

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Інститут управління, психології та безпеки

Кафедра практичної психології

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ ХЕЙТЕРА
(на прикладі аналізу соціальних мереж)

кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти
освітнього ступеня «бакалавр»
Кароліни СКАКУНОВОЇ
4 курсу денної форми навчання
спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Психологія»

Науковий керівник:
викладач кафедри практичної психології
Наталія КАЛЬКА

Рецензент:
доктор психологічних наук, професор
Зоряна КОВАЛЬЧУК

Кваліфікаційна робота допущена до захисту

« ____ » _____ 2023 р., протокол № ____

Т.в.о. завідувача кафедри практичної психології
доктор психологічних наук, доцент

_____ **Євген КАРПЕНКО**

Львів
2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ	
ОСОБЛИВОСТЕЙ ХЕЙТЕРСТВА ТА ХЕЙТЕРІВ	6
1.1. Особливості та психологічні характеристики хейтерства	6
1.2. Трагування хейтерства у психологічних теоріях та концепціях.....	7
1.3. Причини, фактори, ознаки та види хейтерства в соціальних мережах.....	10
1.4. Особистісні особливості хейтера: компоненти структурної моделі.....	12
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ	
ХАРАКТЕРИСТИК ХЕЙТЕРА	18
2.1. Характеристика вибірки, методів та методик дослідження.....	18
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....	19
2.2.1. Аналіз та інтерпретація аватарок та профілів.....	19
2.2.2. Аналіз та інтерпретація висловлювань та емодзі.....	24
2.2.3. Аналіз та інтерпретація опитувальника «Хейтер...».....	26
ВИСНОВКИ	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Все частіше світ почав зіштовхуватись із негативом, а саме із терактами, карантинами, локдаунами і війнами, що у свою чергу породжує хвилю хейту на ненависті у суспільстві. Через обмеження, правила та порушення безпекових норм соціальна одиниця країни зазнає внутрішньо-особистісних непорозумінь. У таких ситуаціях перед суспільством постає питання вартості моральних цінностей і нові випробування, у яких одна загроза потрапляє під іншу, що провокує суспільний шторм, а сучасним словом – хейт, який часто супроводжує або ж наслідком кібербулінгу.

Однією із найпоширеніших і популярних форм непорозумінь, що в останні роки активно поширюється у соціальних мережах хейтерство.

Вітчизняні дослідники описуючи насильство, цькування, агресію у віртуальному просторі вживають наголошують на зростанні інформаційного терору, що реалізовується саме через хейт.

Тому із збільшенням у світі виникає загрозливих для життя суспільства ситуацій тим більше хейту і ненависті буде породжено. Адже у психоемоційній сфері особистості буде викликаний психологічний захист або ж емоційний викид.

У зв'язку із віртуалізацією сучасного соціального життя у ньому з'являється багато простору для висловлення ворожості та ненависті особами, що проводять багато часу та є активними споживачами контенту соціальних мереж.

Особистість, що активно продукує та поширює кіберненависть або хейт характеризується наявністю певних особистісних якостей. Такі особи фокусуються не на негативі і особливий інтерес у них викликають факти, провальні, неуспішні факти та історії з життя інших осіб. Проте навіть у позиві вони завжди віднаходять негативний підтекст, відразу ж використовуючи це як можливість для цькування та прояву спектру власних негативних емоцій.

Відповідно до вищезазначеного актуальністю даного дослідження є вивчення передумов, причин та особистісного профілю хейтерів задля

формування алгоритмів коректної взаємодії з такими особами у віртуальному просторі та уникнення проявів кібербулінгу з їхнього боку.

Метою дослідження є на основі теоретико-емпіричного дослідження встановити особистісні особливості хейтера.

Поставлена мета обумовила вирішення наступних **завдань**:

1. здійснити теоретичний аналіз особливостей прояву хейтерства;
2. проаналізувати сутність хейтерства у зрізі психологічних теорій та концепцій;
3. описати причини та фактори виникнення хейтерства;
4. охарактеризувати особистісні особливості хейтерів;
5. провести емпіричне дослідження особистісних якостей хейтера.

Об'єкт дослідження: особистість хейтера.

Предмет дослідження: особистісні особливості хейтера.

Теоретико-методологічною базою є наукові розробки та дослідження кібербулінгу О. Блискун, Р. Ковальські, О. Лапа, С. Лімбер, І. Лубенець, Л. Найдьонова, В. Ролінський, С. Стельмах, А. Чернякова. Важливим та цінним теоретичним підґрунтям дослідження виступає концептуалізація ненависті я негативної емоції ставлення (Г.Олпорт, К. Ройзман, Г.Стенберг), розуміння ненависті як негативного ставлення до певного об'єкта, що визначає поведінку особи та дії (Д. Хавер) та гостру реакцію на певні значущі події в житті іншої людини, що супроводжуються інтенсивними почуттями, фізичними симптомами та бажаннями негативних дій.

Теоретична значущість дослідження базується на теоретичних дослідженнях, підходах та концепціях поглибити розуміння психологічних особливостей хейтера та хейтерства як сучасної форми кібербулінгу.

Практична значущість полягає у використанні результатів дослідження з метою побудови адекватного алгоритму взаємодії та реагування на осіб, що реалізують хейт у соціальних мережах як форму прояву кіберненависті та пошуку екологічного способу проживання негативних емоцій, які спрямовують хейтери.

Методи та методики дослідження. Для досягнення мети дослідження та розв'язання поставлених завдань було використано теоретичні (узагальнення, систематизація, моделювання), емпіричні методи (опитування, якісний аналіз), та методи кількісної обробки отриманих результатів.

Структура роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (20 позицій) та додатків.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ХЕЙТЕРСТВА ТА ХЕЙТЕРІВ

1.1. Особливості та психологічні характеристики хейтерства

У сучасному публічному дискурсі ненависть в інтернеті є соціальною проблемою глобального масштабу. Висловлювання неаргументованої негативної оцінки інших, прояв ненависті процвітає в середовищі, де «громадська думка більше залежить від захоплюючих емоцій і суб'єктивних переконань, ніж від об'єктивних фактів». Тому все частіше у соціальних мережах поширюється негатив та ненависть формою вираження яких стало хейтерство.

Вважається, що першочерговою метою хейтерства є публічне вираження негативного ставлення до певної особи чи предмета. Тому, акт ненависті вважається успішним, навіть якщо він не викликає жодної реакції в інших. Це чітко відрізняє ненависть від тролінгу, мови ненависті та кіберпереслідування, які мають на меті викликати певну реакцію в інших людей.

Найчастіше науковці трактують хейтерство як:

- 1) агресивні, навмисні дії, які здійснюються групою або окремою особою з використанням електронних форм комунікації, повторно чи з плином часу проти жертви;
- 2) агресивну поведінку особи, частіше підлітка, яка здійснюється проти конкретної особи засобами електронної комунікації;
- 3) новітню форму агресії, що передбачає жорстокі дії з метою дошкулити, зашкодити, принизити людину за допомогою інформаційно-комунікативних засобів [17;18].

Також хейтерство передбачає переживання і вираження ненависті в Інтернеті як діяльності, що пов'язана із негативною оцінкою особи чи об'єкта переважно з метою вираження свого негативного ставлення до цієї особи чи предмету, незалежно від того, чи завдасть це реальної шкоди конкретній особі, це спровокує реакцію інших чи втратиться цінність даної соціальної групи. Ця

мета відрізняє ненависть не лише від мови ненависті, тролінгу та кібербулінгу, але й від тих форм вираження негативного ставлення, таких як критичні відгуки, які спрямовані на надання інформованої думки про певну особу чи об'єкт.

Ненависть не має на меті висловити обґрунтовану думку, а просто висловити негативне ставлення, яке є аргументованим і сприймається як неконструктивна критика.

Варто зазначити, що ненависть супроводжує кожного протягом усього життя: особливого загострюється у підлітковому та юнацькому віці, підсилюючись гормонами і у похилому віці, базуючись загалом на тенденції до домінування негативних емоцій.

А. Фішер у дослідженнях ненависті зазначає на зв'язок з іншими емоціями, такими як помста, гнів та презирство [20; с.310]. Часто презирство називають холодною версією ненависті. Проте презирство інколи може поєднуватися і з ігноруванням, а у ненависті людина не може залишатися байдужою: вона прагне позбутися об'єкта своєї ненависті (фізично, соціально тощо).

