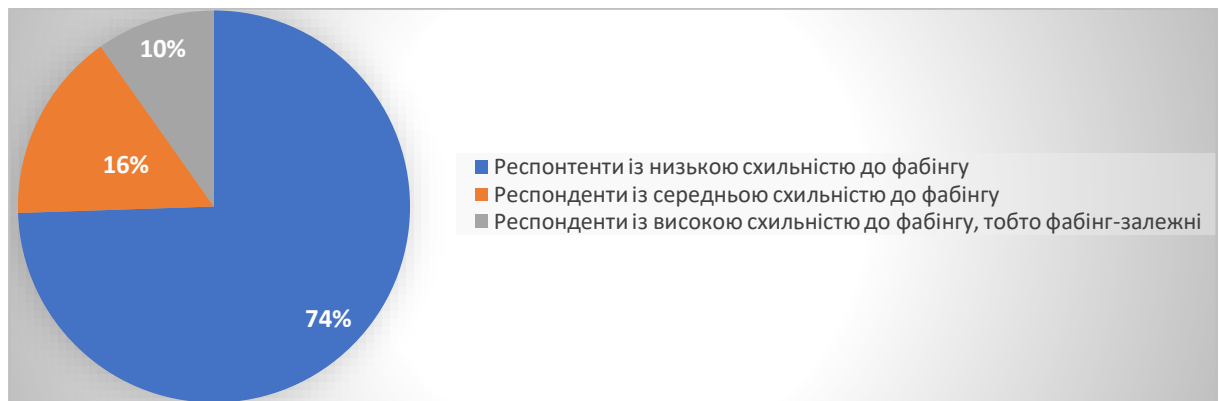


Рис. 2.7. Ступінь схильності до фабінгу (за методикою *Ендін Карадан, адаптація О. Гурової*)

Відповідно до результатів дослідження, у 5 осіб було виявлено ознаки фабінгу (9,8% від загальної кількості опитаних), а також ще у 8 людей ми зауважили середню схильність до сказаної адикції (ще 16%). Тобто у загальному розрізі ми можемо стверджувати, що кожен четвертий опитаний має ознаки середнього або високого рівня фабінг-залежності.

Велике число із цих сукупних 26% свідомо зауважують поступове відсторонення від людей та подій, що існують поза межами інтернету. Тому навіть під час розмов із друзями, батьками, за вечерею вони часто надають

перевагу зануритися у подробиці життя своїх друзів, тим самим втрачаючи зв'язок з реальним світом.

Психологи таку проблему пояснюють, зокрема, «бажання легкого та доступного спілкування, відсутність конкретних життєвих цілей, низький рівень саморегуляції стають причинами поглиненості особистості соціальними мережами. Оскільки кількість проведеного адиктами часу в мережі збільшується, а особиста значущість стосунків з онлайн – друзями зростає, змін зазнає характер комунікації поза кіберпростором» [11, с. 76].

Серед соціальних проблем, крім втрати комунікативності та псування стосунків із оточуючими, що є типовими при фабінгові, велика частина схвально відповіла на запитання із наведеного вище тесту «Люди скаржаться на мене, що я багато часу проводжу у гаджеті».

Однак привертають увагу відповіді респондентів на запитання «Я не думаю, що драгую свого партнера, коли щось дивлюся у телефоні під час розмови», причому варто наголосити, що схвально на це питання відповіли значно більша кількість респондентів, ніж ті, у кого виявлено середню та високу схильність до фабінгу.

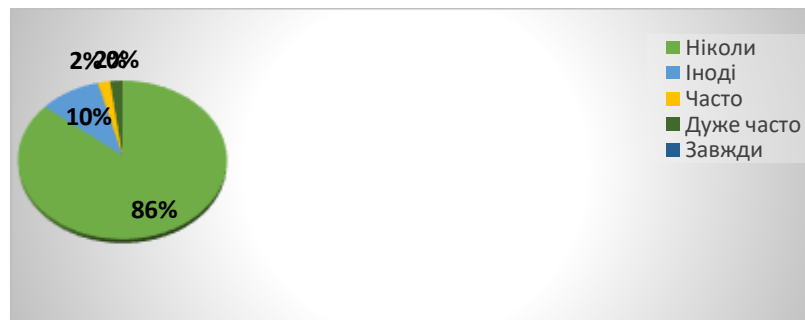


Рис. 2.8. Думка респондентів щодо того, чи драгують вони свого співрозмовника, коли під час розмови щось дивиться у телефоні (за методикою Ендіна Карадан, адаптація О. Гурової)

