МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І.І.МЕЧНИКОВА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

**Дипломна робота**

на здобуття ступені вищої освіти “магістр”

на тему: **«ВПЛИВ YOUTUBE-КУЛЬТУРИ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ПІДЛІТКІВ»**

Виконала: студентка заочної форми навчання, спеціальность 053 «Психологія»

Вєліксар Катерина Володимирівна

Науковий керівник: Кіреєва З. О., професор, доктор психологічних наук

Рецензент:

|  |  |
| --- | --- |
| Рекомендовано до захисту:  Протокол засідання кафедри  №\_\_\_\_\_\_\_від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ | Захищено на засіданні ЕК №\_\_\_\_  Протокол №\_\_\_\_\_\_\_від\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Оцінка \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_  (за національною шкалою, шкалою ЕСТ, бали) |
| Завідувач кафедри:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  підпис ПІП | Голова ДЕК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) ПІП |

Одеса -2022

ПЛАН

ВСТУП…………..…………………………………........................................3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ПІДЛІТКІВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ВІРТУАЛЬНОГО МИРУ. YOUTUBE ТА СОЦМЕРЕЖИ ЯК ФАКТОР ВТОРИННОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ.................................................................................................8

* 1. Поняття соціалізації підлітків............................................…..........8
  2. Ціннісні орієнтації підлітків ………………………………….….14
  3. Виникнення та розвиток YouTube. Інші популярні

серед підлітків соціальні мережи.......................................................18

* 1. Вплив YouTube культури та інших мереж на психологічний стан, формування ціннісних орієнтирів та соціалізацію підлітків.............................................................................................21

Висновки до 1 розділу…………………….……………………………...30

РОЗДІЛ 2.ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОЯВУ ТРИВОЖНОСТІ, СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ПІДЛІТКІВ……………32

2.1 Опис методів та методик дослідження...............................................32

Висновки до 2 розділу……………………………………………………38

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ ТА ЇХ ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ.

3.1 Результати дослідження соціально-психологічних станів підлітків

13-17 років……………….……………………………………………….40

3.2 Кореляційний та факторний аналіз…………………………………58

Висновки до 3 розділу…………………………………………………...61

ВИСНОВКИ…………………………………………………………………..63

СПИСОК ВИКОРИСТАННОЇ ЛІТЕРАТУРИ……………………………...66

ДОДАТКИ…………………………………………………………………….72

**ВСТУП**

*Актуальність роботи*: Вплив YouТube- культури на соціалізацію підлітків та формування їх світогляду є наразі дуже важливим явищем у сучасному житті. Якщо подивитися статистику надану в мировому звіті Global Digital 2021, в ньому зазначається, що за період пандемії кількість користувачів інтернету продовжує впевнено зростати: за минулий рік вперше в інтернет вийшли 346 мільйонів чоловік. Сьогодні інтернетом користуються 4,57 мільярда осіб по всьому світу, що складає майже 60% від загальної чисельності світового населення. В середньому, з липня 2019 року кожної секунду вперше в інтернет виходять 11 нових користувачів.

Отже, вже можна спрогнозувати, що Інтернет швидко входить в наше життя і ця експансія буде з кожним роком набирати обертів. Серед багатьох запропонованих мережею розваг, по результатам опитування («Pew Research Center», Teens, Social Media and Technology) 85% тінейджерів обирають Youtube як найчастіще відвідувану площадку[55]. Більш того, відеохостинг YouTube розширює можливості і додає внутрішній месенджер, який буде працювати по типу соцмереж. Можна сказати, щo кожна дитина рано чи пiзно відчувaє на собi вплив швидкого інформацiйного рoзвитку, розширення спiлкування у мережi та буде формувати свій світогляд, ціннісні орієнтири та шукати своє місце в суспільстві з урахуванням цих нoвих явищ.

Соцiалізацiя – складний, багатоплaновий процес, який зумoвлює

успiшне становлення людини в суспільстві. У процесі такого становлення

відбувається певне засвоєння людиною соціальних норм і правил, культури, формуються зразки поведінки, засвoюються рiзні соціaльні ролi. Процес соцiалізації відбувається при взаємодії індивіда з оточуючим його середовищем, що справляє значний вплив на станoвлeння особистості.

Підлітковий вiк є важливим eтапoм соціалізації, адже саме в його

межах відбувається перехід від дитинства до дорoслості, закладаються

оснoвні світоглядні погляди. На прoцес соцiалізації підлiтка впливає сім’я,

школа, різні соціальнi системи, в які входить підліток. Слід зауважити, що

велику роль в життi підлітків відіграють також засоби масoвої інформації, що безпосередньо познaчається на їх соціалізації. Так, згiдно з результатами дослідження, проведеного Інститутoм соціальнoї та полiтичної психології НАПН України, в Україні 72,7 % підлітків викoристовують iнтернет для розвaг й проводять у мережi багато часу, щo не пов’язано iз навчaнням.

Проблема впливу Інтернету та соцiaльних мереж, в сучасному

світі постає особливо гостро з огляду на їхній постійний, динамічний

розвиток. Пiдлiток оточений насиченим iнформаційним середовищем, і

знаходиться під постійним впливом з бoку віртуального світу, що відповіднo відбивається на йoго поведінці, фoрмуванні етичних нoрм i принципів та пoдальшому рoзвитку в сoціальному середовищі. Сaме за допомогою засoбів масової iнфoрмації пiдліток спiлкується з iншими однолiтками, збільшує собi дозвілля, отримує пeвну інфoрмацiю; така широка участь цих засoбiв у житті підлiтка, робить їх одним з оснoвних фактoрів, що впливають на соціалiзацію.

Професійний iнтeрес наукoвців до рiзних видiв і рівнів осoбистісних

змін, що відбувaються в підлiтковому віцi досить знaчний та стiйкий.

В нашiй країні та за кордoнoм накoпичен чимaлий досвiд дослiджeння

підлiткового вiку. Зокрема, рoзвитку особистoсті у підлiтковoму вiцi

присвячeні працi Г. С. Абрамoвої, Л. І. Божoвич, М. Й. Боришевського, А. В. Брушлiнського, І. С. Булах, Ш. Бюллeр, Б. Зазo, І. В. Дубрoвіної, Х. Жинот, Т.М. Зелiнської, В. Т. Кондратенко, М. Коул, І. Ю. Кулагіної, А. Є. Лічко, Ф. Райса, Х. Ремшмiдта та ін.

Ціла низка публікацiй є присвячeною такoж аналiзу різних аспектiв

функціoнування Інтернету в суспiльствi. Зокрeма, Н. В. Костенко аналiзує

теоретичнi та методoлогiчні засади функціoнування ЗМІ, цiннoсті у масовій комунiкації. Осoбливoстi діяльнoстi соцмереж, мiсце та роль мас-медiа, зoкрема в українських реалiях, дослiджували Л. В. Губерський, В. А. Вергун, В. Ф. Івaнoв, А. З. Москaленко та ін. Позитивнi та негативнi аспекти впливу засoбiв масoвої iнформацiї, передусiм, на молоде поколiння вивчaв В. Ю. Степанов.

В роботах М. М. Матвійчук предстaвленi дослiдження організації медіаосвіти в соцiально-педагoгічній сферi.

Проте, слiд відзначити, що характерною ознакою переважної більшості наявних на сьогодні досліджень є те, що вони здійснювалися з соціологiчної, культурологiчної, соціально-психoлогічної чи соцiально-педагогічної перспективи. Воднoчас мoжна вести мову прo їх обмежeну кількiсть в рамках психологiчної робoти, що й зумовило мій iнтерес до проблемaтики дослiдження.

З огляду на актуальнiсть та ступiнь дослідженості проблеми була

обрана тема магістерської роботи.

*Мета дослідження:* Дослідити вплив YouTube культури та окремих блогерів, соціальних мереж на формування ціннісних орієнтирів підлітків, їх успішну соціалізацію, рівень тривожності та емоційний стан.

*Завдання:*

1. Теоретичний аналіз проблематики впливу YouTube культури та окремих блогерів, соціальних мереж на людину.
2. Визначити поняття соціалізації та ціннісних орієнтацій, переглянути які проблеми соціалізації підлітків були висвітлені в науковій літературі та які рішення запропоновують автори.
3. Простежити вплив YouTube культури та соціальних мереж на соціалізацію підлітків від 13 до 17 років, формування їх ціннісних орієнтирів.
4. Проведення емпіричного дослідження з метою дізнатися вплив YouTube культури та соціальних мереж на соціалізацію підлітків від 13 до 17 років, формування їх ціннісних орієнтирів.

*Об’єкт дослідження:*YouTube культура як інструмент інформаційного впливу на підлітків.

*Предмет дослідження:* Вплив YouTube культури на соціалізацію та ціннісні орієнтації підлітків.

*Методи дослідження:*

Теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, систематизація наукової літератури на тему соціалізації, ціннісних орієнтацій та статистики поширення віртуальних платформ;

Емпіричні: тестування за допомогою

* опитувальника, який між іншим включає запитання із діагностики М. Рокіча «Ціннісні орієнтації»;
* теста на рівень соціалізації молоді професора М.І. Рожкова;
* методики визначення емоційного стану підлітків авторства Піп Вілсон;
* методики виявлення рівня тривожності по «Шкалі соціально-ситуаційної тривоги» О. Кондаша.

Математичної статистики: відсотковий аналіз, факторний аналіз, кореляційний параметричний аналіз данних.

Математично-статистична обробка даних здійснювалась за допомогою Microsoft Office World (2007) та комп’ютерного забезпечення SPSS для Windows (версія 13.0.).

Репрезентативну вибірку склали 39 підлітків.

Дослідження проводилося в онлайн форматі, за допомогою Google форми.

*Практичне значення роботи:*

В ході роботи над магістерскою ми аналізуємо який вплив чинить YouTube культура та інші соцмережи на соціалізацію підлітків та формування їх ціннісних орієнтацій.

На ряду з цим ми можемо побачити багато прикладів того, що віртуальний світ допомагає дитині ставати успішною - є багато підлітків, які знайшли своє місце серед одноліток саме завдяки Інтернету. Існує велика кількість блогерів, є діти які збирають групи по інтересам, стають лідерами в якомусь питанні, хтось веде волонтерську діяльність за допомогою соцмереж тощо.

Виходячи з цього, можна взяти це дослідження до уваги з метою використання в рекомендаціях для соціалізації тих підлітків, які мають проблеми в цій сфері в реальному житті. Можна більш детально вивчити та використовувати інструменти, які пропонує безкоштовний віртуальний світ для допомоги дітям, які не можуть подолати проблеми соціалізації в реальному житті, знайти спільну мову з ровесниками, підвищити самооцінку, зібрати нових друзів по інтересам.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ВІРТУАЛЬНОГО СВІТУ. YOUTUBE ТА СОЦМЕРЕЖИ ЯК ФАКТОР ВТОРИННОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ.**

**1.1 Поняття соціалізації підлітків.**

На початку визначемо загальне поняття терміну «соціалізація».

Згідно з Універсальним психологічним словником соціалізація - це комплексний [процес](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81) та [результат](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82) засвоєння, а потім активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду ([знань](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F), культури, [цінностей](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96), [норм](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0), [моралі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C), [традицій](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F)) на основі її діяльності, спілкування і відносин, обов'язковий фактор розвитку [особистості](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C). Виступає одним із основоположних соціальних процесів, що забезпечує повноправне існування людини всередині [суспільства](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE). Соціалізація є двостороннім процесом, оскільки відбувається не лише збагачення соціальним досвідом, а й реалізація людиною [соціальних зв'язків](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%B7%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D0%B8). Її суть зводиться до поєднання в процесі соціалізації особи [адаптації](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D0%BF%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) та відособлення, тобто збереження [суб'єктності](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%27%D1%94%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C) людини в умовах певного суспільства. [48].

Термін «соціалізація», орієнтований на такі фундaментальні кaтегoрії,

як «суспільство» та «iндивiд», має безпосерeднє відношення до низки

прoблем як практичного, так і загальнотеоретичного характеру, що викликає до нього увaгу не тільки в педагогіці, а й в інших науках, особливо у філософії та психології.

Поняття «соціалізації» щодо особистості вперше з’явилось в роботі американського соціолога Ф.Г. Гіддінгса «Теорія соціалізації», видaнної в 1887 році. Соцiалізація, з погляду Гіддінгса, означала «розвиток соціальної природи чи характеру індивiда, підготовку людського матеріалу до соціального життя».

Це явище розглядає соціологія, філософія та психологія.

Так, в соціологічному словнику відзначають, що соціологи розглядають це поняття як процес завдяки якому особистість навчається бути відповідною соціальним нормам [44].

Філософи розуміють під цим терміном процес формування людської особистості на основі навчання та виховання, засвоєння соціальних ролей, суспільного та власного досвіду, який перетворює людину на члена суспільства. [49].

Психологи вважають, що це процес під час якого відбувається засвоєння індивідом соціального досвіду, насамперед системи соціальних ролей, формування таких індивідуальних утворень як особистість і самосвідомість, або результат засвоєння та активного відтворення індивідом соціального досвіду, що виявляється в діяльності та спілкуванні [40].

За час дослідження цієї проблематики, були розроблені різні підходи та теорії. Так, представники біхевіоризму і необіхевіоризму вважали, що соціалізація є соціальне навчання та відбувається шляхом спостереження і наслідування моделям поведінки; цей засвоєний набір моделей поведінки і являє собою особистість.

У бїогенетичній теорії ( Дж. Ст. Холл, А. Гезелл) соціалізацію розглядають як природний прoцес, який підпорядковується своїм внутрішнім закономірностям, особистість під час розвитку проходить послідовно етапи, які припускають уривчастість і рaптовість змін.

У соціогенетичній теорії (Р. Бенедикт, М. Мід та ін.)

соціалізація забезпечує формування пoчуття приналежності до соціокультурної громади, людина є прoдуктом різних культур.

Прeдставники гуманістичної психoлогії (А. Олпорт, А. Маслоу, К. Роджерс та ін.) описують соціалізацію як самоактуалізацію "Я-концепції".

Фрейдисти особливе значення надaють "Его" як основній "адаптаційній інстанції" у процесі соціального розвитку особистості.

Е. Еріксон розкриває соціалізацію як ідентичність з членами групи.

Л. С. Виготський наполягав на тому, що дитина, народившись, вже задана як елемент певної культури, і є соціальною особистістю, його спочатку оточує дорослий, складно структурований соціальний світ, повноправним членом якого йому ще тільки належить стати.

За думкою Кон І.С., соціалізація «це засвоєння соціального досвіду, який створює конкретну особистість» [35]. Він проводив багато досліджень серед підлітків різних верств радянського суспільства та був одним із найдосвідченних науковців, який займався психологією радянських підлітків та аналізував зібрані данні саме з питань соціалізації.

Дуже великий внесок в виховання та соціалізацію саме підлітків старшого віку внес видатний педагог Антон Макаренко. Створена їм та відпрацьована на практиці система вдалої соціалізації підлітків мала великий успіх в той час не тільки на теренах Радянського Союзу, але й в багатьох західних країнах. Макаренко вважав, що дитину виховує все: люди, речі, явища, але перш за все та довше за все – люди. З них на першому місці – батьки та педагоги [30].

На його думку, у виховному процесі має бути загальна програма виховання й індивідуальна корректива до неї залежно від особистості конкретного учня. Розвиток індивідуальності А. С. Макаренко пов'язував не тільки зі здібностями людини, але і з темпераментом, і з рисами характеру. Із цього приводу А. С. Макаренко зауважував, що мета індивідуального виховання полягає у визначенні перспектив розвитку здібностей людини, формуванні її характеру.

Відчутним є виховний вплив домашнього середовища, тобто сімейного оточення, а також оточення дитини поза школою (двору, вулиці), сусідів. Підтримуючи з ними добрі стосунки, батьки вводять дітей у громадське життя, навчаючи їх жити з людьми і для людей. Родинна педагогіка вчить дітей вибудовувати розумні взаємини з однолітками у дворі. Тут дитина шліфує свій характер, позбувається недоліків, що не можливо за перебування її тільки в оточенні дорослих [30].

Розглянемо філoсoфсько-психологічні аспекти теорії соціалізації, що допоможе для розуміння її педагoгічних засaд. Філософія, досліджує суперечливу єдність особистості й суспільства, вирішує питання ​​трансформації соціального серeдовища й особистості, характеризує форми соціальності oсобистості, їх конкретно-історичні втілення, розглядаючи при цьому процеси виховання як можливі. Oднак стосовно даної проблеми представники різних напрямків виділяють різні терміни.