1.2. Тракткування хейтерства у психологічних теоріях та концепціях

Для глибшого розуміння виникнення хейтерства розглянемо тракткування природи ненависті як емоційно-почуттєвого прояву у зрізі різноманітних психологічних теорій та концепцій.

Так, у психоаналітичній теорії З.Фрейда ненависть визначається як глибоко вкорінена сильна емоційна неприязнь. Вона визначається як его-стан, в основі якого бажання знищити об'єкт свого ворожого ставлення [17]. Ненависть є емоцією, що маскує особисту невпевненість. Вона травмує особу емоційно, фізично та морально.

Ненависть та агресію, яку вона породжує можна пояснити через захисні механізми ідентифікації, проекції та заперечення.

М.Кляйн пояснює, що у результаті проєктивної ідентифікації неприйняті частинки Его приписуються іншій людині і викликають негативні емоції та невдоволення. Під час проєктивної ідентифікації людина не повністю заперечує те, що прогнозує, проте приписує неприйняті та небажані думки іншому. Тому ненависник може звинувачувати іншу людину в ненависті до неї і через такі дії ця людина починає ненавидіти його [17].

У теорії селф-психології Г.Кохута зазначається, що людина здатна переживати амбівалентності: як любити, так і ненавидіти і при цьому не відчувати себе винною. Такі особи менше схильні до прояву ворожості [17].

Проте часто в підлітковому та дорослому віці особа може потребувати і відповідно наживати собі ворогів. Часто через нехтування або жорстке та авторитарне поводження батьків, психологічне насилля може з'являтися ненависть стосовно інших людей як результат недоотриманої уваги з сім'ї і бажання заявити про себе в такий спосіб.

Згідно теорії політичної соціалізації людина вчиться відповідати цінностям і нормам групи, до якої належить. Тому батьківське ставлення, формальне та неформальне коло спілкування є тими джерелами, де особа дізнається і вчиться ворожнечі та ненависті. У зв'язку з цим образ ворога може сприйматися як закономірний елемент системи.

Також варто зазначити, що ненависть може базуватися на сукупності певних емоцій (провина, тобто перекладання провини на особу того, до кого є ворожість та ненависть) та ставлень (звинувачення, легше звинувачувати інших, аніж себе).

Також існують підходи згідно яких огида та відраза, емоції, що часто є передумовами виникнення ненависті є захистом від шкідливої поведінки., тобто біль дає силу, необхідну для мобілізації і втечі від джерела болю. Тому ненависть допомагає подолати страх і сприяє боротьбі з болем. Цей підхід базується на так званому униканні токсинів, проте він спрямовує людину від болі до ненависті.

Існує також концепція, що базується на трактуванні ненависті з позиції зменшення страху. Згідно неї ненависть руйнує страх всередині і породжує бажання «вбити або бути вбитим». Тому страх робить особу слабшою, а ненависть навпаки- сильнішою і активізує інстинкт виживання.

Часто допомагає виживати і водночас породжує ненависть упередження до визначення небезпеки. Його суттю є на основі підозрілості та обережності стосовно інших, а інколи надмірному узагальненні або когнітивному спотворенні залишатися сильнішим і дозволяти принижувати та знецінювати іншого, проявляти ворожість, антипатію та ненависть.

Також через несприйняття «інакшості» людини особа може давати собі внутрішній дозвіл на емоційне та моральне знищення її. Через певну несумісність може проявляти неповагу, невдоволення, а згодом і ненависть.

Згідно когнітивних теорій поява когнітивних спотворень у людини дає простір для продукування ненависті як емоції через максимізацію негативних моментів у іншої людини і мінімізацію позитивних.

Також поляризованість та дихотомічність мислення сприяє проявам ненависті та ворожості («всі погані», «світ жорстокий») внаслідок чого виникає потреба знищити іншого.

На думку Дж.Сулер варто також наголосити на ефект розгальмовування в мережі, що сприяє прояву негативних емоцій через зняття психологічних бар'єрів. Основними факторами, що сприяють цьому є дисоціативна анонімність, невидимість, асинхронність, соліпсична інтроєкція, уява, мінімізація влади [19].

У зв'язку з вищезгаданим у кожного особи, що схильна до проявів хету, як правило, спостерігається чимало витіснених негативних емоцій та гостра потреба проектувати їх на іншого, отримуючи від цього свідому чи несвідому насолоду.

1.3. Причини, фактори, ознаки та види хейтерства в соціальних мережах

Хейтерство є достатньо новим явищем, проте його стрімке поширення у сучасному світі спричиняє негативний вплив на формування та емоційний розвиток особистості, погіршує її соціалізацію.

Часто хейтерство вважають прерогативою молоді, оскільки в його основі закладений максималізм, а зріла та доросла особа переважно гне витрачатиме силу, а не енергію на гнівні нападки у сторону інших.

Вважається, що перші хейтери з'явилися у молодіжному реперському середовищі, а потім це явище поширилося на представників інших видів діяльності і та культур.

У наукових дослідженнях виокремлено найбільший вплив мезофакторів та мікрофакторів на появу хейтерства. Серед групи мезофакторів можна виокремити ЗМІ, культура інтернет-поведінки, субкультури тенденції у певній групі.

Мікрофактори включають в себе (сім'ю, друзі, виховні організації) а також особливості індивіда, що має тенденцію до поширення хейту [11, с. 80].

Мезо – та мікрофактори є такими, що піддаються змінам та регулюються завдяки впливу.

Основними індивідуальними мотивами виникнення хейтерства є:

- заздрість (якщо людина не добивається своїх цілей, вона обов'язково ображатиме того, хто досягнув чималих результатів);
- особиста неприязнь (хейтер зазвичай через незадоволення іншим не прагне змінювати і вдосконалювати своє життя, а навпаки - обирає руйнувати життя іншої особи);
- поганий настрій, нудьга (особа, що не вміє долати і регулювати власні негативні стани проектує їх на інших);
- потреба в увазі (самотні та непримітні особи за обирають хейт як засіб та можливість заявити про себе);
- самоствердження (через приниження інших хейтер підкреслює власну значущість та унікальність);

- жага слави (яскраві навіть якщо негативні, провокативні пости чи коментарі здатні привернути увагу до особи);
- негативне мислення (здатність концентруватися на негативі).

Однією з важливих причин виникнення хейтерства є конфлікт ідентичностей, що полягає у надмірній асоціації себе з певною соціальною групою. Через власну невпевненість людина потребує зовнішніх атрибутів підтримки власного «Я».

Також спонукає та підживлює хейтерство відсутність відповідальності. Психологи вважають, що вона призводить до розмиття ідентичності, оскільки особа в мережі може переживати почуття невидимості (той, хто сидить по ту сторону монітора ображає, а інша особа не знає його і не може вплинути на нього, що водночас надає йому сили). Такий стан у хейтера називається деіндивідуалізацією.

У деяких працях науковців відповідно до частоти, інтенсивності та форми поширення виокремлюють ситуативний хейтинг, регулярний хейтинг та кібербулінг.

Ситуативне хейтерство носить одиничний характер і, як правило, пов'язано із бажанням вираження і вивільнення від негативних емоцій. Цей вид хейтерства не несе загрози репутації блогера.

Регулярне хейтерство полягає у постійному відслідковуванні контенту сторінок блогера і наявності негативних коментарів. Вільний час хейтер присвячує примноженню ненависті і породженню негативних емоцій у інших користувачів.

Кібербулінг є небезпечною формою хейтерства, оскільки присутня загроза для власника акаунта і організована постійна травля. При такій формі хейтерства чутливі користувачі можуть переживати фобічні стани та навіть суїцидальні думки і наміри.

1.4. Особистісні особливості хейтера: компоненти структурної моделі

Поняття "хейтер" походить від англійського слова "hater"- "ненависник", описує людину, яка витрачає свій час та особистісний ресурс на обговорення, оцінювання та негативне реагування на чужі досягнення, переваги та проблеми [8].

Для хейтерів головним та домінуючим емоційним переживанням є неприязнь, а в крайньому її прояві – ненависть.

Загалом, достатньо інформативним є визначення, хейтера як інтернет-користувача, який транслює ненависть, ображає, зневажає та провокує усіх, з чиею думкою не згоден. Часто вони можуть просто займатися тролінгом, тобто дражнити інших заради інфантильних розваг, а от інша група хейтерів може завдавати шкоди через погрози, залякування та переслідування людей в мережі.