Варто наголосити, що жоден із опитаних не вказав відповідь на це запитання «завжди», а відповідь «часто» та «дуже часто» дали тільки по одному респонденті на кожну (тобто по 2%). У той же час 86% молоді вважає, що використання телефону під час розмови жодним чином не шкодить

комунікації як такої. Це дає підстави говорити про новий рівень розуміння культури спілкування серед українців молодого віку.

Доволі часто респонденти схвально або посередньо відповідали і на запитання про те, чи намагаються вони пильнувати свій телефон, коли перебувають в оточенні інших друзів чи родичів (див. рис. 2.9.). Для користувачів це своєрідний дзвінок про те, що вони починають відволікатися від живого спілкування на свій смартфон. У тому випадку, якщо вчасно не зреагувати на ці виклики, залежність від гаджету може збільшувати із кожним днем.

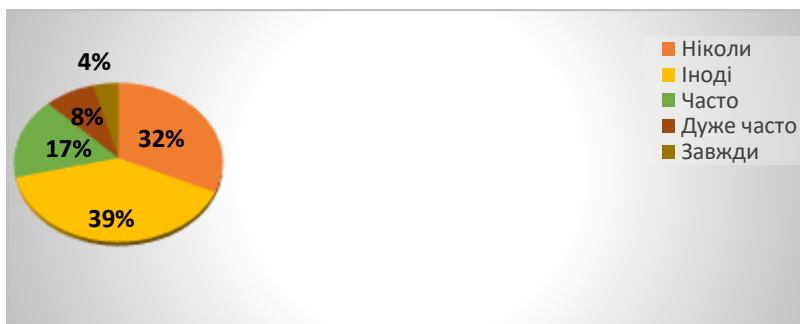


Рис. 2.9. Відповіді респондентів, чи пильнують вони свій телефон, коли перебувають із родичами чи друзями (за методикою *Ендіна Карадан*, адаптація *О. Гурової*)

Тобто, бачимо, що 39% респондентів відповіли, що іноді вони все таки зосереджують свій погляд на гаджетові, ймовірно, аби пересвідчитися, що на екрані не з'явилося нове сповіщення або повідомлення навіть у той час, як вони зайняті певною спільною справою чи розмовою зі своїми близькими та знайомими.

У той же час 17% користувачів відзначили, що часто самі зауважували за собою, що намагаються пильнувати свій телефон, частіше, ніж варто, дістають його із кишені тощо.

Попри те, що ми визначили тільки 2 респонденти, які зізналися, що завжди контролюють те, що відбувається у гаджетові, навіть у присутності інших людей, загалом кількість фабер-залежних, за результати дослідження, значно вища.

Часто користувачі намагаються пильнувати свій телефон, аби не пропустити повідомлення чи актуальні для їх новини у соціальних мережах. Безумовно, такий гіпер-потяг розвивався поступово. Все розпочинається зі знайомства з соціальною мережею, месенджером, тощо, потім цьому приділяється все більше та більше часу і уваги. [6, с. 212]

Після цього відбувається поступове занурення у просторі Інтернету та соціальних мереж, зокрема, якщо ми говоримо про молоде покоління. Більше того, віртуальна комунікація на цьому етапі багатьом користувачам здається значно кращою, ніж у житті: люди відкритіші, наявна щирість, активність тощо. І лише з певним проміжком часу мережева комунікабельність переростає в патологічну залежність і користувач перестає усвідомлювати та контролювати себе, про що свідчить постійне бажання пильнувати свій телефон, розташовувати його на столі чи іншій горизонтальній поверхні так, аби бачити.