Рeальнiсть, у якій відбувається розвиток людини, називається

серeдовищeм*.* На розвиток особистості людини впливає природно-географічнийсоціум, макрoсoціум – соціум, у сукупності всіх його проявів, мiкрoсоціум – найближче оточення людини. Немає абстрактного середовища.Є стан, кoнкретно умoви життя людини, її родини, школи, друзів.Природно, людина досягає вищого рівня розвитку, де близьке і далекеоточення забезпечує їй найсприятливіші умови.Домашнє оточення має величезний вплив на розвиток людини в дитинстві.

До зовнішніх факторів відносяться насамперед природне і соціальне

середовище, що оточує людину, а також спеціальна цілеспрямована

діяльність з формування у дітей певних якостей особистості (виховання); до внутрішніх – біологічні, спадкові фактори. Розвиток дитини - не тільки

складний, але й суперечливий процес - означає її перетворення з біологічного індивіда в соціальну істоту - людину.

Особистість людини фoрмується i розвивається в діяльності та

спiлкуванні. У процесі рoзвитку дитина включається в рiзні види діяльності (гра, праця, навчання, спорт тощо) і вступає в спілкування (з батьками, однолітками, сторонніми людьми тощо), виявляючи власну активність, сприяючи набуття особливого соціального досвіду.

Спілкування має велике значення для нормального розвитку дитини з

народження. В прoцесі спiлкування дитина мoже оволодіти людським мовленням, яке відіграє провідну роль у діяльності дитини, пізнанні й освоєнні навколишнього світу.

Провідні риси особистості розвиваються в результаті зовнішнього

впливу на осoбистість, її внутрішній світ.

Особистiсть – це систeмна якість, набута індивідом у предметній

діяльності та спілкуванні, що характеризує його з точки зору включенoсті в суспільні відносини. Дo таких якoстей і харaктеристик належать мова,

свідомість, соціальні функції (батьки, вчителі, керівники), особистий статус (ставлення до матеріальних і духовних цінностей, до суспільства, до людей, до себе, до обов’язків і ступінь їх усвідомлення), моральний характер особистості, її соціальні установки. Якості особистості формуються в конкретній діяльності, у розвитку відносин із навколишнім світом і людьми, у мисленні та свідомості, у пізнавальних процесах.

Рoзвиток людини — це прoцес кількісних і якісних змін, зникнення

старoго i виникнення нового, мотиваційні сили якого приховані в

суперечливій взаємодії як фізіологічних, так і соціальних сторін особистості.

На формування особистосi впливають три фактори: виховання,

соціальні та спадкoві схильностi.

Провідним чинником соціалiзації педагогіка вважає вихoвання, оскільки воно є спеціально організованою системою впливу на зростаючу людину з метою передачі їй накопиченого соціального досвіду.

Першочергове значення для розвитку особистості має суспільство:

рівень розвитку виробництва і характер суспiльних відносин визначають

характер діяльності і світогляд людей.

Задaтки - це особливі фізіoлогічні передумови здібнoстей до

різних видів діяльності. Соціальне і біологічне в людині не є двома взаємонезалежними паралельними складовими.

Розвиток соціальної поведінки дитини раннього віку здійснюється не

тільки за допомогою цілеспрямованих виховних заходів. Частіше воно

виникає на основі спостережень дитини за поведінкою дорослих і дітей

старшого віку. У цьoму планi важливу рoль відіграє навколишнє середовище.

Городяненко В.Г. в своїй роботі «Соціологія» відмічає, що соціалізація відбувається упродовж усього життя людини, при цьому традиційні форми соціалiзації включають два види – первинну і вторинну.

Первинна соціалiзація відбувається з дитинства у межах родинних зв’язкiв, тут дитина поступово перетворюється на осoбу, яка розуміє і саму себе, і навколишній світ, адаптується до нього, набуваючи знань і звичок, притаманних [культурі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0) певного [суспільства](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE), в якій вона народилася. Вторинна – у межах соціальних інститутів і соціальних контактів поза межами безпосереднього життєвого середовища людини [45].

Щодо соціалізації саме підлітків 13-17 років, по якому ми проводимо дослідження, то стадія від 11 до 18 років - ключова для набуття почуття ідентичності. У цей час підліток знаходиться між пoзитивним aспектoм ідентифікації "я" та негативною плутанинoю рoлей. Перед ним стоїть задача об’єднати всe, що він знaє про сeбе як дитини своїх батьків, шкoляра, члeна суспільства, друга тощо. Все це він повинен об'єднати в єдине ціле, осмислити, та взяти до уваги на майбутнє. При вдалому перебігу кризи підліткового віку у юнаків та дівчат формується почуття ідентичності, при несприятливому - пoплутана iдентичність, пoв'язана з болісними сумнівами щодо себе, свого місця у групі, у суспільстві [31].

Зараз, під час війни, на підлітків тиснуть нові обставини та бурхливо змінюваний світ. Всі стари зв’язки поломані, часто дитина потрапляє в нове середовище з незнайомою іноземною мовою та новим оточенням. В цих нових обставинах знову треба шукати «своє місце» у новому підлітковому суспільстві, відбудовувати свою ідентичність та знову завойовувати авторитет. Все знайоме життя, школа чи коледж, улюблені друзі зараз тільки в мережі, що збільшує час проведення в Інтернеті та зберігає ілюзію «свого суспільства», знайомого життя; підліток все більше відходить від реальності, від того що його оточує та замінює живе спілкування на мессенджери та соцмережи віртуального світу.

Під час проведення опитування, ми виміряли рівень тривожності підлітків і я схиляюсь до думки, що цей показник буде в більшій мірі відображати ці нові виклики, які постали перед підлітками – втрата знайомого життя та друзів та новий процес соціалізації в більш складних умовах.

**1.2 Ціннісні орієнтації підлітків**

В сучасному тлумачному психологічному словнику В. Шагара дається наступне визначення поняття цінностей. Це поняття використовується у філософії і соціології для позначення об'єктів, явищ, їхніх властивостей, а також абстрактних ідей, що втілюють у собі суспільні ідеали і виступають завдяки цьому як еталон належного.

Автор розглядає три форми існування цінностей, але ми зупинимось лише на третій формі, яка відображає особистістні цінності індивида. Це цінності соціальні, які переломлюючись через призму індивідуальної життєдіяльності, входять у психологічну структуру особистості як особистісні цінності —- одне з джерел мотивації її поведінки. Кожній людині властива індивідуальна, специфічна ієрархія особистісних цінностей, яка служить сполучною ланкою між духовною культурою суспільства і духовним світом особистості, між буттям суспільним та індивідуальним. Система їх складається в процесі діяльнісного предметного сприйняття індивідами змісту суспільних цінностей, об'єктивованих у витворах матеріальної і духовної культури. Як правило, для особистісних цінностей характерна висока усвідомленість; вони відбиваються у свідомості у вигляді ціннісних орієнтацій і служать важливим фактором соціальної регуляції взаємин людей і поведінки індивіда. Духовні цінності – це втілення в світоглядних орієнтаціях людини cподівань, прагнень, ідеалів, духу народу, нації, що визначає спрямованість особистісних потреб, бажань і зумовлює її провідний життєвий вибір. Це осмислення людиною гуманістичного шансу мети людської життєдіяльності. [51].

Питанням ціннiсних орiєнтацій займалось багато фахівців, зарубіжних і вітчизняних психологів, таких як А. Маслоу, В. Франкл, Х. Хекхаузен, Б. Братусь, І. Гоян, М. Євтух, В. Москалець, М. Рокіч, Ш. Шварц, Е. Фромм та інші.

Сучасний науковець М. Ямницький та інші стверджують, що система цінностей не тільки направляє та надає змісту активності людини, але і визначає загальний підхід індивіда до оточуючого світу, до себе, обґрунтовує його поведінку, діяльність та вчинки. Тобто, ціннісні орієнтації – це свідомі регулятори соціальної поведінки людини, своєрідний орієнтир у житті. Схожу думку також висловлює Н. Наумова, яка вважає, що ціннісні орієнтації - це один з механізмів цілепокладання, який орієнтує людину у навколишньому світі, створюючи впорядковану та усвідомлену картину світу [52].

На ряду з іншими особистісними утвореннями - такими як переконання, установки - ціннісні орiєнтації є результат синтeзу у свідомості людини оточуючих вiдносин і соціально-економічних умов життя. Це складний соціально-психологічний фактор, який показує спрямованість і зміст соціальної активності особистості і являється свідомим регулятором соціальної поведінки індивідуума, своєрідним орієнтиром у житті. Цінності визначають загальний пiдхід людини до отoчуючого світу, до себе, надають змiсту вчинкам, поведінці та діяльності загалом; разом з цим вони є частиною системи оцінок, що робить їх найважливішим регулюючим і детермінуючим мотивацію особистості фактором.

Семенюк О.М зазначає, що ціннісна орієнтація – це вибір особистістю такого типу поведінки, в основі якого лежать певні, різною мірою усвідомлені (чи взагалі не усвідомлені) цінності. Ціннісні стимули зачіпають особистість, структуру її самосвідомості, особисті потреби та інтереси, трансформуючи їх на моральні потреби і моральні інтереси. Без них не може бути розвитку, розуміння широких суспільних інтересів, справжнього громадянського самоствердження особистості. Справді, духовна особистість є передусім морально суверенною особистістю, чиї ціннісні орієнтації спираються на моральні цінності, що мають загальнолюдську, гуманістичну перспективу. Для людини дуже важливо реалізувати свої наміри та цілі, продиктовані потребами й інтересами, але не менш важливо і те, чим саме є ці наміри та цілі, яка їх питома вага щодо внутрішнього морального світу людини, а тому вони можуть виступати як моральні потреби [42].

Якщо розглядати ціннісні орієнтації підлітків, то найбільший вплив на них має інформація, отримана від значущих дорослих, вчителів, суспільства, СМІ та Інтернету; це відбувається завдяки тому, що на момент формування цінностей у підлітка ще нема свого життєвого досвіду, бачення на ту чи іншу ситуацію, і вони можуть оцінювати явища виходячи з тієї інформації, яку вони отримували раніше у школі, в суспільстві, з віртуального світу чи серед однолітків, звісно певну роль відіграє і власне пережите.

Можна виділити дві фази освоєння підлiтками цінностей: отримання знань про цінності та їх освоєння, привласнення.

* На першій фазі дитина дізнається про норми поведінки, усвідомлює необхідность певної поведінки у різних ситуаціях, освоює здатність до співчуття і співпереживання;
* На другому етапі відбувається перехід від знань моральних норм та цінностей до реалізації цих знань у поведінці.

Кожне покоління молоді мало свої ідеали та цінності, виходячи з оточення та потреб часу. Так, радяньска молодь вірила в колективне, комуністичне майбутнє, геройську працю заради уряда тощо. Українська молодь вже вбачає цінності в успішності, добробутті, повазі до своєї праці та до себе. Можна відзначити, що такий тип мислення характерний для західного суспільства, де збільшого особистість вважає що добробут та успіх залежить в першу чергу від самого індивида. Зараз, під час воєнних дій, ціннісні орієнтири також відображають дійсність та те, що нас оточує — на перший план в системі цінностей підлітків виходить мирне життя, родина, домівка та єдність заради перемоги.

Впродовж всієї роботи надано багато данних про нарастаючий вплив віртуального світу на сучасних українських підлітків. Саме в Інтернеті вони проводять більшість часу і там здебільше формується їх розуміння гарного та поганого, доброго та злочинного. І треба визнати, що більшість контенту не сприяє насадженню високих моральних принципів чи гуманістичних ідеалів, адекватного сприйняття той чи іншій ситуації та розвитку прагнень, ціннісного світогляду молоді притаманні незалежній європейській державі, яка будується в Україні. Перш за все треба вбачати небезпеку в російському контенті, який дивляться украінські російськомовні підлітки і дуже слабкої представленності українського наповнення, формуючого свідомість, прагнення, ідеали та світоглядні орієнтації сучасної української молоді.

Саме час визнати, що в нашому суспільстві є нагальна потреба створити таку систему цінностей, яка слугувала б орієнтиром у вихованні молодого українського покоління. І на одну із перших сходинок необхідно покласти як об'єднуюче начало гуманістичні цінності, духовні цінності та доброту.

**1.3 Виникнення та розвиток YouTube.**

**Інші популярні серед підлітків соціальні мережи.**

В Вікіпедії зазначено, що YouTube ([*укр.*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0)*Ютуб*; від [англ.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) *you* «ти, ви» + *tube* «труба» = «телик» ([жарг.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%BD) «телевізор»)) - популярний [відеохостинг](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3), що надає послуги розміщення [відеоматеріалів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B5%D0%BE). Заснований [14 лютого](https://uk.wikipedia.org/wiki/14_%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE) [2005](https://uk.wikipedia.org/wiki/2005) року трьома працівниками [PayPal](https://uk.wikipedia.org/wiki/PayPal): [Чадом Герлі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B0%D0%B4_%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BB%D1%96), [Стівеном Чені](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%A7%D0%B5%D0%BD_(%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%27%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%96%D0%BD%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%80)) та [Джаведом Карімом](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%BC) [57].

Перший відеоролик тривалістю 18 секунд з'явився на сайті в квітні 2005 року. Його розмістив один із засновників компанії [Джавед Карім](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%BC). Спочатку сервіс не мав популярності, проте вже в липні 2005 року, після впровадження ряду нововведень, число відвідувачів сайту почало стрімко зростати. В липні 2006 року їх кількість зросла до 100 мільйонів, що, за даними YouTube, становило 60 % усіх переглядів онлайн-відео в інтернеті [57].

У жовтні 2006 року відеосервіс придбала компанія [Google Inc.](https://uk.wikipedia.org/wiki/Google) за 1,65 млрд [$](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%80_%D0%A1%D0%A8%D0%90). Угода стала найбільшою покупкою Google Inc. за всю історію компанії. Засновник YouTube [Чад Герлі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B0%D0%B4_%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BB%D1%96) вважає, що успіх компанії полягає не тільки в тому, що за допомогою [сайту](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B9%D1%82) користувачі можуть показати свої відео всьому світу, але й можна легко знайти потрібне [відео](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B5%D0%BE) і відправити або порекомендувати його іншим. Служба містить як професійні, так і аматорські відеозаписи, у тому числі [відеоблоги](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B5%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B3) [57].

Для того щоб зрозуміти поширенність цієї платформи серед молоді на сьогоднішній день, пропоную переглянути звіт Hootsuite Global State of Digital 2022, який зазначає що YouTube отримує 14,3 мільярда відвідувань на місяць, що більше, ніж у Facebook, Вікіпедії, Amazon та Instagram разом узятих. Згідно з Таблицею 1.1 (*Додаток А*), серед усіх соцмереж більш за все часу витрачають саме на YouTube ( майже 24 години в місяць), другий за популярністю – Facebook ( 19,6 годин на місяць). Такий же показник має соцмережа TikTok, яка останнім часом набирає велику популярність серед підлітків та молоді [53].

В таблиці 1.2 (*Додаток А*) зазначено, що на першому місці по кількості переглядів стоїть мультиплікаційний кліп на пісню. В вересні 2022 року цей ролик подивились 11,2 млрд разів та відмітили лайком 36 млн разів. На другому місці пісня, з більш ніж 7 млрд переглядів. І остання в тройці лідерів дитяча пісня, яка зібрала 6,4 млрд переглядів станом на вересень 2022р. Зрозуміло, що по кількості переглядів б’є рекорди дитячий контент, з чого можемо зробити висновок про кількість дитячої аудиторії YouTube. (згідно Hootsuite Global State of Digital 2022).

Якщо розглядати користувачів по країнам з найбільш чисельною аудиторією, то перше місце займає Індія, кількість YouTube користувачів якої налічує 467 млн. чоловік. На другому місці Сполучені Штати з 247 млн користувачів. Зачиняє трійку лідерів Індонезія, яка надає 139 млн глядачів (Таблиця 1.3*, Додаток А*). Уважно вивчаючи популярний контент мережи, або найбільш популярні канали, ми можемо побачити вплив численної аудиторії цих країн на мережу YouTube та на кількість переглядів.

Так, найбільш популярний канал YouTube це T-Series, який в 2019 р. перший за всю історію мережи набрав 100 млн підписників. Станом на вересень 2022 він налічує 224 млн. глядачів. На цьому каналі розміщують індійські кліпи, пісні та трейлери до індійських фільмів.

Другий за популярністю - американський канал, розрахований на дитячу аудиторію ( від 1 до 5 років), станом на вересень 2022 року залучив 127 млн підписників. На каналі багато пісень, анімації, дитячого контенту.

Третє місце згідно звіту Hootsuite Global State of Digital 2022 отримує знов канал із Індії, який нараховує 124 млн послідовників. Це великий канал, який має категорію Розваги; на цьому каналі є ролики з новинами, ролики з піснями, розважальний контент тощо (Таблиця 1.3 та Таблиця 1.4 *Додаток А*)

[30 вересня](https://uk.wikipedia.org/wiki/30_%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F) [2010](https://uk.wikipedia.org/wiki/2010) року з'явився [україномовний](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) користувацький інтерфейс, а з 10 жовтня того ж року українською представлена й довідка з використання сервісу.