Є також певна категорія хейтерів, які просто ненавидять («ненависть заради ненависті»). Часто з таким стикають публічні особи.

Психологи наголошують, що часто хейтери мають садистичні нахили, адже їм приносить задоволення біль та негатив у сторони інших. Також для них властивий низький рівень почуття самоідентичності, самосвідомості, відсутність впевненості, психопатичність, високий психотизм, звинувачення інших, когнітивні спотворення [19].

Вживання ненормативної лексики, лайка та приниження інших є свідченням невірноваженості та невпевненості хейтера, а постійний вихід негативних емоцій через соціальні мережі є свідченням слабкості Его.

Основними особливостями поведінки хейтера у соціальних мережах є:

- образа (ціллю є емоційне та нестримне вираження ненависті, відсутність критики);
- полярні судження (вони роблять висновки, орієнтуючись тільки на негативні сторони, не беручи до уваги позитивні аспекти);
- відмова від конструктивного діалогу (хейтерів неможливо переконати в чомусь чи домовитися);

- напади на інших користувачів (негатив хейтера має здатність розповсюджуватися на коментаторів, які стають на захисту особи, яку цькує ненависник);
- потік коментарів зазвичай хейтери не обмежуються одним коментарем, вони негативно висловлюються майже під усіма постами [2].

Розглянемо основні типи хейтерів відповідно до тактики та особливостей вираження негативу (Таблиця 1.1.) [2].:

Таблиця 1.1.

Типи хейтерів

№ з/п	Тип хейтера	Характеристика
1.	Моралфаг	Звинувачують власника сторінки в неетичному контенті або поведінці., апелюючи до релігії або власних моральних законів. Проте незважаючи на показове моралізаторство, цікавлять деталями особистого життя, погрожують карою і стражданнями.
2.	Біле пальто	Осуджують життя та поведінку власника акаунту, дають поради. Часто вони використовують псевдопривітний тон спілкування. Проте вони порушують особистісні межі і збирають довкола солідарних з їхньою думкою користувачів.
3.	Диванний експерт	Вони доносять свою думку як істину в останній інстанції. Їм властиві поверхневі знання, проте вони люблять будувати власні теорії та концепції. Вони відносять до харизматичних хейтерів і можуть приваблювати і перетягувати на свою сторону.
4.	Грамар	Цей тип хейтерів особливу увагу звертає на грамотність текстів. Часто вони включаються в бій, коли закінчуються аргументи. Вказуючи на помилки, хейтеру часто вдається самостверджуватися.
5.	Фанатик	Це радикальні прихильники якогось напрямку. Як правило, вони атакують компанії чи блогерів позиція чиїх не співпадає із їхніми цінностями. Вони можуть провокувати дискусії тим самим збільшуючи інтерес до публікацій та

		їхнє обговорення.
6.	Шовініст	Характеризується неприязню до інших за ознакою національності, статі, релігії, зовнішності. Вони розповсюджують стереотипи та соціальні установки
7.	Троль	В основі їхнього спілкування- провокація. Часто вони роблять інформаційні «вкидування» заради розваги або ж в чийось інтересах. У порівнянні з іншими вони не завжди притримуються думки, яку висловлюють.

На думку гештальт-терапевтки О. Сідун можна визначити основні 4 типи хейтерів за їх коментарями:

- **Заздрісник.** У своїх коментарях часто звертає увагу на зовнішність, у будь-який спосіб намагається принизити.
- **Порадник.** Нівелює досягнення порадами. Це такий собі псевдоексперт, що вважає свої думки та позицію єдино правильними і усіляким способом намагається нав'язати її.
- **Розумник.** Хочє завжди висловлювати свою думку. Це такий псевдоборець за права, який впевнений, що змінює світ на краще
- **Провокатор.** Пише образіві та огидні повідомлення, вживаючи нецензурну лексику. Його основне завдання, спроектувати власні негативні емоції та зруйнувати позитивні емоції інших [3].

Загалом, хейтери спрямовані на «суперечку заради суперечки», висловлення думки там, де є велика кількість осіб і є можливість розв'язати словесну війну. У їхніх висловлюваннях та текстах завжди присутні образи, які спрямовані на розпалювання ворожнечі.

Текстові повідомлення хейтерів завжди емоційні, у словах приховано «зчитується» агресія та провокація. Часто висловлювання хейтерів у мережі позбавлені сенсу та логіки. Їхні тексти зазвичай наповнюються нецензурними висловлюваннями, три крапками, різними знаками та знаками запитань, неграмотністю, помилками, неправильним тлумаченням слів, гнівними

смайликами та жорстокими картинками. У своєму спілкуванні вони відзначаються свободою комунікативних дій і відсутністю мовної цензури [5].

За результатами досліджень узагальнений портрет хейтера – це особа у віці до 30 років, у якої часто закритий профіль і безликі картинки на аватарці. Причина негативізму такої особи прихована у проблемах дитинства або бажанні статусності, оскільки заздрість вказує на порівняння та потребу визнання. Здебільшого це особи із заниженою самооцінкою, що мислять категорично та дихотомічно.

Як правило, хейтери діють замасковано: рідко називають справжні імена, використовують незрозумілі нікнейми, незрозумілі або агресивні аватарки.

Процес формування особистості хейтера включає наступні стадії:

- вироблення власної ідеології, символів, цінностей;
- визначення суб'єкта, на який будуть спрямовані агресивні дії; застосування словесної зброї;
- руйнування обраного суб'єкта [14].

Вважається, що хейтери завдяки негативу та ненависті, агресії в мережі компенсують власні невдачі та підвищують самооцінку. Дж. Карл зазначає, що хейтер - це людина, що може мати діагноз, спричинений надмірною заздрістю та ненавистю [3].

Також ненависники схильні додумувати образ своєї «жертви», надаючи їй багато негативних рис й у такий спосіб підсилювати свою агресію та невдоволення. Як правило, хейтери проєктують свої вади на тих, кого ображають.

Особливу увагу варто звернути на коментарі хейтерів, які є негативною проєкцією у висловлюваннях їхньої ненависті. Хейтер є повною протилежністю критика, а саме (Рис.1.1.)

Критик	Хейтер
<p><i>Освічений</i> <i>Грамотний</i> <i>Ерудований</i> <i>Компетентний</i> <i>Аргументований</i> <i>у висловлюваннях</i> <i>Відкритий</i> <i>Цінує репутацію</i></p>	<p><i>Малоосвічений</i> <i>Неграмотний</i> <i>Застрагаючий</i> <i>Некомпетентний</i> <i>Емоційний</i> <i>Підозрілий</i> <i>Скритний</i></p>

Рис.1.1. Порівняння критика та хейтера

Усіх сучасних хейтерів можна поділити на три категорії:

- Неадекватні особи. Їхня кількість дуже велика. Вони відвідують форуми та пабліки, активно хейтять та залучають до цього інших. Вони акцентують на гендерних відмінностях, матеріальному рівні, зовнішніх ознаках тощо.
- Хейтери-інстаграмери. До них відносять ненависників, що пишуть негативні коментарі під постами.
- Звичайні хейтери. Вони зазвичай залишають короткі негативні коментарі, а засудження є їхній ключовим інструментом впливу. Вони відкидають відповіді та прохання аргументації [5].

Загалом, хейтери відзначаються особистісними та поведінковими особливостями, що спричиняють провокації, конфлікти, ворожнечу та суперечки в інтернет-просторі.