Отже, на наш погляд, бажання розташовувати свій телефон так, аби його було видно, і постійне пильнування гаджета свідчить про те, що респонденти уже можуть повноцінно контролювати себе, постійно витрачають час та сили для того, аби перевірити останні події, наявність нових повідомлень, лайків та коментарів на власних аккаунтах тощо. Дослідники говорять і про ще одну проблему, з якою часто стикають користувачі у таких ситуаціях, а саме з тим, що узалежненні від віртуального світу люди починають витрачати свої власні кошти (незалежно від їх фінансового становища) на різні віртуальні речі. Наприклад: ігрова валюта, преіум аккаунти в онлайн іграх, преміум аккаунти в додатках для знайомств, різноманітні подарки як в іграх так і на сайтах, месенджерах та ін. [11, с. 86].

Однак попри це, відповідаючи на запитання із вказаної методики «Мій телефон завжди в межах досяжності», значно більшість респондентів зауважила, що розташовують свій телефон завжди біля себе (див. рис. 2.10).



Рис. 2.10. Відповіді респондентів, чи розташовують вони телефон в межах досяжності (за методикою *Ендін Карадан*)

Аналізуючи отримані дані, виникає певна невідповідність між ними, адже 68% користувачів зауважують, що завжди намагаються покласти свій телефон біля себе, узяти з собою, коли виходять з дому, однак тільки 17% респондентів зауважила, що пильнують вони свій телефон, коли перебувають із родичами чи друзями. Тобто виникає логічне запитання, з якою метою молодь намагається постійно розташовувати телефон в межах досяжності.

Одна із причин, через яку користувачі не можуть вийти із дому без телефону та завжди його розташовують біля себе – це, звісно, бажання не пропустити важливий дзвінок. Однак дослідник Г. Спащенко навпаки звертає увагу на недостатню розвиненість комунікативних навичок у сучасних студентів, що за своїм віком належать до категорії «молодь». Найбільш важливими причинами, на думку Г. Спащенко, є:

- низька популярність читання, це сприяє недостатньо високому заповненню словникового запасу, що руйнує конструктивність побудови діалогу та поведінки при живому спілкуванні [21, с. 319];

- Популяризація віртуального спілкування –це заміна живому спілкуванню, адже в онлайні користувачі рідко дотримуються орфологічних правил, не рідко спілкуються виключно сленгом, що також руйнує в подальшому здатність до спілкування без гаджетів. [21, с. 319].

Крім цього, вважаємо за необхідне проаналізувати і відповіді, що були отримані на запитання «Коли я прокидаюся вранці, спочатку перевіряю повідомлення на своєму телефоні», яке також прямо свідчить про наявність певних порушень у режимі використання гаджетів (див. рис. 2.11).

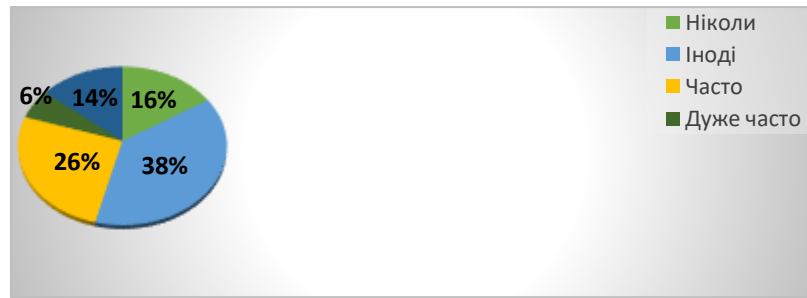


Рис. 2.11. Відповіді респондентів, чи розпочинається їхній ранок із перевірки повідомлень на телефоні (за методикою *Енді Карадан*)

Бачимо, що тільки 16% респондентів зауважили, що їхній ранок ніколи не починається із перевірки нових повідомлень або іншої інформації на смартфоні. Але у той же час 14% користувачів відзначили, що по-іншому початок дня не починають, тобто для їх напроцуд важливо переконатися, що протягом ночі на гаджет не надходили нові повідомлення. Звісно, після прочитання цих повідомлень користувач починає відписувати своїм мережевим друзям та знайомим, тобто втрачає час на раціональне проведення ранку (маємо на увазі сніданок, зарядку, час на особисту гігієну і таке інше).

Отже, у 5 осіб було виявлено ознаки фабінгу (9,8% від загальної кількості опитаних), а також ще у 8 людей ми зауважили середню схильність до сказаної адикції (ще 16%). Однак проаналізовані відповіді на запитання дають підстави стверджувати, що незначні прояви фабінг-адикцій, як і гаджетозалежність загалом, можна зауважити у значно більшої кількості осіб.

