

Гусєв І.М.

*кандидат психологічних наук,
науковий співробітник лабораторії психології мас
та спільнот*

*Інститут соціальної та політичної психології
Національної академії педагогічних наук України*

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАПРАКТИК НА СТАВЛЕННЯ ДО ІНСТИТУТІВ ВЛАДИ

Дискусії щодо впливу медіапрактик на процес сприймання соціальних процесів відбуваються досить активно в науковому середовищі. З одного боку, велика кількість досліджень присвячено негативним аспектам застосування Інтернету (інтернет-адикції, хакерству, аутизації, «ігровий наркоманії», неадекватним ефектам у процесі соціальної перцепції тощо). З іншого боку, висувуються нові гіпотези, згідно з якими навіть сам зміст вищеназваних інтернет-ризиків може бути переосмисленим. Так, наприклад, передбачається, що супутні феномену інтернет-адикції залученість у діяльність, високу пізнавальну активність і готовність до подолання виникаючих проблем можна трактувати як такі, що мають ресурсний потенціал для продуктивного подолання життєвих криз. Стверджується, що в такій інтерпретації залежності від певних медіапрактик можна розглядати вже не як патологічний феномен, а як нову мотивацію пізнавальної діяльності [1].

Я.В. Хміль виокремлює чотири параметри для здійснення класифікації медіапрактик: 1) за впливом Інтернету на життєдіяльність особистості: конструктивні/деструктивні Інтернет-практики; 2) за мотивом (метою перебування в Інтернеті): особливості навчального процесу, комунікація, розваги, пошук інформації ненавчального характеру; 3) за позицією суб'єкта стосовно контенту: створення контенту/споживання контенту; 4) за місцем реалізації медіапрактик: он-лайн чи офф-лайн [6, с. 102].

Розглядаючи питання класифікації медіапрактик варто згадати термін «соціально-технографічних сходів», запропонований аналітиками компанії Forrester Ч. Лі та Дж. Берноффом [2, с. 133-135]. Ця класифікація ґрунтується на групуванні користувачів відповідно до звичних для них способів проведення часу. В основі якого виділяють шість типів інтернет-користувачів:

«творці» (створюють та публікують новий контент), «критики» (вираження свого ставлення до контенту вже створеного і опублікованого в Мережі), «збирачі» (різними способами класифікують і організують контент в Інтернеті), «комунікатори» (користувачі сайтів соціальних мереж), «споживачі» (споживають контент) та «неактивні» (нічого з перерахованого).

Як свідчать результати досліджень Інституту соціальної та політичної психології, українська молодь звертається до Інтернету передусім заради пошуку інформації: для навчання (70% відповідей), на різні цікаві теми (47%), як до відеоаудиобібліотеки, тобто для пошуку і переписування фільмів та музики (48%), для знайомства з останніми новинами (37%). Трохи менші показники використання Інтернету для спілкування: в чатах спілкуються 33% опитаних, шукають друзів, знайомства – 21%, стають постійними членами онлайн-спільнот – 9%, ведуть свої щоденники чи сайти – 6,4%. Приблизно 20% опитаних постійно використовують Інтернет із суто розважальною метою [3, с. 233].

Було проведено опитування громадян з метою з'ясування якими основними медіапрактиками вони коли-небудь користувались і чи впливає це на їхнє ставлення до інститутів влади.

Для визначення груп спільнот, які тяжіють до використання певних медіапрактик, було використано метод факторного аналізу. Він дає змогу виявити не лише кореляції між змінними та латентні фактори, а й ті компоненти, що пояснюють більшу дисперсію [4]. За допомогою цього методу можливо визначити конструкти, які є найбільш статистично незалежними і, перетинаючись, утворюють простір ознак, що можуть бути проінтерпретовані як різні види медіапрактик, що використовуються представниками тих чи тих спільнот.

Коефіцієнт кореляції використовується для обчислення критерію кількісної оцінки залежності між змінними. Цей метод ліг в основу визначення взаємозалежності різних ознак (різні види медіапрактик і різної модальності ставлення) [5].

У такий спосіб було розв'язане декілька завдань:

– знаходження груп на які поділяться медіапрактик, що використовуються в спільноті;

– доведення взаємозалежності між групами певних медіапрактик і ставлення до інститутів влади

У листопаді 2016 року було проведено опитування громадян України, віком від 18 до 60 років, загальною кількістю 1056 осіб, серед яких 434 чоловіки і 622 жінки.

Респондентам варто було відзначити ті медіапрактики, які вони вважають найбільш зручними для них при отриманні важливої інформації. Слід зазначити, що закритий перелік відповідей не був надто широкий і включав варіанти, які не належать до медіапрактик, аби виокремити тих, хто надає перевагу традиційним засобам знаходження інформації. Загалом запропонованих відповідей було 15. Таким чином, серед усього масиву відповідей на це запитання було виокремлення п'ять факторів, які представляють різні види медіапрактик або традиційних засобів отримання інформації, які пояснюють 60% дисперсії (КМО = 0,7, критерій Бартлетта =,000):

- фактор 1 (14% дисперсії) – сюди увійшли уподобання таких каналів як соціальні мережі загалом, Facebook, Twitter.
- фактор 2 (12% дисперсії) – електронна скринька і електронні петиції.
- фактор 3 (12% дисперсії) – особисте звертання до відповідного органу/людини, запис до громадської приймальні відповідного інституту.
- фактор 4 (11% дисперсії) – використання листування поштою і телефонного зв'язку.
- фактор 5 (11% дисперсії) – відвідування засідань інститутів влади або перебування у відповідних інститутах із екскурсією.