Узагальнюючи результати ти теоретичних досліджень запропонуємо структурну модель особистості хейтера (Рисунок 1.2.):

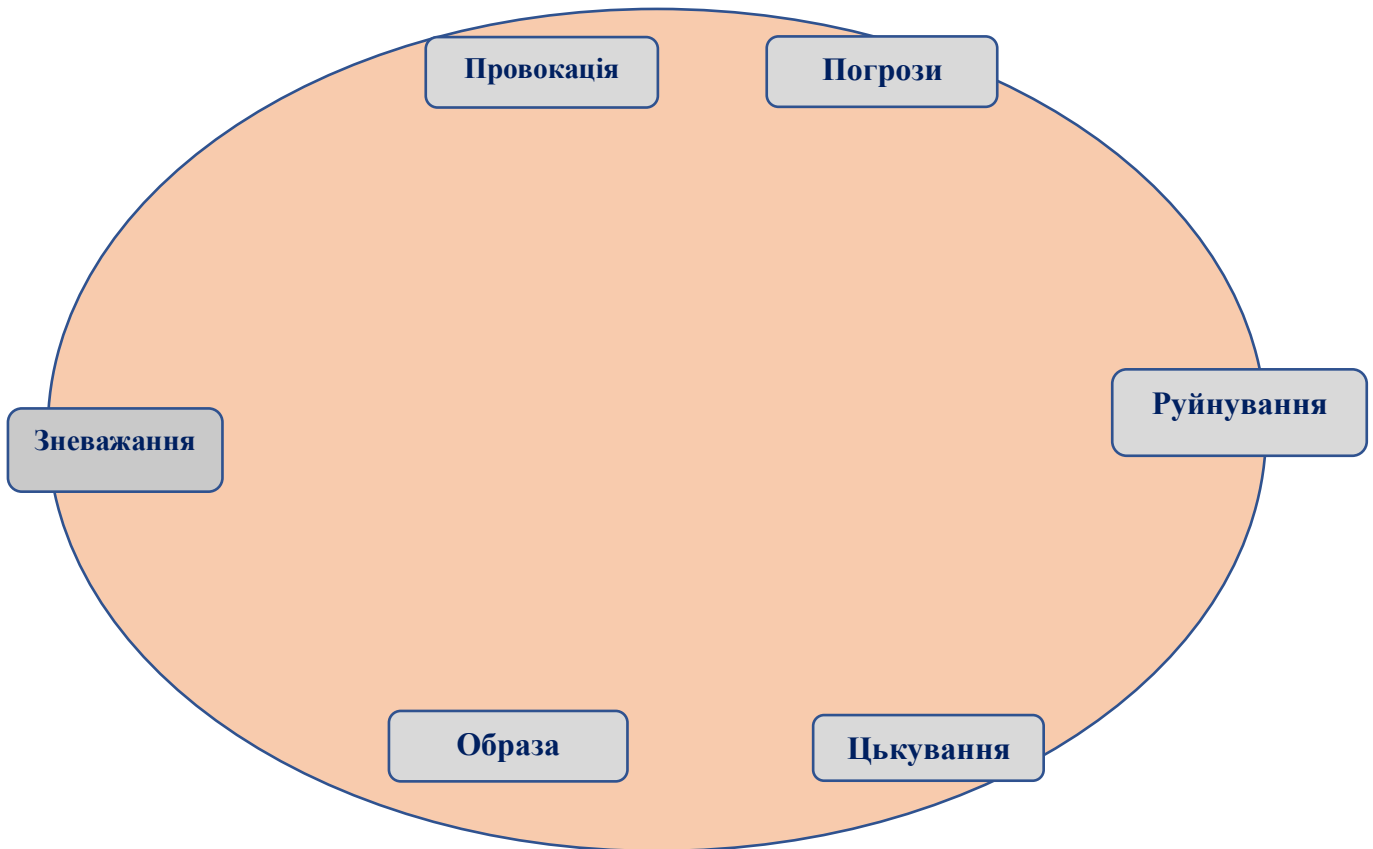


Рис.1.2. Структурна модель особистості хейтера

Усі складові особистісних сфер впливають на прояв поведінки у соціальній мережі у формі зневажання, цькування, образ, погроз, переслідування, що може призводити до бажання знищити морально та емоційно конкретну особу.

РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ХЕЙТЕРА

2.1. Характеристика вибірки, методів та методик дослідження

Дослідження проводилося з 17 листопада по 12 грудня 2022 року. До нього було залучено 30 осіб чоловічої та жіночої статі віком від 17 до 26 років. Особливістю цих осіб було те, що вони стикалися з хейтерством та були хейтерами у своєму житті.

Першим етапом дослідження був аналіз аватарок та особливості висловлювань у мережі обраних респондентів (Додаток 1,2).

Так, при аналізі аватарок ми брали до уваги зображення, які розміщували на них респонденти і відповідно окреслювали їх психологічні особливості [3;10].

Серед типових зображень, які можуть зустрічатися на аватарках дослідниками виокремлено наступні

- звірі (домашні (котики, цуценята, єноти);
- хижі (леви, тигри, пантери, вовки);
- фентезійні та казкові персонажі (гноми, ельфи, феї тощо);
- супергерої;
- фотографії з дитинства;
- відомі люди;
- гримаси, шаржі;
- чорно-білі фото;
- фото з відпустки;
- чужі фото;
- частини тіла;
- значки, логотипи, піктограми;
- відсутність аватарки (Додаток 3).

Під час аналізу висловлювань ми зосереджували увагу на змісті самого повідомлення, словах, що вживає хейтер та емодзі, яким супроводжується це висловлювання.

Другий етап дослідження полягав в узагальненні психологічних характеристик хейтерів. Для цього запропоновано користувачам і самим хейтерам описати їх 15-ма словами, продовживши речення «Хейтер -....».

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

2.2.1. Характеристика та інтерпретація аватарок

За результатами аналізу аватарок може зробити наступні висновки. Аватарки, що свідчать про бажання самовиразитись, але у даному випадку особи даного профілю не бояться показати істинне «Я» та демонструють впевненість та сміливість.

На одній із них спостерігаємо жінку середнього віку із яскравою червоною помадою, що говорить нам про експресивність та перевагу у холоречному прояві емоцій. Дана особа не боїться осуду, погляд впевнено спрямований на інших, що говорить у свою чергу нам прояви лідерських якостей або ж схильність до контролю та маніпулятивних методів спілкування (Рис.2.1.)

На другій аватарці навпаки можемо писати про фото обличчя у профілі чорно-білого кольору як ознаку несприйняття інших докола себе та дещо зарозумілість у плані егоцентризму. Дана особа вірогідно не вміє сприймати критику і поради у свій бік із позитивної точки зору, ховаючи себе справжнього. Невміння приймати дійсність свідчить про помірний рівень невпевненості. Але сміливість показати себе виривається на зовні. Можливо дана особа любить перебувати у центрі уваги та схильна до конфліктів (Рисунок 2.1.)



Рис. 2.1. Аватарки хейтерів

У наступних аватарках маємо художній розпис ока та мультиплікаційні очі. Обидва зображення свідчать про те, що за ними ховається зацікавлена людина, яка любить бачити все, що відбувається у її житті та житті інших. Така особистість характеризується допитливістю, вираженою егоцентричністю, а також обережністю, яку відчуває по відношенню до себе та оточення (Рисунок.2.2.).

Такі зображення частин тіла, зокрема ока, вказують на привертання уваги інших користувачів до себе, прояв слабкості та бажанню уваги та співчуття. У даної особи можна спостерігати замкнутість та антипатія по відношенню до інших.



Рис.2.2. Аватарки хейтерів

Також є ряд аватарок, які промовисто свідчать про домінуючу агресивну позицію особи, на них зображено елементи, що є прямим свідченням відкритої агресії (рот із зубами). Також варто звернути увагу на поєднання кольорів на аватарці (чорно-червоний та чорно-білий), що безперечно підкреслює переважаючий негативізм та накопичену злість та гнів (Рисунок 2.3)