Насамкінець проаналізуємо результати тесту «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф. Як ми зауважували, прямого стосунку цей тест до нашої теми дослідження немає, однак він допоможе виявити наявність або відсутність взаємозв'язку між фабінгом та психічним, емоційним здоров'ям респондентів. Було проаналізовано психологічне здоров'я респондентів за 6 факторами: позитивні відносини з оточуючими, автономія, управління навколишнім середовищем, особистісне зростання, наявність цілей в житті, самосприйняття, психологічне благополуччя (див. Додаток Е.).

Загалом варто відзначити, що рівень самооцінки та психічного здоров'я загалом у респондентів доволі низький. Так, максимальна кількість балів, що

можна набрати пройшовши усі запитання, перевищу 500, однак найвищий показник у нашому дослідженні був тільки 337 балів. У той же час найнижчий сягнув аж 185 балів, що свідчить про занижену самооцінку, проблеми із самоприйняттям, не вміння приймати рішення тощо.

Отримані результати ми умовно поділили на 4 групи: вкрай низька самооцінка, низька самооцінка, середня, вище середньої (див. рис. 2.11).

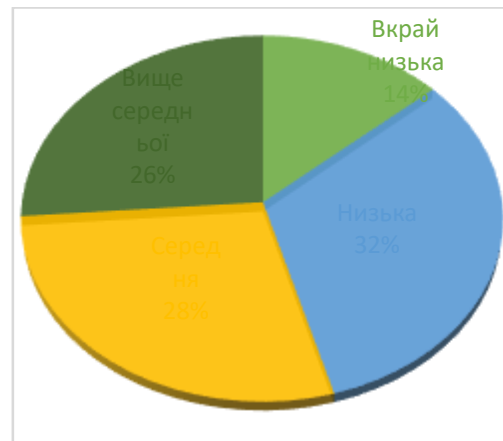


Рис. 2.11. Рівень психічного здоров'я та самооцінка респондентів (за методикою «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф)

Варто вказати, що рівень психічного здоров'я за аналізованими факторами загалом відрізняється між собою. Так, в опитаних по різному виражаються відносини з оточуючими та власна автономія. У той же час ті, хто набрали високі бали за шкалою управління навколишнім середовищем, не надто вдало оцінюють власне особистісне зростання тощо. Наприклад, респондентка під номером 43 Божена власну самостійність (автономію) оцінила сукупно у 25 балів, у той же час особистісне зростання дівчина вклала у 51 бал.

Узагальнивши отримані дані, ми бачимо, що вкрай низький рівень психічного здоров'я мають 7 респондентів. І ще 17 осіб молодого віку характеризуються низьким рівнем психічного здоров'я. Тобто загалом 46% від загальної кількості опитаних не високо оцінюють себе, свою автономію, рух вперед, взаємини із навколишнім світом. Можемо стверджувати, що у великою мірою психологічне благополуччя опитаних залежить від оцінки оточуючих, і саме це впливає на їх оцінку щодо себе, адже досліджуванні бачуть свою

важливіть в похвалі або ж засудженні інших. Саме через це їм не вистачає відчуття спрямованості на конкретну ціль, в них немає або ж напроти лише трішки сформований світогляд, в якому б вони бачили сенс життя, нові цілі для виконання у найближчий час або на більш тривалий проміжок часу.

Якщо накласти результати дослідження фабінгу молоді та рівня психічного здоров'я, то можемо зауважити певні тенденції. Так, високу вірогідність фабінг-адикції ми зауважили у респондентів під номерами 3, 12, 16, 31 та 41. За показниками рівня психічного здоров'я ці молоді люди, на жаль, не набрали високих балів. Так, трьох із них мають вкрай низький рівень самооцінки та психічного благополуччя (респонденти під номерами 3, 16 та 41), іще двох – низький (12 та 31).

Показники у групі осіб, де було виявлено середній ризик фабінг-адикції не наскільки збігаються. Тобто, значна частина із них – мають цілі в житті та почуття того, що вони рухаються вперед та досягають певних цілей, у них утвориться світогляд, який надасть життю сенс.