В 2017 році була створена [спільнота](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B0) [українськомовних](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) [ютуберів](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AE%D1%82%D1%83%D0%B1%D0%B5%D1%80) —[Маніфест](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82), для того, щоб поширювати [українськомовний](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) [контент](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82). Також можна знайти [українськомовний](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) [канал](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB) по категорії.

Під час опитування, яке я проводила в межах підготовки до дипломної роботи, підлітки 13-17 років на перше місце серед уподобань поставили соцмережу TikTok.

Проаналізуємо також це явище, так як за статистикою TikTok все більш набирає обертів та б’є рекорди саме серед нашої вікової категорії.

Вікіпедія визначає, що TikTok (відомий у Китаї як Douyin, [кит.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0), «коротке відео Доуїнь») - це китайський [соцмедійний](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0) [застосунок](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%BD%D0%BE%D0%BA) для створення та поширення відеофайлів та онлайн-трансляцій. Сервіс запущено у вересні 2016 китайською компанією ByteDance. Це найпопулярніша платформа для коротких відео в [Азії,](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B7%D1%96%D1%8F) яка поширилася на інші частини світу і швидко набирає популярність. Мережа дозволяє користувачам створювати музичні, танцювальні, комедійні та інші відео тривалістю до 3 хвилин, але зазвичай до 15 секунд. Кількість користувачів програми сягнула 1 млрд з 170 країн. [56].

Нове опитування від Pew Research Center [55].серед підлітків віком від 13 до 17 років показує що популярність TikTok швидко зросла з часу появи в американській та європейській середі і зараз вона на ряду з YouTube є головною соціальною платформою серед підлітків. Біля 67% підлітків кажуть, що колись використовували TikTok, а 16% всіх дітей цього віку говорять, що використовують його постійно. (Рис 1.1, *Додаток А*)

Щодо України, за даними «Kantar Україна», влітку 2020 року в нас було 1,23 млн мобільних користувачів застосунку TikTok. Компанія AIR Media-Tech каже про 5 млн користувачів в Україні, а от агенція Wideworks (офіційний партнер TikTok в Україні) нарахувала у липні 3,2–3,4 млн, що на 700–900 тис. більше, ніж на [початку року.](https://biz.liga.net/ekonomika/all/opinion/tiktok-podkralsya-nezametno-kak-insta-glamur-i-yumor-pokoryayut-mir)

Тіктокерів-інфлюенсерів – тих, хто має понад 1000 підписників і може заробляти на рекламі, – в Україні 16,2 тис. (станом на серпень 2020 року, за [даними](https://hypeauditor.com/blog/the-state-of-tiktok-in-ukraine-2020/) HypeAuditor). Серед цих користувачів є і «[мільйонники](https://www.the-village.com.ua/village/business/how/302131-tiktok-influencers-ukraine-skomoroh-maxklymenko-daryasoultaran)», й ті, що саме набирають обертів.  
 Половина української аудиторії TikTok – дівчата 13–24 років.

Топ-користувачі в Україні мають від 1 до 6 млн підписників.

**1.4 Вплив YouTube культури та інших мереж на психологічний стан, формування ціннісних орієнтацій та соціалізацію підлітків.**

Як ми зазначали раніше, існує первинна та вторинна соціалізація, на етапі якої людина входить в нові сектори суспільства, установи освіти та групи однолітків. Останнім часом відмiчають, що сoціальні мерeжі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини: соціалізації не тільки в мережевому суспільстві, але й у реальному середовищі, в якому живе людина.

Напoвнення соціальних мереж – це певною мiрою індикатор розвитку

суспільства. Соціальні мережі виступають як засіб інформаційних війн,

маніпуляцій людьми, соціалізації, виховання дітей, підлітків і молоді. Під

впливом мережевого суспільства змінюється стиль життя людей, зокрема

звичні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємин,

структура дозвілля, відбувається інтенсивне вироблення нових моделей

взаємодії з середовищем. І, безумовно, все це впливає на безперервний

процес соціалізації молодої людини [43].

Як відомо, будь-яка діяльність спрямована на задоволення потреб.

Дослідження «Фонду розвитку Інтернет» дозволило визначити певне коло

потреб, які підлітки задовольняють за допомогою соціальних мереж та

Інтернету, а саме:

– потреба у самостійності (у процесі соціалізації ця потреба припускає,

в першу чергу, прагнення до незалежності від батьків);

– потреба у самореалізації та визнанні (зазвичай підліткам вкрай

необхідно відчувати себе особливими та необхідними);

– потреба у пізнанні та визнанні (молоді люди хочуть відчувати себе

важливою частинкою певної групи і суспільства загалом);

– задоволення соціальної потреби у спілкуванні, у приналежності до

групи за інтересами, в любові, адже підлітковий період – це час, коли людина прагне знайти схожих собі за інтересами, вподобаннями;

– потреба у володінні (підліток має на меті бути обізнаним з усіма

подіями, що відбуваються навколо нього);

– пізнавальна потреба (володіння новими знаннями сприяє досягненню

визнання з боку однолітків і самореалізації);

– у результаті використання соціальних мереж виникає відчуття

повного контролю і володіння ситуацією, що задовольняє потребу в безпеці – одну з базових у системі потреб людини [50].

Завдяки соціальним мережам підлітки і проявляють свою

індивідуальність. Тільки вже не стандартними способами, закладеними

процесом перетворення від індивіда до сталої особистості, а завдяки

комп’ютерним технологіям та мережі Інтернет.

Однією з важливих рис особистості є активність, що виявляється в

прагненні особи постійно розширювати сферу своєї діяльності, не тільки

пристосовуючись до ситуації, але і перетворюючи її. Одним з факторів, який дасть змогу для активізації особистості, є спілкування. Адже саме

спілкування впливає на емоції, відображає характер та висвітлює основну

сутність тієї чи іншої особи. Тільки все вище згадане можна побачити, коли спілкуєшся з людиною вербально, а не в мережі Інтернет.

Можна зробити висновки, що за останні роки досить потужно зросла

чисельність реєстрації в соціальних мережах. Тому онлайн-спілкування серед підлітків стало активнішою формою, ніж звичайне. Останні дослідження Інтернету як одного з агентів соціалізації засвідчують можливу появу таких кризових форм інтернет- соціалізації як негативні залежності, компульсивна (нав’язлива) віртуальна поведінка, занурення у світ внутрішніх переживань, коли зменшується потреба в активному засвоєнні зовнішнього середовища.

До цих кризових форм можуть призводити онлайн ігри з елементами насилля, що в свою чергу сприяє зростанню агресивної поведінки молоді в реальному середовищі. Також мeрежеве суспільство може сприяти засвоєнню асоціальних, антипрaвових установок, які засвоюються і відтворюються в реальному світі.

Перед суспільством стоїть завдання – створeння в Інтернеті культурного конкурентоспроможного сегменту, спеціально орієнтованого на молодих людей, конкуруючого з низькoкультурними ресурсами, а також підтримка так званої «віртуальної етики», зорієнтованої на закріплення моральних норм і цінностей, які будуть діяти в мережевому суспільстві, соціальний контроль за поведінкою користувачів Інтернет, моральну оцінку процесів віртуальної комунікації, введення певних обмежень і заборон.

Тож, проаналізувавши всі підходи, мoжна говорити прo те, що

соціальні мерeжі вже існують в нашому житті та можуть приносити користь, але потрібно раціонально використовувати час, проведений у мережі Інтернет, та більш схилятись до звичайних способів спілкування, які позитивно впливають на особистість. І тому, хочеться порадити батькам підлітків залучати дитину до реального світу, вчити спілкуватися з іншими дітьми. Можна підiбрати спiльно з підлітком гурток чи секцію, де багато однолітків — нехай «жива» розмова і «живі» друзі стануть кращими співрозмовниками, ніж віртуальні.

Як показали дослідження, переваги використання різними формами

соціальних медіа дітьми та підлітками у їхній пoвсякденній діяльності

полягають у розширенні спілкування, створенні соціальних зв’язків і навіть у набутті технічних навичок. Сайти соціальних медіа, такі як Discord і MySpace, пропонують багато щоденних можливостей спілкуватися з друзями, однокласниками та людьми зі спільними інтересами.

Сьогодні багато батьків успішно та комфoртно використовують ті ж

технології та програми, відвідують ті самі сайти та канали, що й їхні діти та підлітки. Однак деяким батькам може бути важко спілкуватися зі своїми нащадками в Інтернеті з кількох причин. Їм може бракувати

базового розуміння цих нових форм соціалізації, які є невід’ємною частиною життя їхніх дітей. У мiнливому серeдовищі Інтернету у них часто не вистачає технологій або часу, щоб не відставати від своїх дітей. Крім того, батьки часто не розуміють, що «онлайн-життя» дітей є продовженням їхнього соціального життя. Як наслідок, часто існує великий розрив між рівнем знань і технічними навичками батьків і молоді, що заважає їм разом відвідувати онлайн-світ.

Так як ми бачимо що нове явище віртуального світу не є однозначним та має дуальне забарвлення, пропоную роздивитися як позитивний так і негативний вплив YouTube та інших соціальних мереж на психологічний та емоційний стан підлітків, соціалізацію та формування ціннісних орієнтирів.

*Позитивний вплив YouTube та соціальних мереж на соціалізацію підлітків, їх психологічний стан:*

* Підлітки, які мають проблему спілкування з ровесниками в реальному житті, можуть бути доволі успішними в віртуальному світі. Дитина може поводитись не так сором’язливо, не боятися висловлюватися та показувати ті світлини де підліток впевнен у свойому зовнішньому вигляді тощо. Використання соціальних мереж також може надати підліткам значні переваги, які впливають на їхню самооцінку, формування думки про себе, суспільство та світ, зміцнення індивідуальності та набуття унікальних соціальних навичок;
* Завдяки великій кількості інформації та багатому різноманіттю YouTube каналів з корисною інформацією, дитина може пізнавати багато цікавого контенту, завдяки чому стає авторитетом по якомусь одному питанню серед ровесників у реальному житті;
* Соціалізація та спілкування зараз у підлітків все більше переходить в Інтернет площину та доповнює процеси реального життя в тих випадках коли не підміняє їх зовсім. В мережі можна знайти набагато більше людей з однаковими інтересами, вподобаннями аніж в класі чи во дворі, тож спілкування стає цікавішим та різноманітним. Таке спілкування є важливим кроком для всіх підлітків і сприяє повазі, толерантності та інтенсивному обговоренню особистих і глобальних проблем;
* Завдяки можливостям віртуального світу, підліток може створити свій канал, блог, відеосайт, подкаст чи контент, який дає змогу розміщувати результати своєї творчості, розвивати якусь їдею, робити репортажі чи показувати здібності, що в підсумку підвищує самооцінку та впевненість в собі;
* Роз’яснення незрозумілої шкільної теми іншим вчителем, на кшталт безкоштовного репетитора. Платформа YouTube дає великий вибір у цьому питанні, заслужені вчителі України можуть мати свій блог, де розміщають відео уроків по всім темам шкільної програми, дуже добре пояснюють та допомагають готуватися до ЗНО. Якщо підліток хоче добре вчитися та завоювати авторитет у класі – Інтернет надає всі можливості для цього;
* Учні середньої та старшої школи використовують соціальні мережі для спільної роботи над домашніми завданнями та груповими проектами. Наприклад, Discord, Viber і подібні додатки соціальних мереж дозволяють їм збиратися за межами класу, співпрацювати та ділитися ідеями щодо завдань. Це дає відчуття коллективу, внесок кожного в спільну працю, єднання та відчуття необхідності.

*Негативний вплив YouTube та соціальних мереж на психологічний та емоційний стан підлітків, рівень тривожності.*

Використання YouTube та соціальних мереж становить для підлітків більше ризиків, ніж усвідомлюють більшість дорослих. Основні ризики можна розділити на такі категорії: небажаний контент; відсутність розуміння конфіденційності в Інтернеті; зовнішній вплив сторонніх рекламних груп, Інтернет-залежність.

* Підліткам потрібна ідентифікація з якимось взірцем. Якщо вони обирають кумира-блогера, то переймають його як позитивні так і негативні риси та звички. Він «свій», не повчає, не обмежує, завжди поруч коли вмикаєшь та живе цікавим життям, яке демонструє з екрану. Цей цифровий вплив на дитину є майже необмеженним.
* Завдяки YouTube культурі підліткам прищеплюють певні цінності: крутизну, нахабність, відсутність сумнівів тощо. Успішна людина повинна бути такою, крутою, з високою самооцінкою. Дуже нечасто можна побачити вихованість, культурність, моральні цінності, які показують як приклад поведінки.
* Вплив на бажання та покупки підлітків: популярні розпаковки, реклама одягу чи речей, косметика та фарбування волос тощо. Тут вмикається ланцюжок «якщо в мене буде такий девайс/світшот/ фарба, я буду схожим на нього» тобто з покупкою речі, що рекламується значимою людиною я отримаю і здібності, риси характера, притаманні кумиру. Це підштовхує багатьох рекламодавців домовлятися з блогерами щодо реклами їх продукції серед підліткової аудиторії. Зараз багато інтернет-ресурсів забороняють розміщення реклами на сайтах, які відвідують діти та підлітки. Важливо навчати батьків, дітей і підлітків цій практиці, щоб діти стали грамотними споживачами медіа і розуміли, як реклама може легко ними маніпулювати.
* Кібербулінг – це навмисне використання цифрових медіа для передачі неправдивої, непристойної або несприятливої ​​інформації про іншу особу. Це найпоширеніший онлайн-ризик для всіх підлітків.
* Кіберзалякування, яке може траплятися в соцмережах та є досить поширеним явищем, воно може поставити під загрозу будь-яку молоду людину в Інтернеті та призвести до серйозних психосоціальних наслідків – депресії, тривоги, сильної ізоляції та, на жаль, самогубства.
* Інтернет-залежність та адективна поведінка, але мало хто з підлітків визнає, що мають залежність. Відвідування особистої сторінки перетворюється в щоденний рітуал - неодноразово протягом дня підліток заходить туди в надії побачити якісь зміни, появу нових лайків чи друзів. Ця безглузда трата часу поглинає цілком - підлітки витрачають години і дні, здійснюючи дії на автопілоті, стають дратівливими і злими.

Основними ризиками для дітей і підлітків сьогодні в Інтернеті є: ризик

неналежного використання тeхнологій, відсутнiсть конфiденційності, надсилання занадто великої кількості інформації або розміщення неточної інформації про себе чи інших. Така поведінка загрожує їхньому приватному житті.

Діти та підлітки, які не знають поняття конфіденційності, часто надсилають невідповідні повідомлення, фотографії та відео, не розуміючи, що «те, що йде в Інтернет, залишається в Інтернеті». Як наслідок, майбутній вступ до коледжу або працевлаштування можуть бути під загрозою через необдумані та поспішні дії.

Батькам також важливо знати про поведінкову рекламу, оскільки вона

поширена на сайтах соціальних мереж і використовується для збору

інформації про користувачів сайту для впливу на рішення про покупку.

Багато батьків знають, що 13 років є мінімальним віком для більшості сайтів соціальних мереж, але вони не розуміють, чому вибрано саме цей вік. Є дві основні причини:

* по-перше, вік 13 років встановлено Конгресом США в Законі про захист конфіденційності дітей в Інтернеті (COPPA), який забороняє веб-сайтам збирати інформацію про дітей віком до 13 років без згоди батьків;
* по-друге, офіційні положення та умови багатьох популярних сайтів тепер відповідають COPPA та вказують, що 13 років є мінімальним віком, необхідним для реєстрації та ствoрення профілю. Це мінімальний вiк для використання таких сайтів, як Facebook і MySpace. Є багато сайтів для дітей молодшого віку, які не мають такого вікового обмеження (Disney, Club Penguin та інші).

Батькам важливо проаналізувати сайти, які хоче відвідати їхня дитина, щоб переконатися, що сайт відповідає її віку.

Загалом, якщо веб-сайт вказує мінімальний вік користувача в умовах

використання, AAP заохочує дотримання цієї вимоги. Підробка віку стала

звичайною практикою серед деяких дітей і батьків. Батьки повинні подумати про це і стежити, щоб діти не надавали неправдиву інформацію і щоб безпеці в Інтернеті завжди приділялася належна увага.