< aggressive1488



2 254
Дописи Чита

Врош

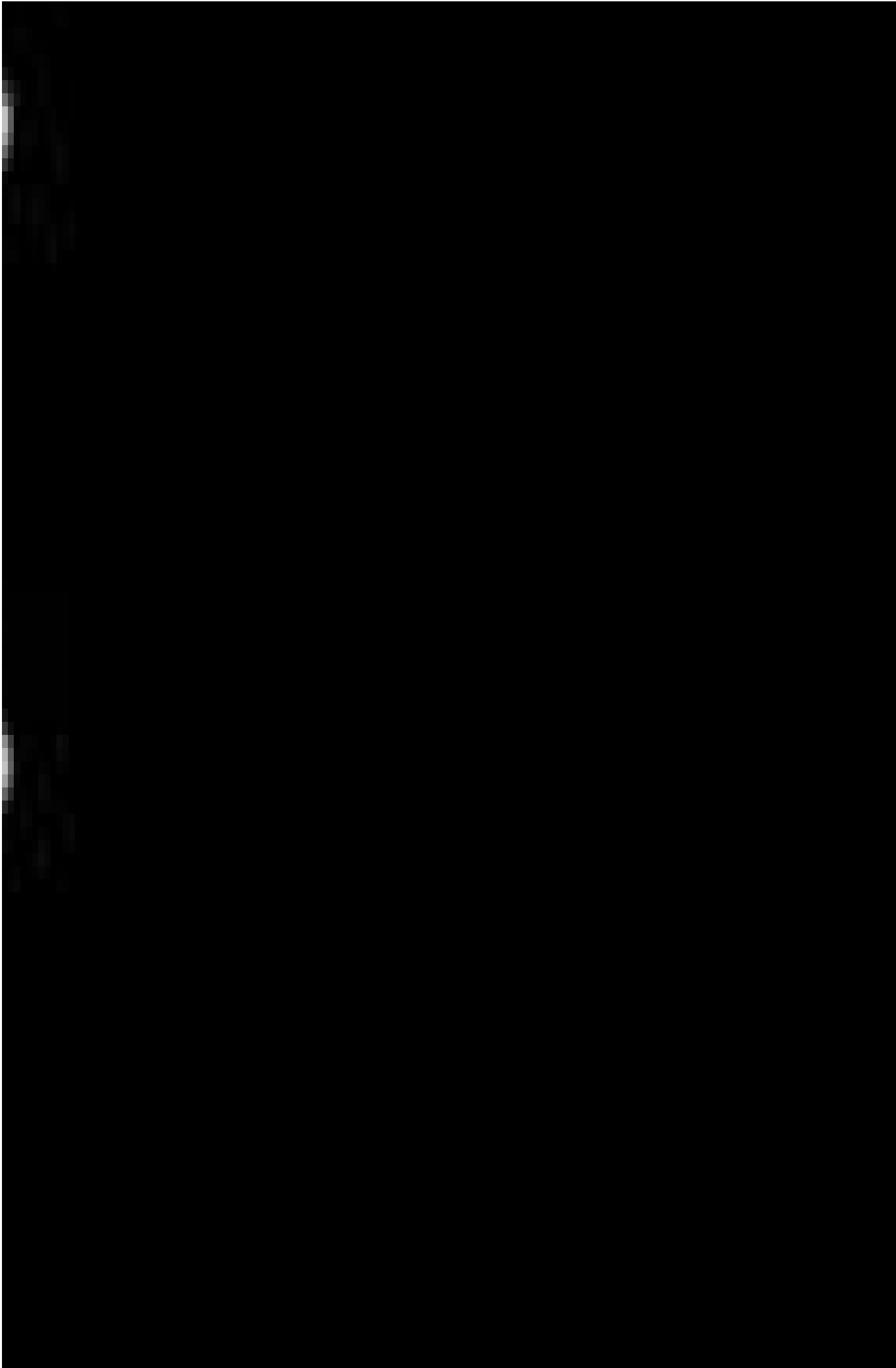


Рис. 2.3. Аватарки хейтерів

У даній вибірці визначено відсоток тих, хто стикався або ж навпаки не стикався з хейтом (Рисунок 2.4.).

75% респондентів стикались із хейтом, а от 25% не стикались. Ті, хто стикалися з хейтом ймовірно є достатньо емоційними, у них є агресивна складова емоційного прояву та вони користуються у житті механізмом психологічного захисту, а 25% тих осіб, які не стикались хейтом, бо ж скоріше його не ідентифікували як хейт, або ж ще на нього не проявляли жодної реакції, що говорить нам про високоінтелектуальних особистостей. Проте є і ймовірність, що дані особи не вважають доцільністю реагувати на хейт і є емоційно лабільними. Тобто у час, коли до них застосовувався хейт вони його витісняли та пригнічували свої емоції.



Рис.2.4. Респонденти, що зустрічалися з хейтерством у соц. мережах

Серед респондентів, що ідентифікують себе як хейтери визначено 78,6%, а 21,4 не вважають себе такими. Отже, кількісний показник тих, хто не стикався з хейтом впав до 21,4%. Тобто 3 або 4 людини які не стикались із хейтом у даний час були хейтерами.

78,6% осіб були хейтерами у своєму житті, а отже це свідчить про те, що вони дещо емоційно нестабільні, або використовують хейт, як спосіб задовільними внутрішню несправедливість, вирівняти емоційну напруженість і

водночас виправдати власне невміння до конструктивної розмови із співрозмовником (Рисунок 2.5.)



Рис.2.5. Результати відповідей на запитання «Чи вважаєте себе хейтером?»

Стосовно емоційних проявів у хейтера найчастіше зустрічається показник «Злість» сягнув 11 балів, «Негатив» сягнув 10 балів та «Заздрість» сягнула 8 балів по шкалі (Рис.2.6.).

Ці показники швидше за все свідчать дестабілізацію емоційної сфери, не загартованість до ситуації критичної для сприйняття.

Другими у послідовності є середні показники, такі як: «Критика» сягнула 7 балів, «Образа» сягнула 6 балів та «Агресивність» сягнула також 6 балів по шкалі.

У даному випадку у середніх показниках емоційні прояви, які б мали бути найвищими стали середньо-низькими. Це свідчить про те, що особа використовує негативні емоції критики, намагається образити і часом несправедливо, має прояви агресивності у некритичній для неї ситуації, тоді конфлікт лише у фазі непорозуміння. Проте, ми можемо говорити, що критика дорівнює власному знеціненню, образа дорівнює психологічному захисту або проєкції негативних емоцій, а агресивність дорівнює прояву фізично-сильної особистості, яка не вміє правильно словами довести думку співрозмовнику і викликати ще більшу агресію до самого ж себе.

Найнижчі показники, такі як «оскарження» та «невпевненість» мають 2 бали, а «закомплексованість» – 1 балу. Дані показники виступають причинами появи хету і можуть відноситися до одних з ключових характеристик хейтера.

Отже, оскарження ми проявляємо, якщо не згодні із думкою співрозмовника, невпевненість слугує нам невмінням проявити правильну думку, а отже викликати внутрішній сумнів та страх до неправильності, а закомплексованість викликає стид та сором перед певним шаблоном суспільства у всіх напрямках його розуміння (Рис.2.6).

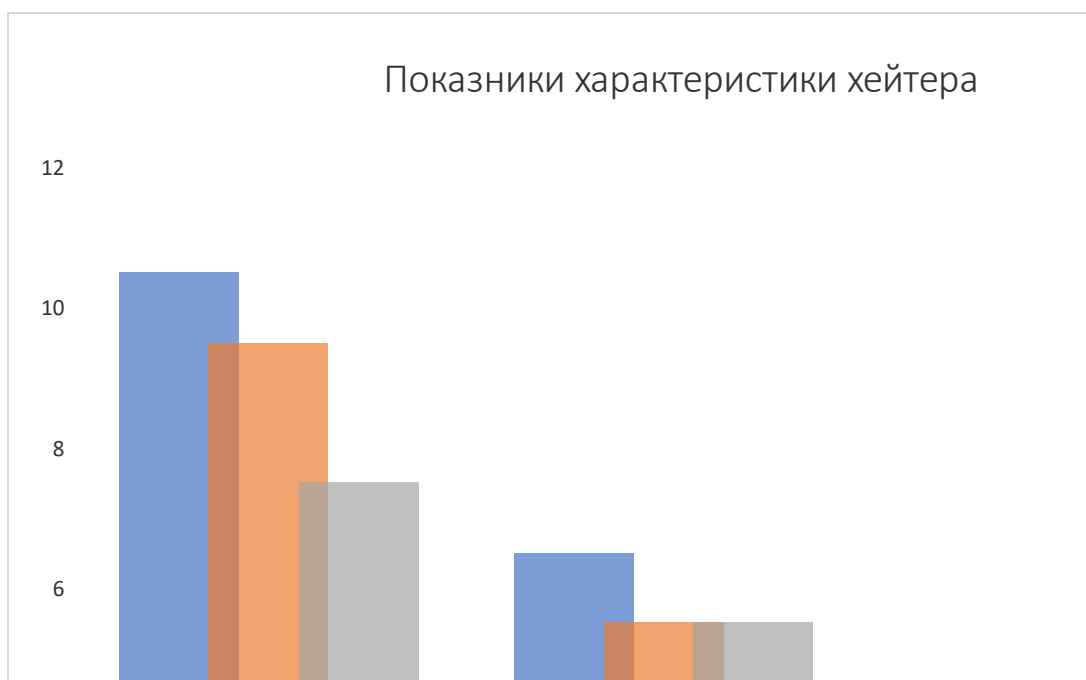


Рис.2.6. Емоційні прояви у хейтерів

2.2.2. Аналіз та інтерпретація висловлювань та емоцій

Щодо особливостей аналізу особливостей спілкування та емоції, які використовують хейтери, то наведемо найбільш промовисті коментарі хейтера із особистих профілів відомих блогерів із великою кількістю підписників.