Крім цього, варто наголосити, що не у кожного респондента із низьким рівнем фабінг-адикції чи навіть кібер-залежності простежується низьке психічне благополуччя. Це не дозволяє нам стверджувати, що відсутність залежності від гаджетів та мережі автоматично дозволяє сформулювати кращий рівень самооцінки, ніж у людей із вказаними адикціями. Це дає нам підстави стверджувати, що на психічне здоров'я людини загалом впливає велика кількість факторів.

Наприклад, на формування самооцінки у підлітковому віці впливають чисельні фактори, серед яких Н. Яцюк, кандидат психологічних наук, у першу чергу, відзначає: «реальні досягнення у навчанні та позашкільній діяльності (здібності до мистецтва, спорту чи певних наук); соціальний статус підлітка у групі однолітків (адаптація у колективі, кількість та впливовість друзів); умови життя у родині, ставлення батьків до інтересів підлітка; мотиваційно-сміслова сфера особистості (цілі, потреби, інтереси); зовнішність (привабливість, фізичний розвиток)» [31, с. 30].

Загалом як негативні чинники, що впливають на психічне здоров'я, молоді ми розглядаємо: непорозуміння в сім'ї, негаразди у школі/ ВНЗ/ на роботі, що викликає у підлітків почуття тривоги, занепокоєності, роздратованості, агресивності, суперечливих почуттів, зниженої працездатності, протестуючого характеру і поведінки,

Поряд з цим має місце суб'єктивний стан душевної і духовної ізоляції, відчуття незадоволеної потреби у спілкуванні і людській близькості, відчуття самотності і неприкаяності навіть серед великої кількості оточуючих людей.

Крім цього, варто брати до уваги, що левову частку експерименту ми проводили після того, як почалася повномасштабна російсько-українська війна, що теж напрочуд негативно позначилося на психічному здоров'ї та настрої львівської молоді.

Тобто можемо узагальнити, що інтернет- та зокрема, фабінг-залежність є тільки однією із складових, що негативно впливає на свідомість, однак у групі високого ризику фабінг-адикції ця взаємозалежність суттєво зростає. Це і дає нам підстави стверджувати, що фабінг негативно позначається на психічному здоров'ї, на комунікативних навичках людини тощо.

Отже, проаналізувавши відповіді 51 респондента, відповідно до вказаних методик було з'ясовано, що усі 5 осіб, які мають високий ризик фабінг-адикції, мають вкрай низький або низький рівень психічного здоров'я. Однак загалом було виявлено не надто високі показники сомооцінки та самоприйняття серед молоді.

На основі проведених дослідів ми прийшли до висновку, що в ході дипломної роботи була частково підтверджена перша та друга гіпотеза

Висновок до 2-ого розділу

Українці поступово, однак із кожним роком потужніше, інтегруються у віртуальний світ. Тому в нашій країні уже лєвова частка людей користуються соціальними мережами, смартфонами, онлайн-магазинами, беруть участь в мережевих конференціях, мають додатки банків тощо.

Саме тому на фоні явно виражених симптомів ми провели наступні методики («Тест Інтернет-залежності» К. Янг, «Опитувальник фабінгу» Е. Карадаг (адаптація О. Гурової) та «Шкали психологічного благополуччя» К. Ріфф (адаптація Т. Д. Шевелєнкової, П. П. Фесенко)) на вивчення емпіричного виявлення проявів фабінгу сучасної молоді, результати яких були описані вище в другому підпункті другого розділу, також завдяки цим методикам ми частково підтвердити другу гіпотезу

Найбільшим відкриттям в процесі проведення методик для нас стала думка респондентів щодо того, чи дратують вони свого співрозмовника, коли під час розмови щось дивиться у телефоні (за методикою Ендін Карадан, адаптація О. Гурової), а саме те, що 86% молоді вважає, що використання телефону під час розмови жодним чином не шкодить комунікації як такій. Це дало нам підстави говорити про новий рівень розуміння культури спілкування серед українців молодого віку.

