

3. *Феофанов О. А.* Реклама: новые технологии в России. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
4. *Агібалова К.* Особливості рекламозалежних і рекламонезалежних потреб [Електронний ресурс] / Агібалова Ксенія, Лисакова Наталія. – Режим доступу : <http://psyfactor.org/lib/recl2.htm>.

© Кальба Я. Є.

СУБ'ЄКТИВНА ТРИВАЛІСТЬ ОДИНИЦІ ЧАСУ КОРИСТУВАЧІВ ОНЛАЙНОВИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Г. В. Мироненко, м. Київ

У контексті мотиваційно-темпоральної моделі формування медіазалежності проаналізовано результати експериментального дослідження особливостей зміни суб'єктивної тривалості одиниці часу користувачів онлайн-соціальних мереж.

Ключові слова: медіазалежність, онлайн-соціальні мережі, суб'єктивна тривалість одиниці часу.

В контексте мотивационно-темпоральной модели формирования медиазависимости проанализированы результаты экспериментального исследования особенностей изменения субъективной длительности единицы времени пользователей онлайн-социальных сетей.

Ключевые слова: медиазависимость, онлайн-социальные сети, субъективная длительность единицы времени.

The results of experimental study of the changes in subjective duration of the time unit of the online social networks users are analyzed in the context of the motivational-temporal model of media addictions formation.

Key words: media addiction, online social networks, subjective duration of the time unit

Проблема. Сучасні мультимедіа, безумовно, змінюють соціальну дійсність і психіку людей. У наукових психологічних та психіатричних джерелах натрапляємо на міркування щодо *віртуалізації* людської свідомості. Ідеться про техногенну зміну мовного середовища, відповідно і способу мислення людини. Наслідки таких модифікацій виявляються насамперед у розмиванні й притупленні психологічного відчуття реальності, притаманного кожному з нас, яке дає змогу відрізнити справжнє від уявного. Інакше кажучи, унаслідок значного поширення новітніх інформаційно-комунікаційних техноло-

гій “реалістичне сприймання навколишньої дійсності непомітно підмінюється ілюзорним, метафора витісняє реальність” [1].

У всіх випадках так званої віртуалізації свідомості об’єктом впливу стає особлива функція мозку – “тестування реальності” (reality testing). У “Критичному словнику психоаналізу” Ч. Райкрофта цю функцію визначено як “здатність розрізняти психічні образи і зовнішні об’єкти, фантазію і зовнішню реальність, здатність коректувати суб’єктивні враження шляхом зіставлення із зовнішніми фактами” [там само].

У науково-методичному вимірі означена проблема може мати два взаємопов’язані напрями вивчення. З одного боку, це питання експозиції контакту з мультимедіа, непродуктивне використання онлайнового часу, проблеми розладу вольового контролю кіберкористувачів та виникнення ігроманії, віртуальної залежності. На сьогодні досить детально описано чинники формування, симптоми прояву залежної від мультимедіа поведінки користувачів, запропоновано різноманітні способи та методи профілактики і терапії цього нового виду нехімічної адикції. Попри різноманітність теоретичних інтерпретацій та концепцій переважна більшість дослідників серед основних ефектів тривалого перебування людини у віртуальному просторі називає *відчуження від реальності*. З другого боку, зазвичай поза увагою залишається психіка кіберкористувачів у контексті безпосередньої взаємодії з мультимедіа, що може натомість розглядатися як головний об’єкт потенційних досліджень. Поки що ж немає однозначної, науково обґрунтованої відповіді на запитання: що відбувається з конкретним користувачем, коли він занурений, наприклад, у конкретну комп’ютерну гру чи онлайн соціальну мережу.

Мета статті: за допомогою експериментального дослідження виявити особливості зміни суб’єктивної тривалості одиниці часу в користувачів онлайн соціальних мереж.

Згідно з М. О. Носовим, однією з властивостей віртуальності є її актуальність та автономність, тобто віртуальна реальність існує тільки “тут і зараз”, маючи при цьому свій простір, час та закони існування [2]. Інакше кажучи, віртуальна реальність, як нефізична форма простору і часу, має свою специфіку, для розуміння якої потрібно чітко розрізняти дефініції. Так, реальність, яка породжує іншу реальність, називається константною (константна реальність), а та, що породжується, називається віртуальною (віртуальна реальність). Так само віртуальна реальність може породжувати наступну віртуальну реальність – поствіртуальну (за Л. А. Найдьоновою) – стаючи щодо неї константною, і так нескінченно.