Таким чином, серед п'яти факторів два з них дуже виразно спрямовані на використання медіапрактик, так само як і інші два спрямовані на отримання інформації без залучення будь-яких технологій, ще один фактор демонструє дотримання традиційних засобів спрямування запиту на задоволення власних інформаційних потреб.

Надалі було зроблено кореляційний аналіз між виокремленими факторами і ставленням до інститутів влади. Запитання було закритого типу із можливістю обрати, як можна описати сьогоднішні інститути влади.

Так, особи, які воліють використовувати соціальні медіа і мережі (перший фактор), мають прямий зв'язок із словами «демократичність» і «ефективність» і обернений – «лобіювання власних інтересів» (скрізь рівень значущості $p \leq 0,05$).

Другий фактор має обернений зв'язок із словами «зайва бюрократизованість», «технократичність» і «підзвітність», а

прямий із уявленням про «лобіювання власних інтересів» (рівень значущості $p \leq 0,01$).

Досить суперечливі зв'язки у третього фактору, так прямо взаємозалежні зі словами «вирішення суспільних проблем» ($p \leq 0,01$), «чесність» ($p \leq 0,01$) і «закритий політичний клуб» ($p \leq 0,01$), але обернений із «динамічність» ($p \leq 0,05$), «підзвітність» ($p \leq 0,01$) і «складність» ($p \leq 0,05$).

Такі слова як «лобіювання власних інтересів», «зайва забюрократизованість», «закритий політичний клуб», «коруптованість», «демагогія», «складність» і «підзвітність» мають обернений зв'язок із четвертим фактором, а прямий зв'язок має лише характеристика «вирішення суспільних проблем» (усюди рівень значущості $p \leq 0,05$).

П'ятий фактор так само має більше обернених зв'язків, а саме «лобіювання власних інтересів», «зайва забюрократизованість», «коруптованість», «конфліктність», «складність», «демагогія», але – прямий із «чесністю» (рівень значущості $p \leq 0,01$).

Таким чином, використання соціальних медіа і мереж впливають на більш позитивне ставлення до інститутів влади, взагалі підвищують сприймання їх як більш ефективних.

Використання електронних запитів хоч і сприяє тому, що зменшується сприймання владних інститутів як забюрократизованих, але додає ризиків формування образу посилення лобіювання заради власних інтересів і зменшення підзвітності.

Серед факторів, які не тяжіють до залучення медіапрактик, можна виокремити четвертий. Люди які надають перевагу поштовим і телефонним запитам схильні ставитися до інститутів влади у позитивному дусі, зростає сприйняття їх як таких, що вирішують суспільні проблеми.

Отже, застосування певних медіапрактик впливає на процес сприймання інститутів влади, що варто врахувати при побудові інформаційної політики.

Список використаних джерел:

1. Белинская Е. П. Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие // Е. П. Белинская / Психологические исследования. – 2013. – Т. 6, № 30. – С. 5.

2. Ли Ч., Бернофф Дж. Взрывная Web-Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями / Ч. Ли, Дж. Бернофф // М.: Альпина Паблицер. – 2010. – 280 с.

3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник / За ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольця; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.

4. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных / А. Д. Наследов. – СПб.: Речь, 2004. – 388 с.

5. Сидоренко Е. В. Методы математической обработки в психологии / Е. В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2007. – 350 с.

6. Хміль Я. В. Видове різноманіття інтернет-практик українських студентів / Я. В. Хміль // Грані. – 2015. – № 12/1. – С. 100-103.

Хіля А.В.

здобувач,

Вінницький державний педагогічний університет

імені М.М. Коцюбинського;

провідний спеціаліст відділу

методичного забезпечення соціальної роботи,

Вінницький обласний центр соціальних служб для сім'ї,

дітей та молоді

ОСОБЛИВОСТІ СУПРОВОДУ ДІТЕЙ З ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ ОБМЕЖЕННЯМИ: ОСВІТНІЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

Важливого значення для реалізації завдань державної політики, що пов'язані із роботою з дітьми з функціональними обмеженнями має діяльність освітян та фахівців із соціальної роботи. Адже правильно та якісно організована діяльність щодо надання соціальних та освітніх послуг таким дітям – це перший крок до адаптації, збереження біологічної сім'ї та створення комфортних умов для розвитку особливої дитини.

Підґрунтям успішної адаптації дітей з функціональними обмеженнями у соціумі та запорукою ефективного реалізації ідей їх інтеграції у життєдіяльність громади та включення у освітні процеси