Використовуючи другу із вказаних методик, у 5 осіб було виявлено ознаки фабінгу (9,8% від загальної кількості опитаних). Варто додати, що усі вони увійшли у перші дві групи за результатами тесту «Інтернет-залежності» К. Янг. Крім цього, ще у 8 людей ми зауважили середню схильність до сказаної адикції (ще 16%)

ВИСНОВКИ

Безмовно, передумовою фабінгу варто вважати інтенсивне входження молоді і не тільки в Інтернет-простір. Протягом кількох останніх років в Україні кількість інтернет-користувачів збільшується на кілька мільйонів протягом року. Звісно, для того, аби погортати стрічку новин у соціальних мережах не треба носити із собою ноутбук чи тим більше комп'ютер, для цього достатньо – смартфона, який є у більшості українців. Швидше за все найбільше в мережі людей приваблює вседозволеність та різноманітність дозвілля. Так, наприклад, в межах форумів найчастіше прийнято обговорювати пені проблеми дійсності, особистого життя, здоров'я тощо, давати рекомендації чи спільно із іншими користувачами шукати шляхи розв'язання проблем. Соціальні мережі також диктують користувачам свої правила життя, а користувачі в них демонструють переважно свою заможність, можливість гарно одягатися, дорога харчуватися тощо.

Віртуальний світ це дещо інше ніж ми привикли бачити. В інтрнеті немає тих законів по яких ми привикли жити. У віртуальномі світі немає такого поняття як простір та час, там людина перебуває поза ними та навідмінно від реальності може вибрати любую роль. Саме це провокує віддалення людей від реального життя, поступове витіснення звичних контактів, зменшення часу спілкування із друзями, родичам, колегами тощо. Фабінг належить до соціально-психологічних адикцій, що пов'язані із відволіканням людини під час спілкування на свій гаджет. Загалом можемо говорити про такі негативні наслідки фабінгу для людини, як зниження рівнів саморозвитку (індивід не просто не досягає поставлених цілей, а й не ставить їх), руйнуються відносини з близькими, адже таким людям складно підтримувати конструктивний діалог, вони часто не чують запитань або гублять суть розмови. Як і низка інших інтернет-залежностей, фабінг тягне за собою відчуття постійної втоми, перенавантаженості інформацією, аджекористувач постійно намагається контролювати, що відбувається у соціальних мережах. Варто також вказати те, що віртуальний соціум як і реальний створює багато стереотипів,щодо місця

людини в житті. Тобто перегляд стрічки новин, де більшість підписників блогери або відомі люди, своєю чергою ще й занижує самооцінку пересічної людини. Треба також говорити і про те, що сьогодні у соціальних мережах на кшталт Інстаграм не прийнято говорити про певні негаразди, більшість вихваляється своїм життям, відпочинком, хорошим харчування тощо. Тому самооцінка занижується цілком штучно. Серед інших проблем фабінг-залежних ускладнення емоційного фону, а також розмита самоідентифікація, адже людина починає розриватися між реальністю та інтернетом.

Загалом профілактика фабінгу відіграє важливе значення, адже використовуючи прості методи користувач може навчитися контролювати своє використання гаджетів та покращити комунікаційні навички. Так, варто здійснити планування «днів без гаджетів», проявляти волю у ті моменти, коли за вечерею або просто під час розмови користувачеві хочеться перевірити наявність повідомлень або сповіщень у телефоні. Варто також проаналізувати, чи усі додатки, що встановлені на телефоні, справді потрібні користувачеві. При можливості, також варто скорити і кількість соціальних мереж, де є аккаунти.

В ході дослідження з використанням таких методик, як «Тест Інтернет-залежності» К. Янг, «Опитувальник фабінгу» Е. Карадаг (адаптація О. Гурової) та методика К. Ріфф нам вдалося частково підтвердити висунуті на початку роботи гіпотези. Варто додати, що експеримент проводився у лютому– квітні 2022 року, участь взяла 51 людина, а саме: 28 хлопців та 23 дівчат у віці від 14 до 25 років

Майже у кожного четвертого респондента ми виявили високу схильність до Інтернет-адикції з допомогою методики «Тест Інтернет-залежності» К. Янг (22% опитаних). Крім цього, у великої кількості користувачів гаджетів було зауважено початкові ознаки формування вказаного синдрому. Разом із тим доволі високий показник осіб із початковою або значною мірою залежності зауважено серед школярів (75%), тобто 3 із 4 школярів сьогодні у той чи інший спосіб проявляють інтерес до гаджетів та комп'ютерів. Студенти також не

надто відстають за цим рівнем (66% респондентів серед студентів, які належать до другої або третьої групи).