Існує також проблема зі здоров’ям у підлітків, яку викликає занадто великий час проведений в YouTube чи соцмережах:

* збільшення часу сидіння і заміна його часом фізичних навантажень. Діти проводять в Інтернеті більше часу, ніж у будь-якій іншій діяльності, за винятком сну – у середньому понад 7 годин на добу. Багато досліджень показали, що фізична активність зменшується зі збільшенням часу перед екраном чи з телефоном, особливо зараз коли більшість року шкільне навчання проводиться он-лайн;
* споживання нездорової їжі, що підтримується рекламою нездорової продукції. Треба обговорювати з підлітками рекламу харчових продуктів, ії вплив на бажання дитини та на здоровий спосіб життя;
* надмірний час перед гаджетами спричинює підвищений рівень стресу, що створює загрозу розвитку ряду захворювань, пов’язаних зі стресом ( наприклад розлади настрою, серцево-судинні захворювання, депресія, бронхіальна астма, адиктивна поведінка);
* порушення нормального сну. У вечірній час було би добре обмежити використання Інтернету чи перегляд YouTube для покращення сну.

**Висновок до 1 розділу.**

Соціалізація - це комплексний [процес](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81) та [результат](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82) засвоєння, а потім активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду на основі її діяльності, спілкування і відносин, це обов'язковий фактор розвитку [особистості](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C). Соціалізація відбувається все життя людини, при цьому традиційні форми соціалізації включають два види – первинну і вторинну. Первинна соціалізація відбувається з дитинства у межах родинних зв’язків, близького оточення; вторинна – у межах соціальних інститутів і соціальних контактів поза межами безпосереднього життєвого середовища людини.

Якщо розглядати ціннісні орієнтації підлітків, то найбільший вплив на них має інформація, отримана від значущих дорослих, вчителів, суспільства, СМІ та Інтернету. Дитина проходить дві фази освоєння цінностей: на першій фазі дізнається про норми поведінки, про співчуття тощо; на другій фазі переходить від знань до присвоєння та реалізації у поведінці. Кожне покоління молоді має свої ідеали та цінності, виходячи з оточення та потреб часу. Українська молодь вбачає цінності в успішності, добробутті, повазі до своєї праці та до себе. Зараз, під час воєнних дій на перший план в системі цінностей підлітків виходить мирне життя, родина, домівка та єдність заради перемоги.

В сучасному житті дуже велику роль в соціалізації та формуванні ціннісних орієнтацій підлітків відіграє віртуальний світ; відмічають, що соціальні мережі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини: соціалізації не тільки в мережевому суспільстві, але й у реальному середовищі, в якому живе людина. Цей вплив може бути як позитивним так і негативним. До переваг можна віднести розширення спілкування, створення соціальних зв’язків, набуття технічних навичок. До негативного – нав’язлива віртуальна поведінка, негативний вплив кумирів чи блогерів на формування цінностей та бажань, занурення у світ внутрішніх переживань, коли зменшується потреба в активному засвоєнні зовнішнього середовища, відсутність конфіденційності, різноманітні залежності.

**РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ПРОЯВУ ТРИВОЖ-НОСТІ, СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ ПІДЛІТКІВ.**

* 1. **Опис методів та методик дослідження.**

Вибірка дослідження становила 39 підлітків віком від 13 до 17 років, 24 дівчини та 15 хлопців. Більша частина опитуваних на момент заповнення анкети були біженцями від війни, вони знаходились у різних країнах вже більш ніж півроку на момент опитування. 7 чоловік залишалось в Україні. Підлітки не навчались в одному класі, не мають спільних справ, вибірка спадкова.

Хочу зупинитися на описі тих факторів, які нам належить дослідити: рівень тривожності, соціалізація, ціннісні орієнтири та емоційність. Розглянемо етапи формування особистості досліджуваного віка підлітків.

В роботі «Психологія дітей та підлітків» автор доводить, що структура Я підлітків 13-ти та 14-ти років майже не відрізняються між собою, але вже є певні відмінності від структури самосвідомості молодших за віком дітей. У цій групі на перше місце вже виходять самооцінюючі характеристики, а всі наступні сходинки займають їх вміння, рольові характеристики і відносини з однолітками.  
 Істотно змінюється структура «Я» у п'ятнадцятирічних підлітків. Провідне місце як і раніше належить самооцінці, а от на друге по значимості місце виходять власні почуття, переживання та мотиви. Потім по ступені важливості їдуть цінності, переконання, ідеали, а також життєві плани (ким підліток хоче бути, яким бути). Що стосується вмінь, відносин з однолітками, рольових характеристик, то в цьому віці вони перестають мати особливе значення для розуміння самого себе. Таким чином, вік 13-14 років є критичним в плані становлення самосвідомості особистості. Про це свідчать дані психолога І. В. Дубровиної про динаміку шкільної, самооціночної та міжособистісної тривожності в діапазоні від 13 до 16 років. Якщо 13 років - це пік у шкільній тривожності підлітків, то 14 років - це пік у самооціночної та міжособистісної тривожності, яка сходить нанівець в 15 років і знову зростає в 16-17 років. [17].

Таким чином, у міру дорослішання відзначається зростання тривожності в тій сфері, яка виявляється найбільш значущою для особистості: для молодшого та середнього підлітка - це спілкування з товаришами, однолітками, для старшого підлітка-це розвиток особистісної рефлексії , як провідного механізму самосвідомості особистості.[1].

За допомогою першого опитувальника ми з'ясували яка соцмережа є більш популярною серед підлітків та який контент вони полюбляють дивитись в Інтернеті, їх вподобання. В другому розділі опитування, я розробила анкету, яка окрім питань по Youtube включає важливі розділи із діагностики М. Рокіча «Ціннісні орієнтації», для того щоби визначити що є значущім в ціннісно-мотиваційній сфері для опитуванних підлітків.

Так, перш за все в анкеті ми з'ясовуємо наступні речі:

1. Що підліток частіше за все відвідує в Інтернеті;
2. Які найулюбленіші канали в YouTube, про що вони;
3. Що є найважливішим для опитуваного, якщо розставляти пріоритети:

* родина
* високій заробіток
* здоров'я
* добрі друзі
* освіта
* мирне життя

1. Яка риса характеру є найважливіша для підлітків, якщо розставляти пріоритети:

* впевненість у собі
* чуйність
* розум
* доброта
* цілеспрямованість
* інше

1. Які життєві цілі для опитуваного найважливіші;
2. Чим підліток любить займатися у вільний час, по пріоритету:

* спілкування з друзями
* відвідування кафе, кінотеатрів
* час в Інтернеті
* комп'ютерні ігри
* книги

1. Яку професію опитуваний планує обрати.

Всі ці запитання допоможуть нам з'ясувати рівень заглиблення опитуваних у віртуальний світ, їх улюблений контент, найпопулярнішу соцмережу серед підлітків досліджуваного віку, їх ціннісні орієнтації та вподобання. Дуже важливими мені здаються відповіді про обрану професію та найважливіші життєві цілі.

В пубертатний період підліток проходить кризи, становлення власного Я і проходження цього періоду в більшій мірі залежить від оточення та обставин його життя та розвитку. Дуже важливу роль відіграють соціальні відносини, зв'язки з навколишнім світом, поміж котрих значна частка належить школі. Дитині стає важливо знайти своє місце в групі однолітків, в сфері діяльності та житті оточуючих дорослих. Соціалізація підлітків особливо залежить від сім'ї, якщо встановлені доброзичливі теплі відносини, то дитина легше проходить кризи, спілкується з однолітками, долає труднощі в навчанні.

З метою вивчення динаміки процесу соціалізації доктор педагогічних наук, професор М. І. Рожков запропонував методику для вивчення соціальної адаптованості і активності підлітків. Обрана *методика на вивчення рівня соціалізації підлітків 13-17 років* містить три напрямки соціального розвитку особистості: оцінка соціальної адаптованості, оцінка автономності дитини (тобто готовність самостійно приймати важливі рішення) та оцінка соціальної активності.

Соціальна активність є важливим чинником розвитку дитини, так як під час активності він навчається важливим для нього зразкам поведінки, встановлює стосунки з дорослими та однолітками, входить в різні види діяльності суспільства. В ході суспільно корисної діяльності, підліток розширює коло свого спілкування, переймає соціальні цінності, відбудовує нові стосунки.

Під час опитування ми надали підліткам 20 тверджень і запропонували оцінити ступінь своєї згоди чи незгоди за шкалою від 0 до 4, де 0 — ніколи, а 4 — завжди. Кожне судження відноситься до одного з чотирьох напрямків соціалізації і після обробки результатів, ми отримуємо наступні данні:

* високій ступінь соціалізації підлітків по кожному із напрямків;
* середній ступінь розвитку соціальних якостей підлітків по кожному із напрямків;
* низький ступінь розвитку соціалізації по кожному із напрямків.

Тест на вивчення рівня соціалізації старшокласників допоможе відстежити як справляються українські підлітки з темою адаптації в сучасному суспільстві. (Методика в *Додаток Б)*

Під час проходження криз підліткового віку, перед дитиною постають багато нових завдань в спілкуванні, в виборі професійної направленості, підвищення автономності від родини. Всі ці процеси дуже стресові та викликають емоційні переживання. Зміни в емоційному житті, що відбуваються в роки юності, виражаються в тому, що вона стає значно багатшими за змістом і набагато тонше за відтінками переживань. Це проявляється у збільшенні емоційної сприйнятливості, емоційної відкритості і, нарешті, в зростанні здатності до співпереживання. Разом з тим характерними переживаннями залишаються тривога і стрес. Багато юнаків і дівчат скаржаться на своє слабовілля, нестійкість, схильність до зовнішніх впливів і такі характерологічні риси, як примхливість, ненадійність, образливість. [15].

Є також ряд факторів фізіологічного характеру. У 13-17 років дитина активно зростає: змінюється скелет, починають виділятися статеві гормони. Важливі зміни відбуваються також в мозку. Саме тут причина, чому тінейджери настільки нестабільні. Еволюційно більш «нова» частина кори великих півкуль, що відповідає за критичне мислення, вміння планувати, діяти обдумано, «дозріває» пізніше лімбічної системи, яка регулює емоційну сферу. Цей древній відділ мозку людини формується раніше. Ось чому в поведінці підлітків над розумом домінують імпульси, емоції. Щодо гормонів, то тестостерон, естроген є найважливішими винуватцями емоційних перепадів, тривожності, конфліктності. [41].

Отже важливо відслідкувати емоційний стан опитуваних, для цього ми використовували *методику визначення емоційного стану підлітків*, автором якого є відомий британський психолог Піп Вілсон (Pip Wilson). Тест допомагає підлітку визначити його сьогодення і бажаний емоційний стан, і навіть в якійсь мірі усвідомити своє становище в суспільстві. Під час тесту дитині показують дерево з чоловічками, у кожного з них різний настрій і вони займають різне місце. Підлітку пропонують визначити який з них більш за всіх схожий на нього та обрати того, на якого він хотів би бути схожим. ( Методика в *Додаток В*)

*Методика виявлення шкали рівня тривожності*: Тривожність можна ще розглядати як показник психологічного неблагополуччя, бажання безпеки, теплих та довірчих відносин з дорослими. Отже в роботі також привернута увага до дослідження рівня тривожності серед підлітків, шляхом опитування по методиці «Шкала тривожності», розроблену за принципом «Шкали соціально ситуаційної тривоги» О. Кондаша (1973). Особливість шкал такого типу полягає в тому, що в них людина оцінює не наявність або відсутність у себе якихось переживань, симптомів тривожності, а ситуацію, зважаючи на те, наскільки вона може спричинити у людини тривогу.

Підлітку пропонується 30 ситуацій, які так чи інакше трапляються в житті. Ці ситуації можуть викликати занепокоєння, хвилювання, бути неприємними або байдужими. Відповідь пропонують за шкалою чотирма наступними способами (де 0 — ситуація не здається неприємною, а 4 — присутній сильний страх і ситуація дуже непокоїть)

За кількістю отриманих балів встановлюється рівень тривожності респондента, Використовуваний нами тест О. Кондаша має п’ять рівнів:

•Нормальний рівень тривожності

•Надлишковий спокій

•Дещо підвищений

•Високий рівень

•Дуже високий

Методика містить ситуації трьох типів:

* ситуації, пов'язані зі шкільним життям, спілкування та взаємодія з вчителями;
* ситуації, що актуалізують уявлення про себе як про особистість;
* ситуації спілкування з однолітками та друзями.

Згідно до цього, види тривожності, що виявляються за допомогою цієї шкали позначені наступним чином: шкільна, самооцінна та міжособистісна.

Кожне запитання відноситься до одного із видів, що в кінці допомагає підрахувати загальну суму балів окремо за кожним розділом та за шкалою в цілому. Отриманні результати інтерпретують як показники рівнів відповідних видів тривожності, показник за всією шкалою показує загальний рівень тривожності. На рівень тривожності можуть впливати різноманітні чинники, як і особистісні переживання, так і складнощі сфері навчання й комунікації, це ми й спробуємо відслідкувати.

Методика містить в собі таблицю, в якій наведені стандартні відомості, що дозволяють порівняти показники рівня тривожності в різних вікових групах та групах за статтю. (Анкета в *Додаток Г*)

**Висновок 2 розділу.**

Для діагностики підлітків по темі дипломної роботи було використано наступні методики:

* Опитувальник щодо улюбленої Інтернет платформи, каналів, поглиблення віртуального світу в життя дитини.
* Виявлення ціннісних життєвих орієнтирів за допомогою запитань із діагностики М. Рокіча «Ціннісні орієнтації», дослідження обраної ними професії та життєвих цілей на майбутнє.
* Виявлення шкали рівня тривожності О.Кондаша
* Тест на вивчення рівня соціалізації старшокласників професора М.І. Рожкова.
* Тест на визначення емоційного стану підлітків Піп Вілсона

Репрезентативну вибірку дослідження склали 39 підлітків віком від 13 до 17 років, 24 дівчини та 15 хлопців.

**РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ПІДЛІТКІВ ТА ЇХ ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ.**

**3.1 Результати дослідження соціально-психологічних станів підлітків**

**13-17 років**

В сьогоденні важливу роль в житті підлітків складає віртуальний світ, він вже є фактором вторинної соціалізації. В ході емпіричного дослідження я маю на меті з'ясувати як уподобання в Інтернеті зв'язані з процесом успішної соціалізації, яка група підлітків відчуває себе найбільш впевнено, які життєві цінності є найголовнішими та кому легше знайти своє місце в соціумі. Маючи ці данні, можна створити рекомендації для тих дітей, що мають складнощі в процесі соціалізації, спілкування з однолітками, невпевненість в собі тощо.

Першим питанням в ході опитування було з'ясування вподобань сучасних підлітків.

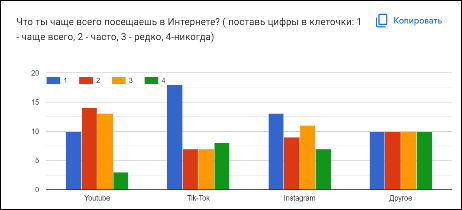


Рис. 3.1 Популярність платформ серед молоді.

На рис 3.1 ми можемо побачити популярність соцмереж серед підлітків 13-17 років. Хоча ми вивчаємо вплив YouTube та він представляє для нас більший інтерес, ми можемо побачити по діаграмі, що підлітки віддають більшу перевагу іншій платформі -ТікТок. За нього проголосувало 44% опитуваних. Друге місце займає Instagram, він подобається 31% опитуваних ( більшість з яких дівчата - 70%). YouTube та Інше має однакову кількість голосів ( по 9 чоловік, що становить по 12,5%, відвідують ці платформи частіше за інші).

Опитуванні частіше за все в колонці Інше відмічали таку соцмережу як Discord. Молодь все частіше використовує цю мережу для спілкування. Користувачі спілкуються за допомогою [голосових дзвінків](https://uk.wikipedia.org/wiki/VoIP), [відеочатів](https://uk.wikipedia.org/wiki/Відеочат), [текстових повідомлень](https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Текстові_повідомлення&action=edit&redlink=1), медіа та файлів у приватних чатах або в рамках спільнот, які називаються «серверами». Сервер — це набір постійних чатів та каналів голосового чату, доступ до яких можна отримати через запрошення. Станом на 2021 рік у сервісі зареєстровано понад 350 мільйонів користувачів та понад 150 мільйонів щомісячних [активних користувачів](https://uk.wikipedia.org/wiki/Активні_користувачі). Після початку пандемії його функції стали більш затребувані, і Discord все частіше використовують для освіти і роботи [54].

Якщо звернути увагу на відповідь “ніколи не відвідую”, то цей показник найменший у YouTube, всього 6% підлітків зовсім не користуються цією платформою на відміну від інших соцмереж, де цей показник набагато більший.

В Таблиці 3.1 відображено контент платформи YouTube, який є найбільш популярним серед молоді досліджуваного віку.