Дані коментарі погруповані у 4 блоки які тим чи іншим чином відповідають за висвітлення у них сфер особистості (когнітивної, поведінкової, самосвідомості та мотиваційної) (Таблиця .2.2.).

Таблиця 2.1.

Приклади висловлювань хейтерів

	Сфери особистості	Приклади висловлювань
1.	Хейт з акцентом на когнітивну сферу	«...мдааа...розум у тебе Микита відсутній. Займись саморозвитком, бо отупієш..» «...факт того, що ти дурепа ясно. ...»
2.	Хейт з акцентом на поведінкову сферу	«...Олександр красень, а от Анна грає на публіку для того, щоб зацікавити аудиторію....сором...»
3.	Хейт з акцентом на сферу самосприйняття	«...хочу порадити себе як проф. майстра...а от ваша асистентка Володимир – лайно...»
4.	Хейт з акцентом на мотиваційну сферу	Ти ніяк не мотивуєш людей своїм прикладом, а лише смішиш...»

У блоці хейт з акцентом когнітивну сферу демонструє брак уваги зі сторони інших його близьких, бажання бути у центрі уваги та навіть прояв лідерських якостей. Проте у даному коментарі це звучить як хейт.

Також у коментарях хейтера було помічено висвітлення неприйнятної поведінкової сфери через призму осуду за поведінку інших. Ми бачимо, що хейтер використав образу спроектовану саме на жіночу стать, за гру на публіку, як нещире донесення інформації до аудиторії, що у свою чергу ми можемо говорити про ймовірність використання брехливості у житті самого ж хейтера.

Також бачимо висвітлення «Я»-концепції через призму власної цінності та ідеалізації хейтера. У даному випадку ми можемо говорити про високу самооцінку хейтера та його самоідеалізацію перед іншими, самовпевненість та деяку зверхність, що ймовірно присутня у його житті.

У висвітлення когнітивно-поведінкової сфери разом із мотиваційною через призму зауваження за неправильний власний приклад. У цьому коментарі

присутнє дещо агресивне зауваження за неправильний приклад припіднесений блогером – аудиторії. І жорстка нічим не підтверджена образа у вигляді лайливого висловлювання: «дурепа».

Тому можемо аналізувати, що присутність лайки, пряма образа та зауваження активно присутні у житті хейтера, та є для нього нормою у звичайному спілкуванні. Проте, у виправданні можемо сказати, що із дитячого віку чи підліткового увага на такі речі у батьків до дитини на різних стадіях виховання була відсутньою, що у свою чергу відобразилося у дорослому житті. Важливою мовою спілкування реєтерів є використання різноманітних емодзі, що символізують їхні негативні стани та емоції [13].

Стосовно аналізу емодзі , що трапляються у висловлюваннях хейтерів зустрічаємо наступні:

Таблиця 2.2.

Емодзі, які найчастіше використовують хейтери у своїх коментарях

№ з/п	Комбінація емодзі	Трактування
-------	-------------------	-------------

1.

Вказують на зневагу та незадоволення іншими, агресивні прояви

2.

Принизливе та зневажливе ставлення, обезцінення особи, намагання підкреслити свою значущість

3.

Незадоволення та образа, намагання зосередитися на негативних сторонах особи

4.

Агресія та невдоволення, бажання принизити особу

5.

Принизливе ставлення, відверта зневага

Як бачимо, такий набір емодзі підсилюють та допомагають хейтеру підкреслити своє зневажливе ставлення та демонструвати у такий спосіб агресію та злість. У коментарях хейтерів прослідковується постійне бажання додати емодзі навіть повторення одних і тих же негативних емодзі, що однозначно вказує на сильний прояв ворожості, негативізму, злості, ненависті та агресії.

Таблиця 2.3.

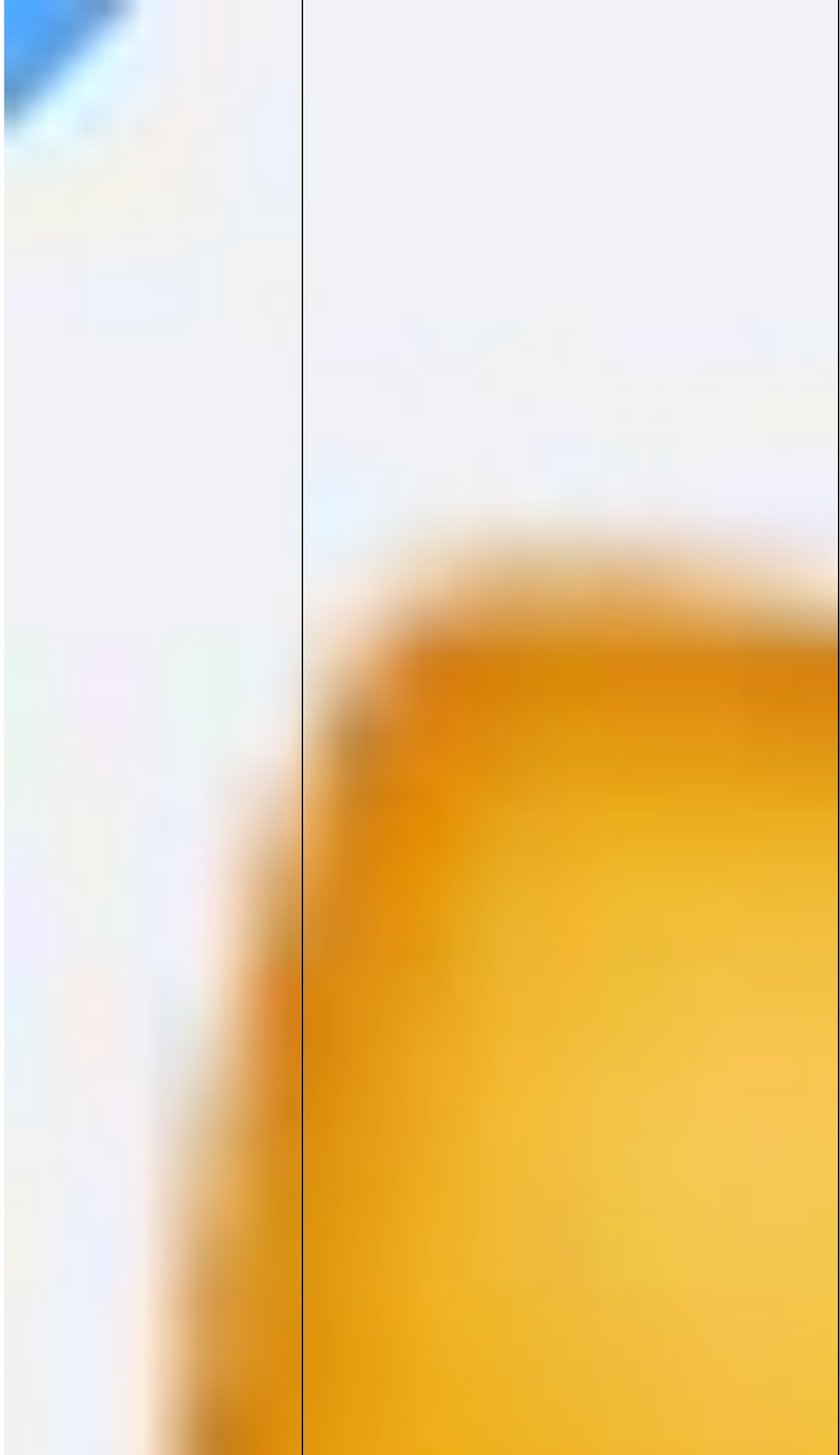
Емодзі, які найчастіше використовують хейтери чоловічої статі у своїх коментарях

№ з/П	Комбінація емодзі	Трактування
-------	-------------------	-------------

1.		Вказують на зневагу та незадоволення іншими, агресивні прояви
----	--	---

2.