Використовуючи другу із вказаних методик, у 5 осіб було виявлено ознаки фабінгу (9,8% від загальної кількості опитаних). Варто додати, що усі вони увійшли у перші дві групи за результатами тесту «Інтернет-залежності» К. Янг. Крім цього, ще у 8 людей ми зауважили середню схильність до сказаної адикції (ще 16%). Тобто нам вдалося підтвердити гіпотезу про те, що фабінг сьогодні посідає відчутне місце інтернет-адикції загалом.

Рівень самооцінки та психічного здоров'я загалом у респондентів, відповідно до методики «*Шкали психологічного благополуччя*» К. Ріфф, доволі низький. Вкрай низький рівень психічного здоров'я мають 7 респондентів. І ще 17 осіб молодого віку характеризуються низьким рівнем психічного здоров'я. Тобто загалом 46% віз загальної кількості опитаних не високо оцінюють себе та стосунки із навколишній світом. Однак ми зауважили, що усі 5 осіб, які мають високий ризик фабінг-адикції (9,8%), мають вкрай низький або низький рівень психічного здоров'я. Однак ця взаємозалежність не завжди підтверджувалася у групі респондентів із середньою схильністю до фабінг-адикції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асєєва Ю. Проблемні питання класифікації кібер-адикцій. *Психологія і особистість*. 2020. № 2 (18). С. 23–39
2. Грушковська, О. Віртуальна реальність у контексті сучасного соціуму. *Теоретичні положення соціологічних розвідок*. 2018. №2. С.11–15.
3. Гурова О. Психологічна профілактика кіберзалежності в учнівської молоді. *Психологічні технології взаємодії суб'єктів освітнього простору: Методичні рекомендації / за науковою редакцією академіка НАПН України С.Д. Максименка*. К.: Видавничий Дім «Слово», 2020. С. 39–43
4. Гурова О. Психолого-педагогічна профілактика фабінгу засобами інформальної медіаосвіти. *Актуальні проблеми психолого-педагогічного супроводу та розвитку суб'єктів спортивної діяльності: Матеріали II Всеукраїнської наукової електронної конференції (м. Київ, 22 жовтня 2019 р.) / Відповід. ред.: Т. М. Булгакова*. Київ, 2019. С. 76–78
5. Гурова О. Фабінг: психологічні причини та наслідки. *Медіатворчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі*. Збірник наукових праць; [укладач Чаплінська Ю.С.; літ.ред. Н.Л. Дятел] / Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. С. 123–124
6. Камінська О. В. Авторська класифікація інтернет-залежності за критерієм провідного мотиву використання мережі. *Молодий вчений*. 2015. № 2(4). С. 210-213.
7. Камінська О. В. Соціально-психологічний тренінг як метод корекції інтернет-залежності молоді. *Проблеми політичної психології*. 2014. Вип. 1. С. 359-367

8. Камінська О. Психолінгвістика віртуальної комунікації в контексті залежності від соціальних мереж. *Psycholinguistics*. 2019. Vol. 25, Iss. 1. С. 147-164
9. Козловець М.А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 558 с.
10. Костюк І. Одночасно скролю соцмережі й розмовляю з другом: що таке фабінг і чому він небезпечний. *The-village*. 13.04.2018. URL <https://www.the-village.com.ua/village/business/business-ethics/310101-fabing> (дата звернення: 12.04.2022)
11. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія*. 2015. Т. 20, Вип. 3(1). С. 62-70.
12. Малєєва Н. С. Комунікативна поведінка залежних від соціальних мереж користувачів. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2016. Вип. 1. С. 74-78
13. Махній М. Фабінг: у полоні "синдрому втрачених можливостей"?.. *Укропчик*. 18.05.2018. URL <https://ukropchiki.com/blog/2774/fabinh-u-poloni-syndromu-vtrachenykh-mozhl> (дата звернення: 12.04.2022)
14. Месенджери Telegram та Signal стрімко набирають популярність в Україні. *It sider*. 2022. 1 квітня. URL : <https://itsider.com.ua/mesendzhery-telegram-ta-signal-strimko-nabyrayut-populyarnist-v-ukrayini/> (дата звернення: 12.04.2022)
15. Мірошнікова А. Як пандемія змінює життя дітей: висновки опитування. *Освіторія*. 28.11.2021. URL: <https://osvitoria.media/opinions/yak-pandemiya-zminyuye-zhyttya-ditej-vysnovky-opytuvannya/> (дата звернення: 1.04.2022)
16. Пирлик М. А. Організація психологічного тренінгу з формування адекватної самооцінки як умови зниження агресії у підлітків. *Вісник*