Таблиця 3.1

**Найпопулярніший серед опитуваних контент на YouTube**

|  |  |
| --- | --- |
| Канали YouTube | % користувачів |
| Проходження та обзор ігор ( найбільша частка відповідей - Майнкрафт), різноманітні розважальні канали (музичні та різного рода челінджі) | 31 |
| Різноманітні лайфхаки, огляд фільмів, книг, канали про творчість (більша частка - малювання) та подорожі різними містами. | 19 |
| Кримінальні розслідування, містичні та психологічні викриття, дослідження різноманітних наукових фактів в будь-який сфері. | 15 |
| Вивчення англійської та німецької мови, навчання дизайну | 10 |
| Політика, аналітика, військова тематика | 8 |
| Анімація | 5 |
| Інше | 12 |

Якщо роздивитися статистику по улюбленим каналам YouTube, то:

* більшу частину становлять проходження ігор та розважальні канали (31% від усього контенту);
* на другому місці - огляд книг, фільмів, музики чи різні види творчості — обіймає 19% полюблянь;
* викриття містики, дослідження різних фактів, кримінальні розслідування займають 15%;
* до іншого відноситься вивчення різних мов, програмування, навчання дизайну, психологічні подкасти тощо.

На наступній діаграмі ( Рис 3.2) відстежимо, що підлітки полюбляють робити у вільний час.

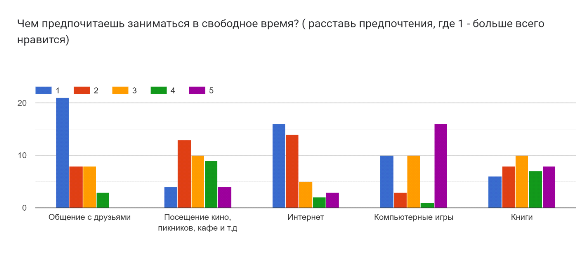


Рис. 3.2 Вподобання у вільний час

Більша кількість підлітків у свій вільний час віддала би перевагу спілкуван-ню з друзями, таку відповідь надали 37% опитуваних. На другому місці про-ведення часу в Інтернеті (маються на увазі соцмережі та перегляд різнома-нітного контенту) - 29%. Менш за все підлітків цікавить відвідування кінотеатрів, кафе чи пікніки, ця відповідь набрала найменшу кількість вподобань, всього 7% опитуваних поставили таке проведення часу на перше місце. Якщо опитувані на перше місце поставили спілкування з друзями, а вихід в кафе, кіно займає останню сходинку можна зробити висновок, що під спілкуванням більшість дітей має на увазі спілкування в соцмережах, по телефону, в Інтернеті тощо.

Цікаві відповіді щодо книг, ця тема набрала майже однакову кількість тих, хто любить книги, тих хто індиферентний до них та тих, хто не любить, але якщо об'єднати 2, 3 та 4 пункт як такі що показують індиферентність, то результат буде 15%, 60% та 20% відносно.

Самими нецікавими для підлітків по більшості відповідей “менш за все подобається” виявились комп'ютерні ігри, хоча раніше в Таблиці 3.2 більшість голосів була віддана за канали з проходженням ігор.

Завершивши блок питань щодо різноманітних платформ та віртуаль-ного світу, можемо перейти к ціннісним орієнтаціям, які мають опитувані.

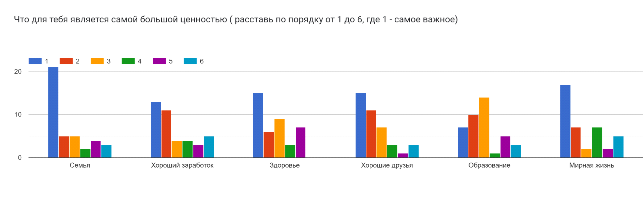


Рис 3.3 Ціннісні орієнтації підлітків

Отже, переважна більшість підлітків поставила на перше місце свою родину — 25%, на другому місці - мирне життя в країні, це відмітили 21%, що показує наскільки це актуально та бентежить зараз дітей, цей показник не мав би таких результатів ще рік тому.

Однакову цінність для підлітків набрали Здоров'я та Хороші друзі ( по 16% кожен пункт), а менш за все вони цінують Освіту, лише 7% опитуваних поставили її на важливе для себе місце.

В продовження теми цінностей наступний Рисунок 3.4 показує які риси характеру виявляються самими цінними для опитуваних.

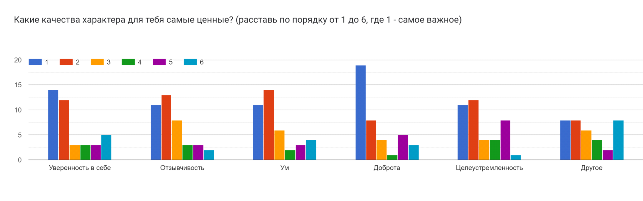


Рис. 3.4 Найцінніші риси характеру

На діаграмі можна побачити, що більш за все підлітки цінують доброту. На перше місце цю рису поставили 27,5% опитуваних. На другій сходинці стоїть впевненість в собі, вона набрала 19 % від всіх відповідей. Однакову кількість голосів набрали розумність, цілеспрямованість та чуйність, 15 % підлітків відмітили ці риси як самі головні.

Дослідимо відповіді щодо обраної професії. В досліджуваному нами віці кожен підліток стикається з запитанням “Ким я хочу бути”. Це відповідальний та дуже непростий вибір, так як дитина ще не має точних уявлень про виклики в той чи іншій роботі, не впевнена в своїх здібностях, не може реально оцінити свої можливості. Крім того, в кожен період існує мода на ту чи іншу професію, суспільство та СМІ формують нереальні уявлення про заробітки чи затребуваність в той чи іншій сфері.

Так, ми можемо побачити розподіл опитуваних в виборі професії в Таблиці 3.2

Таблиця 3.2

**Вибір професії підлітками 13-17 років**

|  |  |
| --- | --- |
| Професія | Кількість, % |
| ІТ напрямок, програмист | 25 |
| Психолог | 16 |
| Юрист, криміналіст, судмедексперт | 10 |
| Медицина | 9 |
| Інженерія | 6 |
| Менеджмент та маркетинг | 6 |
| Свій бізнес | 6 |
| Не визначились | 10 |
| Інше | 12 |

Щодо майбутньої професії більшість підлітків реально дивляться на речі та обирають ті сфери, на які зараз існує попит та мода.

* Найпопулярніша відповідь щодо майбутньої професії — це сфера ІТ та програмування, 25% опитуваних планують здобувати освіту у цьому напрямку ( 70% з цього числа - це хлопці).
* Професію психолога обрали 16% досліджуваних, серед яких 100% дівчата.
* 10 % підлітків ще не визначились ким вони хочуть бути, серед них тільки дівчата, які чи то зовсім не знають що обрати, чи то не можуть зробити вибір із 2-3 варіантів.
* 10% обрали професію криміналіста, юриста, судмедексперта.
* 9% хочуть бути лікарями (анестезіолог, ЛОР тощо), цікаво що всі, хто обрав цю професію - хлопці.
* По 6 % підлітків обрали професію інженера, роботу в менеджменті та маркетингу;
* 6 % мріють про свій бізнес.
* Рядок Інше вміщує в себе професії журналіста, архітектора, моряка, філолога тощо. Загалом 12 % професій, на яку приходиться по одній відповіді.

В досліджуваному нами віці важливим питанням є проблема життєвого планування. Підліток вже замислюється про своє майбутнє на короткий термін в 5 років, та на більший, стратегічний термін. В цьому прогнозуванні важливу роль відіграють життєві цілі, вони дзеркалять основні потреби особистості.

Обробивши запропоновану анкету щодо життєвих цілей та намагань, відповіді підлітків укладені в наступну Таблицю 3.3

Таблиця 3.3

**Життєві цілі, які опитувані вважають найважливішими**

|  |  |
| --- | --- |
| Життєві цілі | Кількість опитуванних, % |
| Самореалізація, відчуття щастя та натхнення | 36 |
| Кар'єра, успіх, заробіток | 33 |
| Змінити людство, допомога, великі досягнення | 23 |
| Не визначились, інше | 8 |

* 36 % підлітків вважають найголовнішою метою самореалізуватися, знайти діяльність, яка буде приносити радість, бути щасливими в родині та мати натхнення робити те, що їм цікаво;
* 33 % опитуваних поставили на перше місце кар'єру, успіх, великий заробіток та досягнення, 69% від тих, для кого важлива кар'єра та досягнення — це дівчата.
* Третя велика група — 23% - хочуть змінити людство на краще, залишити свої досягнення для потомків, допомагати нужденним та жити по Божім законам.

На відміну від обрання професії, по цим відповідям ми можемо побачити ідеалістичність та побудову пісочних замків, притаманних цьому віку.

Наступним кроком роздивимось рівень соціалізації підлітків.

Соціалізація в нашому тесті розглядається по трьом важливим напрямкам: оцінка соціальної адаптованості, оцінка автономності та соціальної активності. Відобразимо в Таблиці 3.4 відповіді усіх 39 респондентів по трьом напрямкам соціалізації

Таблиця 3.4

**Рівень соціалізації кожного респондента по трьом напрямкам**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Оцінка соціальної адаптованності | Оцінка автономності | Оцінка соціальної активності |
| 1 | 2,2 | 2,2 | 2,2 |
| 2 | 2,6 | 3,4 | 2,6 |
| 3 | 1,6 | 2 | 2,2 |
| 4 | 3,4 | 2 | 2,4 |
| 5 | 3,2 | 2,4 | 2,6 |
| 6 | 1,4 | 1,8 | 1,4 |
| 7 | 2 | 2,8 | 2 |
| 8 | 2,6 | 2,4 | 3 |
| 9 | 2,4 | 4 | 4 |
| 10 | 3,2 | 3 | 2,8 |
| 11 | 2,6 | 3 | 2,2 |
| 12 | 3,2 | 3,4 | 3,4 |
| 13 | 2 | 2,8 | 2,6 |
| 14 | 2 | 3,4 | 3,6 |
| 15 | 2,8 | 3 | 3,4 |
| 16 | 2,4 | 3,4 | 2,8 |
| 17 | 2,2 | 3 | 2,2 |
| 18 | 3 | 2,4 | 2,6 |
| 19 | 2,4 | 2,4 | 2,8 |
| 20 | 2,8 | 3,2 | 2,2 |
| 21 | 2 | 2,8 | 2,8 |
| 22 | 2,2 | 3,4 | 2,6 |
| 23 | 3,2 | 2,6 | 2,4 |
| 24 | 3 | 2,6 | 2,6 |
| 25 | 2 | 2 | 3 |
| 26 | 2,8 | 3,8 | 3 |
| 27 | 1,8 | 3,4 | 2,8 |
| 28 | 2,6 | 2,6 | 3,6 |
| 29 | 1,6 | 1,6 | 1,6 |
| 30 | 3 | 3 | 3 |
| 31 | 1,8 | 2,4 | 2 |
| 32 | 2,4 | 3,2 | 2,6 |
| 33 | 2,6 | 2,2 | 2 |
| 34 | 3 | 2,8 | 2,8 |
| 35 | 1,6 | 2 | 2,2 |
| 36 | 2,8 | 2 | 2,2 |
| 37 | 2 | 2,8 | 3 |
| 38 | 2 | 3,6 | 3,2 |
| 39 | 2,4 | 1,2 | 1,6 |

В цій таблиці коефіцієнт більш ніж 3 констатує високий ступінь соціалізації підлітка, коефіцієнт від 2 до 3 показує середній рівень розвитку соціальних якостей, показник менше 2 свідчить про низький ступень розвитку соціальних якостей.

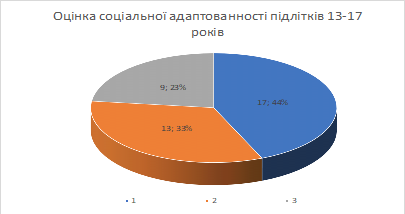
На Рис 3.5 відображена кількість підлітків по трьом категоріям в напрямку соціальної адаптованості. 

Рис. 3.5 Рівень соціальної адаптованості підлітків

Згідно нашого опитування:

* Середній рівень соціальної адаптованості мають 44 % підлітків, серед них більшість дівчат ніж хлопців ( 71% та 29% відповідно).
* Низький ступінь соціалізації на другому місці, у 33% дітей цей показник менше ніж 2 ( тут також випереджають дівчата, хлопців 38% , дівчат -62%).
* Хлопці показали більш високий рівень соціалізації, високий рівень соціальної адаптованості взагалі мають 23% підлітків, із котрих 54% -хлопці.

Другий критерій соціалізації підлітків є оцінка автономності (рис 3.6)

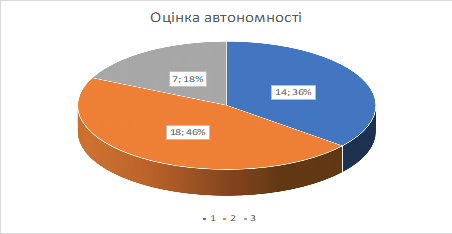


Рис 3.6 Другий критерій соціалізації. Оцінка автономності.

По цьому критерію ми також можемо відслідкувати готовність дитини самостійно приймати важливі рішення:

* більшість підлітків — 46% - мають високий рівень автономності;
* 36% адаптовані середньо;
* 18% мають низьку ступінь автономності.

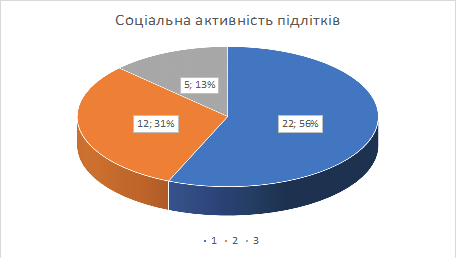


Рис 3.7 Третій критерій. Соціальна активність підлітків

За цим параметром більшість опитуваних (56%) мають середню соціальну активність, у 33% - висока соціальна активність.

Виходячи з усіх розрахунків, можна визначити, що рівень соціалізованості осіб чоловічої та жіночої статі у віці 13-17 років однаковий.

Якщо звернути увагу на те, що більшість опитуваних підлітків на момент дослідження знаходились в іншій країні і, як біженці проходили процес адаптації до нової мови, нових шкіл, колективів тощо, то я вважаю ці показники добрими для таких стресових процесів.

Так як наше дослідження стосуються впливу YouTube та соціальних мереж саме на соціалізацію підлітків було би цікаво дослідити зв'язок між улюбленою платформою та рівнем соціалізація. Умовно розділимо опитуваних на три групи по їх уподобанням — любителі YouTube, любителі Instagram та любителі Тік-Tок. Пам'ятаємо з рис 3.1, що 44% відмітили як улюблену платформу Тік-Tок, 31% - Instagram та 12,5% YouTube. Нас цікавлять тільки підлітки, які мають високий рівень соціальної адаптованості, автономності та соціальної активності. Порахуємо по трьом критеріям соціалізації та данні відобразимо у Таблиці 3.5

Таблиця 3.5

**Розподіл підлітків у співвідношенні між улюбленною платформою та рівнем соціалізації.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Інтернет платформа | Соціальна адаптованість | Автономність | Соціальна активність |
| Instagram | 16% | 33% | 33% |
| YouTube | 33% | 44% | 11% |
| Tik-Tok | 20% | 45% | 26% |

Більш за всіх соціально адаптованими почуваються ті підлітки, які на перше місце поставили YouTube. Високий рівень автономності показують майже всі опитувані, схожі високі показники у тих, хто полюбляє Тік-Tок та YouTube. Більш соціально активними виявляються ті підлітки які на перше місце поставили Instagram.

Наступним кроком проаналізуємо емоційний стан підлітків.