3.



4.

Агресія та невдоволення, бажання принизити особу

Таблиця 2.4.

Емодзі, які найчастіше використовують хейтери у своїх коментарях

№ з/п	Комбінація емодзі	Трактування
-------	-------------------	-------------

1.

Принизливе та зневажливе ставлення, обезцінення особи, намагання підкреслити свою значущість

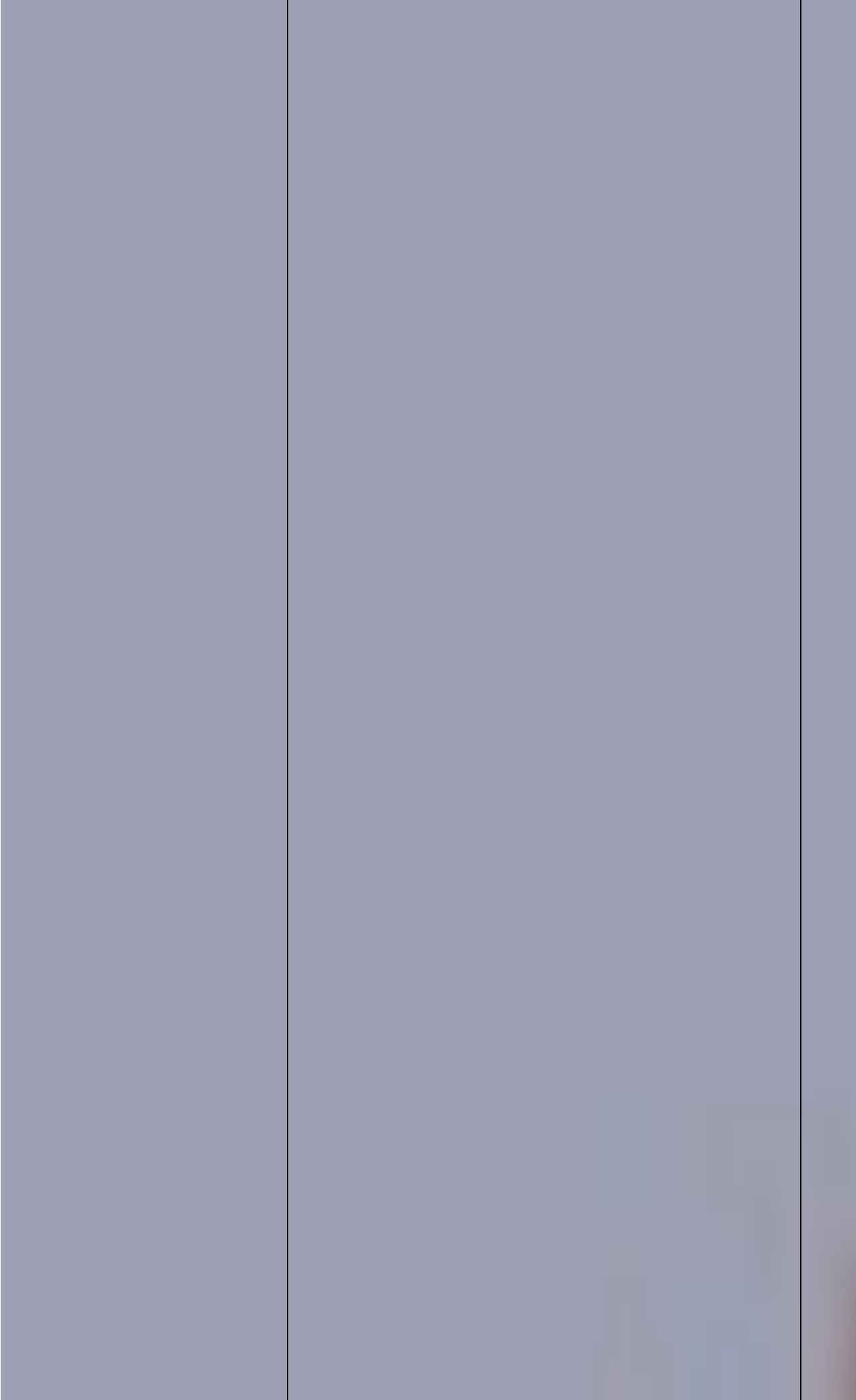
2.

Незадоволення та образа, намагання зосередитися на негативних сторонах особи

3.

Принизливе ставлення, відверта зневага

4.



2.2.3. Аналіз та інтерпретація опитувальника «Хейтер...»

Аналізуючи сукупність слів, якими досліджувані продовжували речення «Хейтер...» можна виокремити типові та згрупувати їх у наступні блоки (див. Рис. 2.7.)

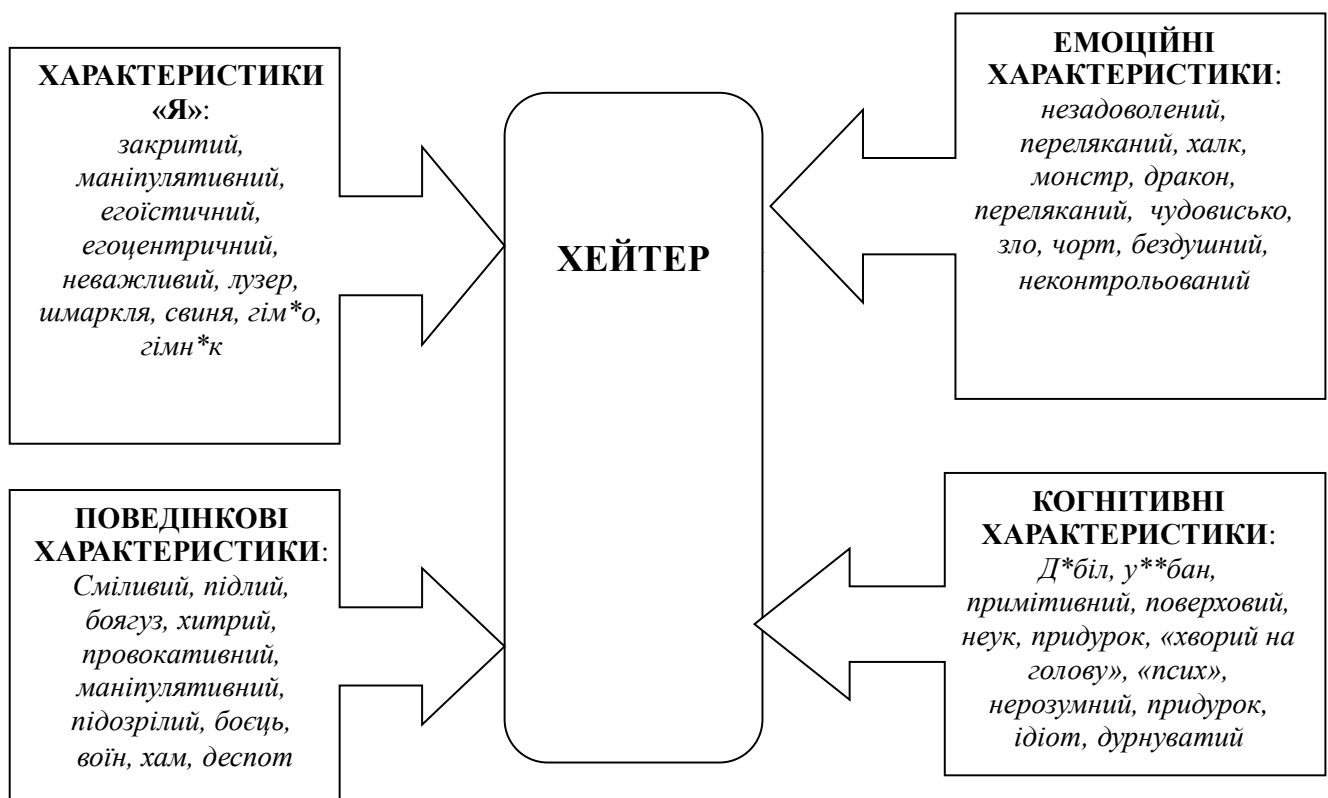


Рис.2.7. Результати за опитуванням «Хейтер....»