Одеського національного університету. Серія : Психологія. 2013. Т. 18, Вип. 22(3). С. 31-37

17. Плюс 2 млн користувачів. Чим українці займаються в інтернеті у 2021 році (інфографіка). Фокус. 31.08.2021. URL: <https://focus.ua/uk/digital/491571-plyus-2-mln-koristuvachiv-chim-ukrajinci-zaumayutsya-v-interneti-u-2021-roci-infografika> (дата звернення: 8.03.2022)

18. Ржеуський А. В. Соціальні мережі як компонента віртуальної комунікації. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2013. № 3-4. С. 184-188.

19. Сергійчук Н. Фабінг норма або загроза для відносин?. The Point. 27.05.2020. URL: <https://thepoint.rabota.ua/fabinh-norma-abo-zahroza-dlya-v-idnosyn/> (дата звернення: 12.04.2022)

20. Скоробагатська О. Проблема Інтернет-залежності підлітків у сучасних психолого-педагогічних дослідженнях. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2019. № 10. С. 186-200.

21. Спащенко Г. М. Новітні способи формування комунікативних навичок студентів. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"*. Серія : Економічна теорія та право. 2018. № 2. С. 319-320

22. Тетерятник Б.С. Діджиталізація та діджиталізація в контексті віртуалізації господарської діяльності. *Право та інновації*. 2018. №3. С. 180-184

23. У 2021 році YouTube став найпопулярнішою соцмережею серед українців, але молодь віддає перевагу TikTok — дослідження. *Детектор media*. 2022. 20 січня. URL : <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/28838/2022-01-20-u-2021-rotsi-youtube-stav-ayropulyarnishoyu-sotsmerezheyu-sered-ukraintsiv-ale-molod-viddaie-perevagu-tiktok-> (дата звернення: 12.04.2022)

24. Федоренко С. В. Корекційна тренінгова програма для сприяння зниженню комп'ютерної залежності та для самопізнання студентів. *Практична психологія та соціальна робота*. 2013. №1. С. 28–39.
25. Чигрин А. Коли гаджет цікавіший за життя. Що таке фабінг і чому він став епідемією нашого часу? *ВІТ.UA*. 6.12.2021. URL: <https://bit.ua/2021/12/koly-gadzhet-tsikavishyj-za-zhyttya-shho-take-fabing-i-chomu-vin-stav-epidemiyeu-nashogo-chasu/> (дата звернення: 12.03.2022)
26. Шатирко Л.О., Гурова О.В. Психологічна профілактика фабінгу як одного з проявів кіберзалежності в інформальному освітньому просторі. *Ціннісна взаємодія обдарованої особистості в освітньому просторі: тези доповідей ІХ наук.-практ. семінару.*, 24 жовт. 2019 р. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2019. С. 120–121
27. Що таке фаббінг і чому з ним треба боротися? Support me. URL: <http://supportme.org.ua/teenage/phubbing>
28. Юр'єва Л. М. Новий інструмент у діагностиці кіберзалежності. *Український вісник психоневрології*. 2021. Т. 29, вип. 3. С. 57-62.
29. Яворська Л. М. Фактори становлення психологічного благополуччя особистості / Л. М. Яворська, Г. С. Філоненко. // *Наука і освіта*. 2014. №12. С. 212–220.
30. Яка соціальна мережа найпопулярніша в Україні дослідження. *Bit.ua*. 2019. URL: https://bit.ua/2019/09/social_media/
31. Яцюк Н. Психологічні умови корекції самооцінки у підлітків. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2020. Вип. 36. С. 30-32.
32. Ryff C. The Structure of Psychological Well-Being Revisited / C. Ryff, C. L. M. Keyes // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. Vol. 69. № 4. P. 719-727.
33. Young Kimberly, Cristiano Nabuco de Abreu *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. John Wiley and Sons, 2010. 226 p.

34. Young K.S. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology and Behavior*. 1998. V. 1. P. 237-244.