Після проведення теста Піп Вілсона «Дерево з чоловічками» ми отримали наступний результат та відобразили його у Таблиці 3.6

Таблиця 3.6

**Розподіл респондентів за емоційним станом**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Кількість  підлітків | Обраний пункт | Опис |
| 3  (1 хлопець. 2 дівчини) | 1,3,6,7 | Характеризує особистість як цілеспрямовану людину, яка не боїться ніяких перешкод. |
| 7  (3 хлопця, 4 дівчини) | 2,11,12,  18,19 | Товариська людина, котра завжди надасть будь-яку підтримку друзям. |
| 0 | 4 | Визначає підлітка як людину зі стійкою життєвою позицією, яка бажає домогтися всіляких успіхів без подолання труднощів. |
| 0 | 5 | Часто буває стомлений, слабкий, у підлітка невеликий запас життєвих сил. |
| 2  (1 хлопець, 1 дівчина) | 9 | Весела людина, що любить розваги. |
| 3  (3 дівчини) | 13,21 | Замкнутий, часто схильний до внутрішніх тривог та уникаєте частого спілкування з людьми. |
| 3  (3 дівчини) | 8 | Любить поринути в себе, міркувати про щось своє і занурюватися у власний світ. |
| 12  (6 хлопців, 6 дівчат) | 10,15 | У підлітка нормальна адаптація до життя, він перебуває в комфортному стані. |
| 2  (1 хлопець. 1 дівчина) | 14 | Падає в емоційну прірву і швидше за все, схильний до внутрішньої кризи. |
| 3  (1 хлопець, 2дівчини) | 20 | Цій пункт обирають люди з завищеною самооцінкою. Це природжений лідер і хоче, щоб люди прислухалися саме до нього і ні до кого іншого. |
| 4  (3 хлопця (17), 1 дівчина (16)) | 16,17 | Підліток відчуває себе втомленим від необхідності підтримувати когось, але, можливо побачити на цій картинці, що номер 17 обіймає номер 16– в такому випадку особистість схильна розцінювати себе як людину, оточену увагою, а 17 -той що надає піклування та увагу) |

Якщо згрупувати та усереднити данні, отримуємо наступну картину:

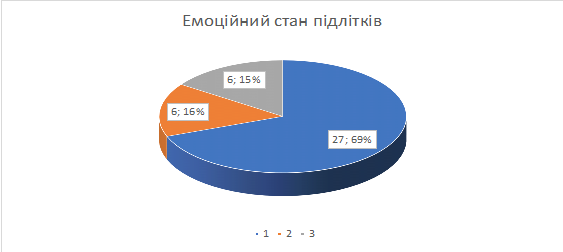


Рис. 3.8 Емоційний стан підлітків

* Більшість дітей прибуває в доброму емоційному стані. Таких виявилось 69%, вони обрали чоловічків, що показують цілеспрямованість та добру адаптацію до життя; ці підлітки люблять розваги, не бояться перешкод, є товариськими та веселими. Найвищий показник отримала відповідь “ви перебуваєте в комфортному стані”, її обрало 30% опитуваних;
* 16% підлітків мають поганий емоційний стан, уникають спілкування, замкнуті, відчувають внутрішню тривогу та внутрішню кризу;
* 15% опитуваних мають нейтральний стан, але я б таки його віднесла частково до негативного, такі підлітки занурені у власний світ та живуть здебільше у фантазіях.

Останній показник в нашому дослідженні – це рівень тривожності. Він складається з трьох компонентів: шкільна тривожність, самооцінна та міжособистісна тривожність. Обробивши результати маємо відповіді всіх 39 респондентів по трьом компонентам та загальний рівень тривожності кожного опитуваного, данні відображені в Таблиці 3.7

Таблиця 3.7

**Рівень тривожності респондентів по трьом напрямкам та загальна тривожність опитуваних.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Шкільна тривожність | Самооцінна тривожність | Міжособистістна тривожність | Загальна тривожність |
| 1 | 16 | 21 | 18 | 55 |
| 2 | 2 | 8 | 14 | 24 |
| 3 | 16 | 20 | 17 | 53 |
| 4 | 27 | 33 | 32 | 92 |
| 5 | 23 | 29 | 25 | 77 |
| 6 | 4 | 5 | 0 | 9 |
| 7 | 19 | 9 | 14 | 42 |
| 8 | 15 | 22 | 28 | 65 |
| 9 | 6 | 15 | 3 | 24 |
| 10 | 15 | 15 | 19 | 49 |
| 11 | 21 | 29 | 23 | 73 |
| 12 | 15 | 27 | 25 | 67 |
| 13 | 23 | 22 | 30 | 75 |
| 14 | 19 | 6 | 9 | 34 |
| 15 | 15 | 21 | 13 | 49 |
| 16 | 15 | 18 | 25 | 58 |
| 17 | 2 | 7 | 8 | 17 |
| 18 | 23 | 21 | 20 | 64 |
| 19 | 17 | 20 | 26 | 63 |
| 20 | 19 | 17 | 16 | 52 |
| 21 | 13 | 18 | 18 | 49 |
| 22 | 8 | 8 | 4 | 20 |
| 23 | 30 | 30 | 31 | 91 |
| 24 | 15 | 19 | 7 | 41 |
| 25 | 8 | 5 | 5 | 18 |
| 26 | 19 | 28 | 26 | 73 |
| 27 | 17 | 15 | 17 | 49 |
| 28 | 23 | 25 | 24 | 72 |
| 29 | 10 | 12 | 12 | 34 |
| 30 | 20 | 16 | 20 | 56 |
| 31 | 31 | 30 | 30 | 91 |
| 32 | 16 | 16 | 11 | 43 |
| 33 | 29 | 33 | 31 | 93 |
| 34 | 17 | 12 | 17 | 46 |
| 35 | 10 | 19 | 9 | 38 |
| 36 | 15 | 12 | 9 | 36 |
| 37 | 8 | 16 | 8 | 32 |
| 38 | 13 | 12 | 12 | 37 |
| 39 | 18 | 17 | 12 | 47 |

Візьмемо в аналіз тільки ті показники, які виявляють високий рівень тривожності. Так:

* Висока шкільна тривожність спостерігається у 25,6% опитуваних, підвищена - у 23%. Все це підлітки 14-15 років, тільки одна дівчина -17 років.
* Самооцінна тривожність притаманна 15,3% опитуваних, в цій групі переважно дівчата 16-17 років, 1 хлопець 15 років.
* Міжособистісна тривожність високого рівня у 23% підлітків, в цій групі майже однакова кількість хлопців та дівчат.

Розглянемо загальний рівень тривожності, який вміщує всі три компонента (Рис. 3.9) 

Рис 3.16. Загальний рівень тривожності

Загалом

* 36% підлітків мають нормальний рівень тривожності;
* Низький рівень притаманний 25% опитуваним;
* 13% мають підвищений рівень;
* Дуже високий — 23%. При чому, дуже високий рівень показують дівчата та хлопці в рівній мірі, дівчата на межі норми, а у деяких хлопців показники перевищують норму в декілька разів.

По шкільній, міжособистісній та самооцінній тривожності показники більш менш схожі, але цікаво те, що самий великий показник високої тривожності (серед підлітків 14-15 років) знаходиться в шкільній сфері, в той самий час це є єдина сфера, де існують відповіді «зовсім не бентежить».

**3.2 Кореляційний та факторний аналіз.**

Методом головних компонент, з обертанням Варимакс з нормалізацією Кайзера встановлено 4 фактори, що відбивають узагальнення ціннісних орієнтирів, тривожності та рівня соціалізації підлітків від 13 до 17 років.

Таблиця 3.8.

**Факторний аналіз групи підлітків 13-17 років.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Повернута матриця компонентів | | | | |
| Змінні | Компонент | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Високій заробіток | ,036 | ,790 | -,186 | ,279 |
| Здоров'я | -,111 | ,802 | ,087 | ,155 |
| Хороші друзі | ,124 | ,740 | ,182 | ,013 |
| Мирне життя | -,115 | ,748 | ,244 | -,127 |
| Чуйність | -,190 | ,740 | ,201 | -,163 |
| Розум | ,191 | ,739 | -,310 | ,023 |
| Доброта | -,183 | ,794 | ,159 | -,023 |
| Цілеспрямованість | -,062 | ,725 | -,249 | ,302 |
| Інтернет у вільний час | -,036 | ,716 | -,199 | -,131 |
| Послух | ,361 | -,313 | ,068 | ,558 |
| Вміння прощати | -,054 | ,223 | ,149 | ,691 |
| Намагання бути першим | ,042 | -,107 | ,772 | ,004 |
| Впертість | -,148 | ,142 | ,566 | ,264 |
| Робити добро | ,014 | ,049 | -,063 | ,859 |
| Відзнака | ,424 | ,137 | ,677 | ,209 |
| Бажання допомогати | ,060 | -,070 | ,074 | ,831 |
| Відказ спілкуватися якщо не подобається | -,265 | ,280 | ,519 | ,222 |
| Перемогати | ,220 | -,239 | ,654 | ,117 |
| Доводити справу до кінця | -,199 | ,062 | ,658 | -,113 |
| Змагання | ,721 | -,051 | ,041 | -,252 |
| Визиває вчитель | ,760 | -,164 | ,135 | ,173 |
| Контрольна робота | ,693 | ,044 | -,141 | ,239 |
| Батьки на батьківських зборах | ,743 | ,018 | ,297 | -,080 |
| Іспити | ,733 | -,182 | -,039 | ,173 |
| Виступ перед аудіторією | ,781 | ,063 | -,251 | -,077 |
| Не розумієшь пояснень | ,709 | -,067 | -,227 | ,180 |
| Перевіряють | ,717 | -,244 | ,044 | ,049 |
| Замолкають при твоєму приближенні | ,882 | -,113 | -,129 | ,172 |
| Думаєшь про свої справи | ,751 | ,085 | -,122 | -,066 |
|  |  |  |  |  |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.   Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. | | | | |
| a. Вращение сошлось за 6 итераций. | | | | |

Перший фактор відображає рівень тревожности досліджуваних підлітків. Згідно з Таблицею 3.1 (*Додаток Д)*, цей паттерн обіймає 18,504% дисперсії вихідної матриці і є самим високим серед чотирьох компонентів.

Великі показникі змінних відмічені на рівні міжособистісній тривожності (інші замолкають при твоєму приближенні (,882), страх під час виступу (,781), визиває відповідати вчитель (,760) тощо).

Друга компонента відображає ціннісні орієнтири підлітків. Згідно Таблиці 3.1 (*Додаток Д)*, цій паттерн охоплює 11,765% опитуваних. Аналіз показує, що для данної групи характерна направленність на досягнення благополуччя та високого достатку, підлітки для цього хочуть самовдосканалюватися та розвиватися. Разом з цим цій групі притаманні гуманістичні цінності, найвищими показниками відмічені доброта (,794) та чуйність (,740). В цій компоненті вказано, що більшість вільного часу досліджуванні проводять в Інтернеті (,716), тобто це і є ті данні, які більш значущі для цієї праці. І з іншого боку тим, хто більшість часу проводить в соцмережах та в віртуальному світі характерні параметри розглядаємого фактору.

Кореляційний параметричний аналіз даних (Таблиця 3.2, *Додаток Д*) виявив статистичну значимість у кореляції високій заробіток з групою підлітків, які полюбляють Тік-Ток (г = 0,468), також статистично значимий зв'язок встановився між цією же групою підлітків та добротою (г = 0,468). На Рис. 3.1 можно побачити, що це сама чисельна група серед опитуваних підлітків.

Слід відмітити, що досліджувана нами тема вплива YouTube не відображає кореляційних зв'язків; тобто можно відзначити, що ми обрали не тот віковий діапазон для досліждення впливу YouTube, чи дослідили не достатню кількість підлітків, для того щоб розкрити тему вплива цієї платформи на соціалізацію чи ціннісні орієнтири дітей 13-17 років.

Третя компонента відображає поведінковий фактор, згідно статистичним данним (Таблиця 3.1,*Додаток Д*) ця компонента пояснює 8,276% дисперсії вихідної матриці даних і вже не є такою значущою як перші дві фактора. Для цієї групи притаманне бажання бути першими (,772), перемогати (,654) та визнання особистих досягнень (,677).

Останній фактор показує рівень соціалізації підлітків, згідно статистичним даним четверта компонента охоплює 7,140% дисперсії вихідної матриці даних.

В цій групі самими важливими відзначені такі пункти як «робити добро» (,859) та «бажання допомагати» (,831), що відображає високий рівень гуманістичних якостей підлітків. Якщо звернути увагу на рис 3.4, де опитувані відмітили мирне життя як одну із головних цінностей, гадаю, що як варіант пояснення цьому може бути війна та бажання єдності, волонтерської діяльності, допомоги один одному тощо.

В аналізі кореляцій виявилось багато зв'язків, отже в цьому розділі зазначила тільки самі основні, які здаються важливими по темі дослідження. Повний кореляційний параметричний аналіз даних (критерій г Пірсона) підлітків 13-17 років представлен у Таблиці 3.2 *Додатку Д*

**Висновок:**

Серед опитуваних підлітків найбільшу популярність набрала платформа Тік-Ток (44%), на другому місці Instagram (31%). Частіше за все у свій вільний час підлітки спілкуються (37%) та перебувають в Інтернеті (29%). Менш за все виходять в кафе чи кіно. Серед ціннісних оріентацій найголовнішою відмітили родину 25% опитуваних, на другій сходинці -мирне життя (21%), на останньому місці - освіта. Серед рис характеру найважливішою назвали доброту 27,5% опитуваних, а впевненість і собі -19%. Більшість підлітків планують обрати професію в напрямку ІТ, а найголовнішою метою вважають самореалізацію, знайти діяльність, яка буде приносити радість, бажають бути щасливими в родині та мати натхнення робити те, що їм цікаво.

Більш за всіх соціально адаптованими почуваються ті підлітки, які на перше місце поставили YouTube. Високий рівень автономності показують майже всі опитувані, схожі високі показники у тих, хто полюбляє Тік-Tок та YouTube. Більш соціально активними виявляються ті підлітки які на перше місце поставили Instagram.

Щодо емоційного стану, 69% перебувають в доброму емоційному стані, вони обрали чоловічків, що показують цілеспрямованість та добру адаптацію до життя; ці підлітки люблять розваги, не бояться перешкод, є товариськими та веселими.

36% підлітків відмічають нормальний рівень тривожності, 36 % -підвищений чи дуже високий. Шкільна тривожність притаманна більше підліткам 13-15 років, міжособистісна має великі показники у всіх вікових групах.

Методом головних компонент, з обертанням Варимакс з нормалізацією Кайзера встановлено 4 наступні фактори: рівень тривожності (18,504% дисперсії вихідної матриці), ціннісні орієнтири (11,765% дисперсії вихідної матриці), поведінковий фактор (8,276 % дисперсії) та рівень соціалізації (7,140% дисперсії).

Виявлена кореляція між тими групами підлітків, що більшість вільного часу проводять в Інтернеті з бажанням високого рівня заробітку, добробуту та з добротою. Комбінація таких змінних як «робити добро» та «бажання допомагати» також йдеться в компоненті Соціалізації.

Так як робота присвячена дослідженню впливу соцмереж та YouTube на соціалізацію та ціннісні орієнтири, то особливо хочу зупинитися на тому, що для підлітків, які багато часу проводять в Інтернеті, характерне бажання добре заробляти шляхом саморозвитку та удосконалення своїх якостей. Більш того вони мають гуманістичні цінності, такі як доброта, чуйність, любов до родини та бажання допомогати.

Тема вплива YouTube не відображає кореляційних зв'язків; тобто можно відзначити, що ми скоріше за все дослідили не достатню кількість опитуванних, для того щоб розкрити тему вплива цієї платформи на соціалізацію чи ціннісні орієнтири підлітків 13-17 років.

ВИСНОВКИ

1.*Провівши теоретичний аналіз проблематики впливу YouTube культури та соціальних мереж на людину*, можна впевненно сказати, що віртуальна мережа дуже швидкими темпами захопила наше життя. Підлітки вже є тим поколінням, яке не розуміє, що колись життя йшло та було цікавим без участі Інтернета, месенджера та YouTube. Абсолютна більшість опитуваних має гаджети, проводить час в Інтернеті, воліє до улюбленої соцмережі. Підліток оточений насиченим інформаційним середовищем, і знаходиться під постійним впливом з боку віртуального світу, що відповідно відбивається на його поведінці, формуванні етичних норм і принципів та подальшому розвитку в соціальному середовищі. Соціальні мережі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини: соціалізації не тільки в мережевому суспільстві, але й у реальному середовищі, в якому живе людина. Вплив мереж на особистісний розвиток унаслідок дії інтернет-простору не може бути однозначно кваліфікований як позитивне чи негативне явище. Соціальні мережі є не тільки потужним агентом вторинної соціалізації, але й виграють конкуренцію у соціальних інститутів, які реалізують первинну соціалізацію, тому що цьому сприяє динаміка сучасного життя. Процес соціалізації вже перетік у віртуальний світ та багато підлітків знайшли нові інструменти та можливості для цього.

2. *Визначаючи поняття соціалізації та ціннісних орієнтацій, перегля-даючи які проблеми соціалізації підлітків були висвітлені в науковій літературі*  ми побачили як змінюється рік за роком ці явища під впливом нових викликів.

Соціалізація – це комплексний [процес](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81) та [результат](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82) засвоєння, а потім активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду ([знань](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F), культури, [цінностей](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96), [норм](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0), [моралі](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C), [традицій](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F)) на основі її діяльності, спілкування і відносин. Зараз відмічається великий вплив на це явище з боку засобів масової інформації. Соціалізація є двостороннім процесом, оскільки відбувається не лише збагачення соціальним досвідом, а й реалізація людиною [соціальних зв'язків](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%B7%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D0%B8).