Варто зазначити, що серед основних характеристик найчастіше зустрічаються ті, які пов'язані з вираженням агресії, злості і ненависті, що відображають домінуючі емоційні переживання реїтера і виражені в таких словах, як «халк», «монстр», «дракон», «чорт» тощо.

У поведінкових характеристиках акцент зроблено на сміливій, впевненій та зухвалій поведінці засобом якої швидше за все хейтер хоче самостверджуватися. Це символізують наступні слова, які часто виживали респонденти для опису рейтера «воїн», «боєць», «хам», «деспот».

Характеристики самосвідомості вказують на зосередженість на власному Я, егоїстичність та зневажання інших. Проте варто зазначити респонденти у адресу хайтера також вживають такі ж зневажливі слова («шмаркля», «свиня», «гім*о», «гімн*к»)

Стосовно характеристик когнітивної сфери помітно, що домінуючими є вказівка на низький інтелект, поверховість та примітивність мислення, відображається у таких словах, як от «нерозумний», «примурок», «д*біл», «ідіот», «дурнувятий».

У представників жіночої та чоловічої статі було визначено особливості у вербальних характеристиках хейтера. Так, жінки.

ВИСНОВКИ

Хейтерство визначають як різновид кібербулінгу в основі якого агресивні та насильницькі дії певної особи в онлайн –просторі. Причинами хейтерства визначають вплив як соціальних, так і особистісних чинників. Серед соціальних чинників виокремлюють особливості впливу ЗМІ, сім'ї, друзів, неформальних груп а до особистісних чинників – заздрість, неприязнь, жагу вдали, потребу в увазі та самоствердженні.

Визначено, що хейтерами стають доволі молоді особи, які незадоволені собою і прагнуть успіху, тому знецінюють та критикують успіхи та досягнення інших засобами негативних коментарів та кіберненависництва.

Визначено, що основними характеристика хейтера є домінування негативних емоцій, задасть, ненависть, загальна тенденція до негативізму, незадоволеність усім, невпевненість в собі, скритість, підозрілість, агресивність, категоричність та дихотомічність мислення.

Усі вищезгадані особливості ми поділили на окремі сфери, що відображені у структурній схемі особистості хейтера, а саме сфері самосвідомості (Я-концепції), комунікативній сфері, емоційно-почуттєвій сфері та когнітивній сфері.

Особливості прояву особистісних якостей у відповідних сфера виражають у поведінці у соціальних мережах через зневагу, цькування, погрози, залякування, руйнування та провокацію.

За результатами дослідження вдалось з'ясувати, що особи, до яких не застосовувався хейт, насправді частково самі ж були хейтерами.

Щодо переважаючих особистісних характеристик особистості хейтера то вони розподілилися між такими основними сферами, як поведінкова, когнітивна, емоційна та комунікативна.

Найчастіше хейтерів описують, як злих, агресивних, невдоволених, хитрих, егоцентричних, егоїстичних та заздрісних осіб. У структурі їх особистості помітною є здатність до образ, знецінення, ненависті, гніву та злості.

Злість, негативізм та заздрість можна віднести до першопричини прояву хейту.

У вибірці нашого дослідження хейтера описують як того, хто критикує, ображає і проявляє агресію, погрожує і це було зафіксовано проявом погрози.

Стосовно емоційних проявів у хейтера найчастіше зустрічається показник «Злість», «Негатив» та «Заздрість».

Найнижчими були оскарження, невпевненість та закомплексованість, що свідчить про невміння правильно презентувати себе у соціумі та свою позицію.

Серед основних характеристик хейтерів найчастіше зустрічаються ті, які пов'язані з вираженням агресії, злості і ненависті.

У поведінкових характеристиках акцент зроблено на сміливій, впевненій та зухвалій поведінці, засобом якої швидше за все хейтер хоче самостверджуватися.

Характеристики самосвідомості вказують на зосередженість на власному Я, егоїстичність та зневажання інших.

Стосовно характеристик когнітивної сфери помітно, що домінуючими є вказівка на низький інтелект, поверховість та примітивність мислення.

Беручи до уваги запропоновану модель особистісних якостей хейтера, можемо зазначити, що справді домінуючими у структурі особистості є характеристики емоційної, когнітивної, комунікативної та сфери самосвідомості. Проте варто зазначити, що респонденти також акцентують на поведінкових характеристиках, таких як хитрість, маніпулятивність, підступність тощо.

За результатами проведеного дослідження мети досягнуто та усі завдання виконано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бер Дж. Привітайте своїх хейтерів: як позитивно ставитися до скарг і утримувати своїх клієнтів / пер. з англ. М. Хандога. Харків: Ранок: Фабула, 2019. 238 с.
2. Волошина О. Хейтери – хто вони?
URL: <https://tsn.ua/lady/psychologia/ona/heytery-hto-voni-665914.html>.
3. Греськів О. «Феномен аватарки»: нова форма самоідентифікації чи симулякр?
Студентський науковий вісник. 2017. № 41. С. 90-92.
4. Дейнека О. Коли захейтили у соцмережі. Як відповідати коментаторам: поради інфлюенсерів та психолога URL: <https://rubryka.com/article/zahejtyly-u-sotsmerezhi/>.
5. Іванишин Н.Л. Концепт hate speech у медіа-дискурсі. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. №7.2020. С30-34.
6. Ісакова Т.О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Політика. Стратегічні пріоритети*. №4. 41. 2016. С.90-97.
7. Карась О. Хейт і хейтери. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/heyti-heytery-kak-sebya-vesti-esli-stal-zhertvoy-nezhelatelnogo-vnimaniya-v-seti-1231744.html>
8. Локтєв О. Хейт і хейтери: як себе вести, якщо став жертвою небажаної уваги в мережі URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/heyti-heytery-kak-sebya-vesti-esli-stal-zhertvoy-nezhelatelnogo-vnimaniya-v-seti-1231744.html>.

9. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи. URL: http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/guidelines_hatespeech_media.pdf
10. Мудрик О. Визначення індивідуальних властивостей особистості на основі аналізу аватарок. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти: збірник наукових праць*. – 2019. – Випуск 9. – С. 287-291.
11. Повна енциклопедія етикету: / уклад. О. Кривошей. Донецьк: Глорія Трейд, 2010. 384 с.
12. Полєшко Н. С. Хейтери віртуального простору: соціально-психологічний аналіз культури поведінки. *Стан та перспективи розвитку культурологічної науки: зб. тез доповідей V Міжнародної наук.-практ. конф.* / [редкол.: Н. В. Федотова (гол. ред.) та ін.]. Миколаїв: МФ КНУКіМ, 2019. Ч.2. С.98-100. URL: http://libs.mfknukim.mk.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1344/Полєшко_98-100.pdf?sequence=1&isAllowed=y
13. Посмішки та емоції людей. URL: emojiworld.com.ua
14. Рускевич К. Риторика ненависти. URL: <http://liva.com.ua/ritorika-nenavisti.html>
15. Derzsy, N. Strategies for combating online hate. *Nature*. 2019. P. 203–204. doi: 10.1038/d41586-019-02447-1
16. Janne van Doorn. Anger, Feelings of Revenge, and Hate. *Emotion Review* Vol. 10 №3.2020. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1754073918783260>
<https://doi.org/10.1177/1754073918783260>
17. Pretus C., Ray J. L., Granot, Y., Cunningham, W. A., & Van Bavel, J. J.. The psychology of hate: Moral concerns differentiate hate from dislike. *European Journal of Social Psychology*. 2022. P. 1–18. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2906>
18. Smrithi Chabra, Devdas Rai, Balachandra A. Shetty, Joseph Shibu, Meghashree V. The Emotional and Psychological Aspects of Hate and Enmity. *Journal of Evolution of Medical and Dental Sciences*. 2014; Vol. 3, Issue 49, October 02; P. 11715-11725. <https://doi: 10.14260/jemds/2014/3539>

19. Sorokowski P, Kowal M, Zdybek P and Oleszkiewicz A (2020) Are Online Haters Psychopaths? Psychological Predictors of Online Hating Behavior. *Front. Psychology*. P. 11-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00553>
20. Fischer A., Halperin E., Canetti D., Jasini A. Why we hate. *Emotion Review*, 10 (4). 2018. P. 309–320. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1754073917751229>
<https://doi.org/10.1177/1754073917751229>

ДОДАТКИ