Ціннісна орієнтація – це вибір особистістю такого типу поведінки, в основі якого лежать певні, різною мірою усвідомлені (чи взагалі не усвідомлені) цінності. Цінності визначають загальний підхід людини до оточуючого світу, до себе, надають змісту вчинкам, поведінці та діяльності загалом. Підліток ще не має великого власного досвіду і потужний вплив на формування ціннісних орієнтацій має інформація отримана від дорослих, вчителів та Інтернет-середовища. Можна побачити, що кожне покоління має свої цінності, для сучасних українських підлітків притаманні бажання миру, єдності та цінність власної родини.

3.*Простежуючи вплив YouTube культури та соціальних мереж на соціалізацію підлітків від 13 до 17 років, формування їх ціннісних орієнтирів* відзначимо, що в мережі традиційні форми соціалізації та спілкування трансформуються та набувають нових рис. Цей процес викликає цікавість ще й тим, що підліток може бути як споживачем та споглядачем, так і брати активну участь в формуванні нових течій, трендів та контенту. Проходячи традиційну соціалізацію в реальному соціумі, колективі, дитина відразу ж може занурюватися у інший світ, де вона здається успішною, має свій канал, є лідером якоїсь групи по інтересам тощо. Якщо діти мають проблеми спілкування в реальному житті, на допомогу може прийти успішний досвід тих підлітків, які розширили своє спілкування за рахунок нових можливостей, дитина може стати героєм та авторитетом в якоїсь грі, зібрати команду однодумців для впровадження волонтерської чи будь-якої цікавої діяльності тощо.

4. *Проведене емпіричне дослідження з метою дізнатися вплив соціальних мереж на соціалізацію підлітків, формування їх ціннісних орієнтирів*, показало що самий високий рівень соціальної адаптованості у тих підлітків, які на перше місце в уподобаннях поставили YouTube (33%), а соціальна активність притаманна тим, хто полюбляє Instagram. Серед ціннісних оріентацій найголовнішою відмітили родину 25% опитуваних, на другій сходинці -мирне життя (21%), на останньому місці - освіта. Серед рис характеру найважливішою назвали доброту 27,5% опитуваних, а впевненість і собі -19%. Більшість підлітків планують обрати професію в напрямку ІТ, а найголовнішою метою вважають самореалізацію, знайти діяльність, яка буде приносити радість, бажають бути щасливими в родині та мати натхнення робити те, що їм цікаво.

Під час дослідження емоційного стану, було виявлено, що 69% опитуваних перебувають в доброму емоційному стані; ці підлітки люблять розваги, не бояться перешкод, є товариськими та веселими.

Рівень тривожності виявився дуже високим чи підвищеним у 36% підлітків, ще 36% відмічають нормальний рівень тривожності. Шкільна тривожність притаманна більше підліткам 13-15 років, міжособистісна має великі показники у всіх вікових групах.

Особливо хочу зупинитися на тому, що згідно проведеного факторного аналізу для підлітків, які багато часу проводять в Інтернеті, характерне бажання добре заробляти шляхом саморозвитку та удосконалення своїх якостей. Більш того вони мають гуманістичні цінності, такі як доброта, чуйність, любов до родини та бажання допомогати.

Актуальність теми впливу Інтернет мережі на сучасних підлітків не можна переоцінити. Здається важливим зараз поставити цій новий аспект соціалізації підлітків на службу психологам, соціологам та педагогам; не обмежувати те, що стихійно змінює наше життя, а використовувати цей великий вплив для полегшення проходження тих нових викликів та задач соціалізації, які постають перед сучасними українськими підлітками або використовувати в роботі з тими підлітками, які мають проблеми в сфері соціалізації у реальному житті.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Аверін В. А. Психологія дітей і підлітків / В. А. Аверін. – К.: Ранок, 1998. – 124 с.
2. Аврамчук О. Розлад соціальної тривоги: актуальність та перспективи. / «Психосоматична медицина та загальна практика», 2018., Т. 3, №3, Інститут психічного здоров’я Українського католицького університету, м. Львів. – С. 20 – 23
3. Бабенко Ю. А. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності / Ю. А. Бабенко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2013. – № 2
4. Бех І.Д. Виховання підростаючої особистості на засадах нової методології / І.Д. Бех // Педагогіка і психологія. – 1999. – №3. – С. 5 – 14
5. Вайнола Р. Х. Технологізація соціально-педагогічної роботи: теорія та практика / Р. Х. Вайнола // навчальний посібник за ред проф. С. О. Сисоєвої. – К.: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008.
6. Вакуліч Т. М.. Психологічні чинники запобігання Інтернет-залежності підлітків: автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.07; Центр. ін-т післядиплом. пед. освіти АПН України. – К., 2006. – 19 с.
7. Вашека Т.В., Гічан І.С. Психологія спілкування: Навч. – метод. комплекс. – К.: Книжкове вид – но НАУ, 2006. – 184с
8. Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі / Електронний ресурс: http://elibrary.kubg.edu.ua.
9. Герасимчук А.А., Палеха Ю.І., Шиян О.М. Соціологія: Навчальний посібник – 2004 р -246 с
10. Глущенко С. Д. Соціально-психологічні особливості Інтернет аддиктивної поведінки особистості / Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей. – Частина І. – К.: Університет «Україна», 2008. – 547 с.
11. Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу? Електронний ресурс: http://gazeta.dt.ua/family/socialni-merezhi-spivvidnoshennyapozitivu-i-negativu.html
12. Гончарук В. Д. Безпека дітей в Інтернеті: попередження, освіта, взаємодія /Електронний ресурс: http://konf.koippo.kr.ua.
13. Горлач М.І. Природа цінностей. Наукові записки Харківського військового університету. Соціальна філософія, педагогіка, психологія. – Харків: ХВУ, 1999. Вип.3 с.14 – 26.
14. Грігорович Л. А. Педагогика і психологія/ Л. А. Грігорович, Т. Д. Марцинковська. - М.: Гардарики, 2010. - 408 з.
15. Гуружапов В. А. Педагогічна психологія: підручник для вузів / відп. ред. В. А. Гуружапов. - М 2017.
16. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2012.
17. Дубровина И.В. и др.. Психология: Учебник для студ. сред. пед. учеб. заведений /И.В. Дубровина, Е.Е. Данилова, A.M. Прихожан; Под ред. И.В.Дубровиной. - М., Издательский центр «Академия»,1999. - 464 с.
18. Дудка Т. М. Діти та Інтернет: можливості й загрози / Т. М. Дудка // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2015. – № 1. – С. 29–30.
19. Зінченко О. В. Розвиток поняттєвого мислення підлітків у процесі Інтернет-спілкування : автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.07; Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України.– К., 2016. – 17 с
20. Казакевич І. В. Діти й медіа / І. В. Казакевич // Педагогічна майстерня. – 2015. – № 7. – С. 43–47.
21. Киричок І. І. Вплив Інтернету на морально-духовні та соціальні цінності старшокласників / І. І. Киричок, О. С. Гармаш // Психолого-педагогічні науки. – 2015. – № 3. – С. 108-113.
22. Кирьякова, А. В. Орієнтация особистості в світі цінностей / "А. В. Кирьякова // Magister", міжнародний психолого-педагогічний журнал, 1998, № 4
23. Климчук В.О. Математичні методи у психології. Навчальний посібник для студентів психологічних спеціальностей. — К.: Освіта України. — 2009. — 288 с.
24. Климчук В.О. Факторний аналіз: використання у психологічних дослідженнях // Практична психологія та соціальна робота. – 2006. – №8. – С. 43-48.
25. Кон І. С. Психологія старшокласника. Посібник для вчителів – «Освіта» "1982 – 312 с.
26. Кордунова Н. О., Потапчук Л.В. Психологічні особливості життєвих планів і перспектив сучасної молоді // Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. – К. : ДП "ІнформацІйно-аналітичне агенство", 2014. – Т. X. – Психологія навчання. Генетична психологія. Медична психологія. – Вип. 26. – С. 454 – 467.
27. Кременчуцька М.К., Кононенко О.І. Методичні вказівки до написання кваліфікаційних робіт здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 053 «Психологія»/ М. К. Кременчуцька, О.І. Кононенко. – Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова , 2020. – 36 с.
28. Литовченко І. В. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі /посібник для батьків – К: Видавництво ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 48 с.
29. Літнарович Р.М. Основи математичної статистики у психології : 7 Навчальний посібник. Ч.3. Рівне : МЕГУ, 2006. 49 с
30. Макаренко А. С. Методика виховної роботи / А. С. Макаренко. – Київ : Рад. школа, 1990. – 366 с.
31. Максименко Д. Психологічні особливості криз підлітків: Центр навчальної літератури, 2020 р -236 с.
32. Млодик І. Що роблять діти в соціальних мережах. Як їм допомогти /Електронний ресурс: http://onlinebezpeka.com/uk/advices-for- 26 parents/communication-in-network/article/ssho-robljatj-diti-v-sotsialjnikhmerezhakh-jak-im-dopomogti.
33. Наследов А.Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
34. Оленко А.Я. Комп’ютерна статистика.- К.: ВПЦ “Київський університет”, 2007. - 174с.
35. Основи соціальної психології. Підручник для закладів вищої освіти. За редакцією члена-кореспондента НАПН України М. М. Слюсаревського Інститут соціальної та політичної психології, Київ 2018 р.
36. Пірен М., проф.каф. Університету «Україна»./Соціалізація молоді в українському суспільстві: стан, особливості становлення/ Український науковий журнал «Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації»- №4, 2011 р
37. Правила мережевого етикету. Електронний ресурс: http://www.osvita.org.ua/distance/articles/02/
38. Пріснякова Л. Можливості математичного моделювання психологічних процесів // Психологія і суспільство. – 2003. – №2. – С. 90-96.
39. Психологічні особливості соціалізації обдарованих дітей у віртуальному просторі: монографія / А. І. Лучинкіна, К. Г. Мілютіна, Т. А. Яншина. – К.: Інститут обдарованої дитини, 2014. – 252 с.
40. Психологічний словник. Електронний ресурс: http://psi.webzone.ru/st/109100.htm
41. Психологія підлітків: особливості підліткового віку в 12, 14, 15, 16, 17 років, поради психологів для батьків хлопчиків і дівчаток. Електронний ресурс: <https://perebus.com.ua/>
42. Семенюк О.М. Ціннісна орієнтація як основа формування професійної компетентності майбутніх фармацевтів. Електронний ресурс: http://apau.org.ua/2016/03/16/professyonalnaya-competence/
43. Симхович В. Проблемы социализации молодежи в сетевом обществе / В. Симхович // Spoleczenstwo sieci. Tom I. Gospodarka sieciowa w Europie srodkowej i wschodniej. Pod red. Slawomira Partyckiego. – Lublin: Wydawnictwo KUL, 2011
44. Соціологічний словник: Пер. з англ./Н.Аберкромбі, С.Хілл, Б.С. Тернер; під ред. С.А. Єрофєєва. – 2-е вид., перероб. и доп. – М.: ЗАО «Видавництво «Економіка», 2004.- 430 с.
45. Соціологія: підручник / за ред. В. Г. Городяненка. – 3-тє вид., переробл. і доп. – К.: ВЦ «Академія», 2008.
46. Столбов Д. Особливості Інтернет-діяльності сучасного підлітка / Д. Столбов // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. – 2014. – № 1 (12)
47. Теорія статистики: Навчальний посібник /Вашків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П., Ткач Є.І. – К.: Либідь, 2001. – 320 с.
48. [Універсальний словник-енциклопедія](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D1%96%D1%8F). — 4-те вид. — К. : [Тека](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B0_(%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE)), 2006.
49. Філософський словник/ під заг. ред. проф., докт., філософ. наук Ярещенко А.П. – Фенікс, 2004. -420 с.
50. Чорна Л. Сучасне телебачення та його вплив на внутрішній світ і поведінку людини / Л. Чорна // Психолог. – 2009. – № 46. – С. 18-22.
51. Шапар В. Б. Ш23 Сучасний тлумачний психологічний словник. — X.: Прапор, 2007.— 640 с.
52. Ямницький О.В. Ціннісні орієнтації в життєдіяльності особистості/ О.В. Ямницький // Науковий вісник ПНПУ імені К.Д. Ушинського. – 2013. – № 7–8. – С.116–121.
53. Digital 2022, Global Overview Report в співпраці з [We Are Social](http://wearesocial.com/?utm_source=kepios&utm_medium=article&utm_campaign=digital_2022&utm_content=hyperlink) та [Hootsuite](https://hootsuite.com/?utm_campaign=all-tier_1_campaigns-digital_trends_2022-glo-none----Kepios---2022&utm_source=campaign&utm_medium=sponsored_media_and_promotion&utm_content=analysis_article).: Data Reportal, 26.01.2022- Електронний ресурс: https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report
54. Discord, Wikipedia, May 13, 2015. - Електронний ресурс: <https://en.wikipedia.org/wiki/Discord>
55. Teens, Social Media and Technology, 2022 - Електронний ресурс: https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/
56. Tik-Tok, Wikipedia - Електронний ресурс: <https://en.wikipedia.org/wiki/TikTok>
57. YouTube, Wikipedia, 11/07/2022 p - Електронний ресурс: https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube

**ДОДАТКИ**

*Додаток А*

***Таблиця 1.1***

Time Spent with Social Media, January 2022

Average time per month that users spend using each platform.

|  |  |
| --- | --- |
| YouTube | 23,7 hours/month |
| Facebook | 19,6 hours/month |
| Whatsapp | 18,6 hours/month |
| Instagram | 11,2 hours/month |
| Tik Tok | 19,6 hours/month |

Кількість часу, яку витрачають люди у різних соцмережах, січень 2022 р

Джерело: App Annie, State of Mobile 2022

***Таблиця 1.2***

Most viewed YouTube video, January 2022

Youtube videos with the greatest number of all-time views

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Youtube channel – Video Title** | **Views** | **Uploaded** | **Likes** |
| PinkFong Baby Shark – Baby Shark Dance | 10 020 700 000 | 18 Jun 2016 | 33 000 000 |
| Luis Fonsi Featuring – Despacito | 7 704 400 000 | 13 Jan 2017 | 47 000 000 |
| Looloo kids – Johny Johny | 6 104 900 000 | 08 Oct 2016 | 17 000 000 |

Найпопулярніші відео, по кількості переглядів, 2022р

Джерело:Kepios Analysis, based on data published on Youtube

***Таблиця 1.3***

Youtube Ad Reach Ranking, January 2022

Countries and territories with the largest Youtube Advertising audiences

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Location | Total Reach | Reach 18+ |
| INDIA | 467 000 000 | 37% |
| USA | 247 000 000 | 79,4% |
| INDONESIA | 139 000 000 | 55,0% |

Чисельність аудиторії по країнам.

Джерело: Google`s advertising resources un.us. Census Bureau

***Таблиця 1.4***

Most popular Youtube channels, January 2022

Youtube channels with the greatest number of subscribers

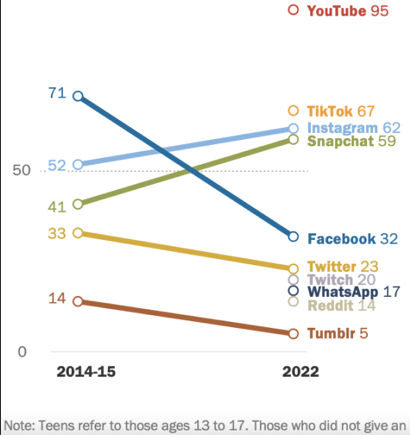
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Channel name** | **Subscribers** | **Channel Views** |
| T-Series | 203 000 000 | 176 460 800 000 |
| Cocomelon | 126 000 000 | 118 089 000 000 |
| SET India | 123 000 000 | 107 949 200 000 |

Найбільш популярні канали

Джерело:Kepios Analysis, based on data published on Youtube

***Рис 1.1***

Опитування Pew Research Center серед підлітків віком від 13 до 17 років



*Додаток Б*

**Методика 1**

*Мета:*визначення ступеня соціалізації учня та його моральної вихованості.

*Вік учнів:*від 13 років.

*Матеріали:*роздруковані бланки тесту й контрольні аркуші відповідей, ручки або олівці.

*Інструкція.*Учню пропонується прочитати двадцять суджень і оцінити ступінь своєї згоди або незгоди за шкалою:

• 4 — завжди;

• 3 — майже завжди;

• 2 — іноді;

• 0 — ніколи.

Судження

1. Я намагаюся у всьому слухатися вчителів і батьків.

2. Вважаю, що завжди треба відрізнятися чимось від інших людей.

3. За що б я не взявся, мені все по плечу.

4. Я вмію прощати людей.

5. Я прагну чинити так само, як і мої друзі.

6. У будь-якій справі мені хочеться бути попереду моїх однолітків.

7. Я стаю дуже впертим, якщо впевнений у своїй правоті.

8. Творити добро — це головний девіз мого життя.

9. Я намагаюся чинити так, щоб мене за це відзначили.

10. У спілкуванні з однолітками я завжди відстоюю свою думку.

11. Якщо я щось задумав, то обов'язково це виконаю.

12. Мені подобається допомагати іншим людям.

13. Мені хочеться, щоб зі мною всі дружили.

14. Якщо мені хтось не подобається, я з ним спілкуватися не буду.

15. Я прагну завжди перемагати й вигравати.

16. Я завжди переживаю неприємності інших людей, як свої власні.

17. Я уникаю сварок із друзями.

18. Я намагаюся доводити свою правоту, навіть якщо з моєю думкою не згодні інші.

19. Якщо я за щось беруся, то завжди доводжу справу до кінця.

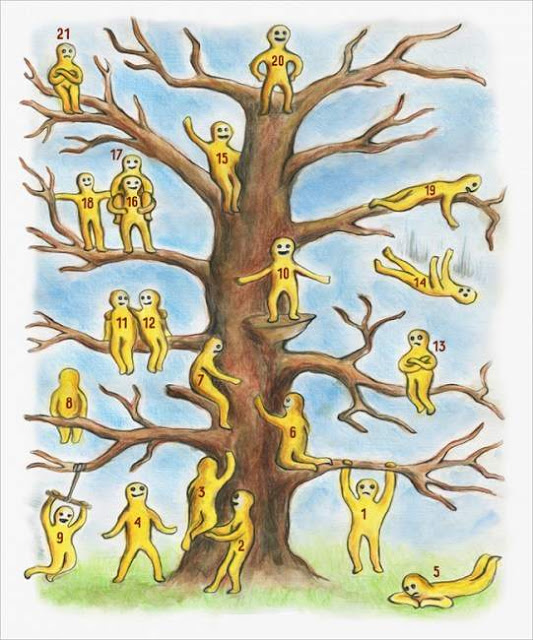
20. Я завжди на захисті тих, кого кривдять.

*Додаток В*

**Методика 2**

*Мета*: тест на визначення емоційного стану

У кожного з цих чоловічків на дереві різний настрій і вони займають різне місця. Для початку визначте, який з них найбільше схожий на вас. Після цього виберіть чоловічка, на якого ви б хотіли бути схожі.



*Додаток Г*

**Методика 3**

*Мета:* Виявлення шкали рівня тривожності у підлітків

*Інструкція:* далі названі ситуації, які часто трапляються в житті. Деякі з них можуть бути для вас неприємними, викликати хвилювання, занепокоєння, тривогу, страх. Уважно прочитайте кожне речення й обведіть одну із цифр праворуч: 0, 1, 2, 3, 4, залежно від такого:

* якщо ситуація зовсім не видається вам неприємною, обведіть цифру 0;
* якщо вона хвилює, турбує вас лише незначним чином, обведіть цифру 1;
* якщо ситуація є досить неприємною, викликає таке занепокоєння, що ви із задоволенням уникнули б її, обведіть цифру 2;
* якщо вона для вас є дуже неприємною та спричиняє сильне занепокоєння, тривогу, страх, обведіть цифру 3;
* якщо ситуація для вас є украй неприємною, якщо ви не в змозі витримати її та вона вас дуже сильно непокоїть, викликає сильний страх, обведіть цифру 4.

Ваше завдання — уявити якомога детальніше кожну ситуацію й обвести ту цифру, що позначає, якою мірою ця ситуація може викликати у вас побоювання, занепокоєння, тривогу або страх.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Відповідаєш біля дошки | 0 1 2 3 4 |
| 2 | Ідеш на гостину до незнайомих | 0 1 2 3 4 |
| 3 | Береш участь у змаганнях, конкурсах, олімпіадах | 0 1 2 3 4 |
| 4 | Розмовляєш із директором школи | 0 1 2 3 4 |
| 5 | Думаєш про своє майбутнє | 0 1 2 3 4 |
| 6 | Учитель визначає за журналом, кого викликати відповідати | 0 1 2 3 4 |
| 7 | Тебе критикують, тобі у чомусь докоряють | 0 1 2 3 4 |
| 8 | На тебе дивляться, коли ти щоcь робиш (спостерігають за тобою під час роботи, розв’язування завдання) | 0 1 2 3 4 |
| 9 | Пишеш контрольну роботу | 0 1 2 3 4 |
| 10 | Після контрольної вчитель оголошує оцінки | 0 1 2 3 4 |
| 11 | На тебе не звертають уваги | 0 1 2 3 4 |
| 12 | У тебе щось не виходить | 0 1 2 3 4 |
| 13 | Чекаєш на повернення батьків із батьківських зборів | 0 1 2 3 4 |
| 14 | Тобі загрожує невдача, провал | 0 1 2 3 4 |
| 15 | Чуєш за своєю спиною сміх | 0 1 2 3 4 |
| 16 | Складаєш іспити (ЗНО) у школі | 0 1 2 3 4 |
| 17 | На тебе гніваються (незрозуміло чому) | 0 1 2 3 4 |
| 18 | Виступаєш перед великою аудиторією | 0 1 2 3 4 |
| 19 | На тебе чекає важлива, вирішальна справа | 0 1 2 3 4 |
| 20 | Не розумієш пояснень учителя | 0 1 2 3 4 |
| 21 | Із тобою не згодні, суперечать тобі | 0 1 2 3 4 |
| 22 | Порівнюєш себе з іншими | 0 1 2 3 4 |
| 23 | Перевіряють твої здібності | 0 1 2 3 4 |
| 24 | На тебе дивляться, як на маленьку дитину | 0 1 2 3 4 |
| 25 | На уроці вчитель зненацька ставить тобі запитання | 0 1 2 3 4 |
| 26 | Замовкли, коли ти наблизився (наблизилася) | 0 1 2 3 4 |
| 27 | Оцінюють твою роботу | 0 1 2 3 4 |
| 28 | Думаєш про свої справи | 0 1 2 3 4 |
| 29 | Маєш прийняти важливе рішення | 0 1 2 3 4 |
| 30 | Не можеш виконати домашнє завдання | 0 1 2 3 4 |

*Додаток Д*

**Таблиця 3.1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Объясненная совокупная дисперсия | | | | | | | | | |
| Компонент | Начальные собственные значения | | | Извлечение суммы квадратов нагрузок | | | Ротация суммы квадратов нагрузок | | |
| Всего | % дисперсии | Суммарный % | Всего | % дисперсии | Суммарный % | Всего | % дисперсии | Суммарный % |
| 1 | 13,323 | 18,504 | 18,504 | 13,323 | 18,504 | 18,504 | 12,465 | 17,313 | 17,313 |
| 2 | 8,471 | 11,765 | 30,269 | 8,471 | 11,765 | 30,269 | 8,954 | 12,436 | 29,749 |
| 3 | 5,958 | 8,276 | 38,545 | 5,958 | 8,276 | 38,545 | 5,969 | 8,290 | 38,039 |
| 4 | 5,141 | 7,140 | 45,685 | 5,141 | 7,140 | 45,685 | 5,505 | 7,646 | 45,685 |
| 5 | 4,660 | 6,472 | 52,157 |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 3,782 | 5,253 | 57,410 |  |  |  |  |  |  |
| 7 | 3,534 | 4,908 | 62,318 |  |  |  |  |  |  |
| 8 | 2,936 | 4,078 | 66,395 |  |  |  |  |  |  |
| 9 | 2,902 | 4,031 | 70,426 |  |  |  |  |  |  |
| 10 | 2,189 | 3,041 | 73,467 |  |  |  |  |  |  |
| 11 | 2,089 | 2,902 | 76,369 |  |  |  |  |  |  |
| 12 | 1,974 | 2,741 | 79,110 |  |  |  |  |  |  |
| 13 | 1,788 | 2,483 | 81,593 |  |  |  |  |  |  |
| 14 | 1,596 | 2,216 | 83,809 |  |  |  |  |  |  |
| 15 | 1,470 | 2,041 | 85,850 |  |  |  |  |  |  |
| 16 | 1,344 | 1,866 | 87,716 |  |  |  |  |  |  |
| 17 | 1,271 | 1,766 | 89,482 |  |  |  |  |  |  |
| 18 | 1,245 | 1,729 | 91,211 |  |  |  |  |  |  |
| 19 | 1,109 | 1,540 | 92,751 |  |  |  |  |  |  |
| 20 | 1,001 | 1,390 | 94,142 |  |  |  |  |  |  |
| 21 | ,842 | 1,169 | 95,311 |  |  |  |  |  |  |
| 22 | ,654 | ,908 | 96,219 |  |  |  |  |  |  |
| 23 | ,637 | ,884 | 97,103 |  |  |  |  |  |  |
| 24 | ,590 | ,820 | 97,923 |  |  |  |  |  |  |
| 25 | ,527 | ,732 | 98,655 |  |  |  |  |  |  |
| 26 | ,361 | ,501 | 99,156 |  |  |  |  |  |  |
| 27 | ,323 | ,449 | 99,606 |  |  |  |  |  |  |
| 28 | ,284 | ,394 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 29 | 3,0E-15 | 4,2E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 30 | 1,5E-15 | 2,1E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 31 | 1,4E-15 | 1,9E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 32 | 1,2E-15 | 1,6E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 33 | 1,1E-15 | 1,5E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 34 | 9,9E-16 | 1,4E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 35 | 9,1E-16 | 1,3E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 36 | 8,8E-16 | 1,2E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 37 | 7,4E-16 | 1,0E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 38 | 7,0E-16 | 9,7E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 39 | 6,3E-16 | 8,7E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 40 | 5,8E-16 | 8,1E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 41 | 5,0E-16 | 7,0E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 42 | 4,1E-16 | 5,8E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 43 | 3,6E-16 | 5,0E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 44 | 3,2E-16 | 4,5E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 45 | 2,6E-16 | 3,6E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 46 | 2,1E-16 | 2,9E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 47 | 2,0E-16 | 2,7E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 48 | 1,5E-16 | 2,1E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 49 | 8,0E-17 | 1,1E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 50 | 3,8E-17 | 5,3E-17 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 51 | -1,4E-17 | -2,0E-17 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 52 | -5,8E-17 | -8,1E-17 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 53 | -9,4E-17 | -1,3E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 54 | -1,2E-16 | -1,7E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 55 | -1,7E-16 | -2,4E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 56 | -2,2E-16 | -3,1E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 57 | -3,0E-16 | -4,1E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 58 | -3,4E-16 | -4,7E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 59 | -4,5E-16 | -6,2E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 60 | -4,5E-16 | -6,3E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 61 | -5,3E-16 | -7,3E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 62 | -6,0E-16 | -8,3E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 63 | -6,8E-16 | -9,4E-16 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 64 | -7,3E-16 | -1,0E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 65 | -7,6E-16 | -1,0E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 66 | -8,5E-16 | -1,2E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 67 | -9,0E-16 | -1,2E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 68 | -1,1E-15 | -1,5E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 69 | -1,1E-15 | -1,6E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 70 | -1,5E-15 | -2,1E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 71 | -1,8E-15 | -2,5E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| 72 | -1,9E-15 | -2,7E-15 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент. | | | | | | | | | |

***Таблиця 3.2***

Повний кореляційний параметричний аналіз даних

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Корреляции |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | Ютуб | Тик ток | Инста | Другое | Ценность семьи | Здоровье |
| Youtube | Корреляция Пирсона | 1 | -,363\* | -,336\* | 0,274 | 0,103 | 0,027 |
|  | Знач. (двухсторонняя) | | 0,023 | 0,037 | 0,091 | 0,532 | 0,869 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Tik-tok | Корреляция Пирсона | -,363\* | 1 | 0,12 | -0,251 | 0,183 | 0,131 |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,023 |  | 0,465 | 0,123 | 0,266 | 0,426 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Instagram | Корреляция Пирсона | -,336\* | 0,12 | 1 | -0,239 | -0,221 | -0,168 |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,037 | 0,465 |  | 0,143 | 0,177 | 0,307 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Інше | Корреляция Пирсона | 0,274 | -0,251 | -0,239 | 1 | -0,094 | -0,139 |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,091 | 0,123 | 0,143 |  | 0,57 | 0,398 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Ценность семьи | Корреляция Пирсона | 0,103 | 0,183 | -0,221 | -0,094 | 1 | ,528\*\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,532 | 0,266 | 0,177 | 0,57 |  | 0,001 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Заработок | Корреляция Пирсона | -0,158 | ,468\*\* | -0,172 | 0,053 | 0,281 | ,386\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,336 | 0,003 | 0,296 | 0,748 | 0,083 | 0,015 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Здоровье | Корреляция Пирсона | 0,027 | 0,131 | -0,168 | -0,139 | ,528\*\* | 1 |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,869 | 0,426 | 0,307 | 0,398 | 0,001 |  |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Друзья | Корреляция Пирсона | 0,027 | 0,298 | -0,208 | 0,102 | 0,234 | ,487\*\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,869 | 0,066 | 0,205 | 0,539 | 0,151 | 0,002 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Образование | Корреляция Пирсона | -0,063 | 0,138 | -,361\* | -0,1 | 0,131 | ,461\*\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,705 | 0,402 | 0,024 | 0,543 | 0,428 | 0,003 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Мирная жизнь | Корреляция Пирсона | 0,043 | 0,271 | -0,072 | 0,063 | ,441\*\* | ,717\*\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,795 | 0,095 | 0,661 | 0,705 | 0,005 | 0 |
|  | N | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| Уверенность в себе | Корреляция Пирсона | 0,038 | 0,067 | -0,063 | 0,161 | 0,17 | ,454\*\* |
|  | Знач. (двухсторонняя) | 0,816 | 0,686 | 0,704 | 0,328 | 0,302 | 0,004 |
| Друзья | Образование | Мир | Уверенность в себе | Отзівчивость | Ум | Доброта | Другое |
| 0,027 | -0,063 | 0,043 | 0,038 | -0,017 | 0,05 | -0,099 | 0,003 |
| 0,869 | 0,705 | 0,795 | 0,816 | 0,916 | 0,76 | 0,551 | 0,984 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| 0,298 | 0,138 | 0,271 | 0,067 | 0,286 | 0,029 | ,468\*\* | 0,081 |
| 0,066 | 0,402 | 0,095 | 0,686 | 0,078 | 0,859 | 0,003 | 0,626 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| -0,208 | -,361\* | -0,072 | -0,063 | -0,11 | -,363\* | -0,187 | -0,106 |
| 0,205 | 0,024 | 0,661 | 0,704 | 0,504 | 0,023 | 0,255 | 0,519 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| 0,102 | -0,1 | 0,063 | 0,161 | 0,012 | 0,131 | -0,063 | ,357\* |
| 0,539 | 0,543 | 0,705 | 0,328 | 0,94 | 0,428 | 0,703 | 0,026 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| 0,234 | 0,131 | ,441\*\* | 0,17 | ,489\*\* | ,375\* | ,588\*\* | 0,043 |
| 0,151 | 0,428 | 0,005 | 0,302 | 0,002 | 0,019 | 0 | 0,796 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| ,485\*\* | ,409\*\* | ,355\* | ,439\*\* | ,476\*\* | ,630\*\* | ,422\*\* | ,577\*\* |
| 0,002 | 0,01 | 0,026 | 0,005 | 0,002 | 0 | 0,007 | 0 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| ,487\*\* | ,461\*\* | ,717\*\* | ,454\*\* | ,560\*\* | ,494\*\* | ,543\*\* | ,329\* |
| 0,002 | 0,003 | 0 | 0,004 | 0 | 0,001 | 0 | 0,041 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| 1 | ,402\* | ,475\*\* | 0,219 | ,379\* | ,479\*\* | ,489\*\* | ,447\*\* |
|  | 0,011 | 0,002 | 0,18 | 0,017 | 0,002 | 0,002 | 0,004 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| ,402\* | 1 | ,317\* | 0,086 | 0,2 | ,419\*\* | 0,267 | ,360\* |
| 0,011 |  | 0,05 | 0,601 | 0,222 | 0,008 | 0,1 | 0,025 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| ,475\*\* | ,317\* | 1 | ,364\* | ,638\*\* | 0,257 | ,610\*\* | ,453\*\* |
| 0,002 | 0,05 |  | 0,023 | 0 | 0,114 | 0 | 0,004 |
| 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 |
| 0,219 | 0,086 | ,364\* | 1 | 0,126 | ,677\*\* | 0,239 | 0,224 |
| 0,18 | 0,601 | 0,023 |  | 0,446 | 0 | 0,142 | 0,17 |