Коли людина перебуває у віртуальній реальності, у неї виникають не тільки соціально-психологічні переживання, але і її фізіологічні системи (імунні, гормональні тощо) реагують так само, як у реальних просторі і часі. У тому числі і нервова система не може відрізнити реальну ситуацію від уявної. Вона автоматично реагує на інформацію з головного мозку, і те, що людина уявляє чи думає, для неї є істинним. Коли користувач “одушевляє” комп’ютер або ж ототожнює себе з ним, тоді й починає стиратися межа між живим і неживим, особистістю і комп’ютером, між віртуальною та істинною реальністю. Отже, саме завдяки нервовій системі відбувається злиття нефізичного і фізичного простору й часу. Емоції та свідомість не відрізняють віртуальну реальність від константної, але матеріальне життя тіла відбувається в константному світі, і саме це є тим критерієм, який дає змогу відрізнити віртуальну реальність від реальності повсякденної (істинної, фізичної, константної).

Віртуальний світ суттєво розширює та видозмінює як просторові, так і темпоральні межі взаємодії людей. Правомірно припустити, що виникає унікальний *хронотоп віртуальності*, який має свої закони існування. Серед специфічних характеристик такого хронотопу можна назвати розмивання просторових меж (“стиснення географії до простору, який займає комп’ютер на столі користувача”) та пластичність, недиференційованість часу.

Змішуючи інформацію з різних місць і часів, новітні інформаційно-комунікаційні технології дають змогу перетинати простір і час, зумовлюють більш поверхове сприймання світу, формування відчуття “миттєвості” буття. Усе це призводить до незв’язності просторових відчуттів та часових уявлень: час і простір стають менш стабільними і зрозумілими, менш цілісними, більш заплутаними, непослідовними [3]. М. Кастельс висунув ідею, згідно з якою *позачасовий час*, як він називає пануючу в сучасному суспільстві темпоральність, виникає, коли інформаційна парадигма суспільства породжує систематичну пертурбацію в послідовності явищ. Ця пертурбація може набувати форми стиснення часових інтервалів між подіями, спрямованого на “миттєвість”, або випадкових розривів у послідовності подій. Усунення почерговості створює недиференційований час, який прирівнюється до вічності [4, с. 431].

Як зазначає Кастельс, змішування часів у засобах масової комунікації, що відбувається всередині одного і того ж каналу або за вибором споживача, створює часовий колаж, у якому “...не тільки змішуються жанри, але і їх часове розгортання перетворюється на синхронний горизонт без початку і кінця, без будь-якої послідовності” [там само, с. 429]. Історія спочатку організується згідно з доступним

матеріалом, а потім підпорядковується комп'ютеризованій можливості вибирати у вікнах миттєвості, які можна поєднувати чи розподіляти відповідно до певних потреб. Шкільна освіта, розваги за допомогою ЗМК, спеціальні репортажі новин чи реклама організують темпоральність так, як це їм зручно, тому досягнення культури, що виходять з усього людського досвіду, позбавлені часової послідовності. Отже, робить висновок дослідник, уся впорядкованість значних подій втрачає свій внутрішній хронологічний ритм і часова послідовність цих подій встановлюється залежно від соціального контексту їх використання. З'являється культура циклічності, недиференційованого часу [там само].

Підтвердження цього знаходимо в А. Моля, який зауважував, що з появою ЗМК виникає новий тип культури – “мозаїчна” культура. Світ у такій культурі стає пластичним – час у ньому можна легко повернути назад, а епізоди переставити [5, с. 254].

Згідно з М. Маклюеном, людина, яка навчилася читати раніше, ніж дивитися телевізор, засвоює культурну спадщину і свій власний досвід відповідно до логіки розгортання тексту, вербальних понять, життєвого шляху, що триває в часі, тоді як “телевізійне” покоління являє собою “східних мудреців, які заглядають усередину себе і вміщують у собі все людство”, які байдужі до плину часу, сприймають світ “тут і тепер”; одиницею побудови світу для них є міжмодальний образ, модифікований у просторі і часі [6, с. 422].

Серед низки специфічних характеристик віртуального простору, які визначають сутність психологічних переживань користувача (або мешканця) цієї нової соціальної реальності, Дж. Сулер називає розмивання просторових меж та *розтягнення і конденсацію часу* [7]. Зокрема, він описує дві кіберкомунікативні ситуації – синхронну і асинхронну, в яких ситуативний час розтягується майже до нескінченності. Так, під час “синхронної комунікації”, яка передбачає, що користувачі одночасно перебувають за комп'ютером чи в інтернеті, хоча і не “тут”, але “зараз”, у реальному часі (наприклад, чат-кімнати, skype тощо), для відповіді співрозмовникові згідно з етикетом відводиться від декількох секунд до хвилини, а то й більше – це значно триваліша затримка, ніж під час комунікації face-to-face. У випадку “асинхронної комунікації”, коли від користувачів не вимагається швидкої, термінової інтеракції (наприклад, e-mail), у розпорядженні співрозмовника є години, дні чи навіть тижні (хоча Дж. Сулер зауважує, що й тут допустимий часовий крок визначається негласними нормами існуючого етикету). Інакше кажучи, кіберпростір створює унікальний темпоральний простір, у якому за умови тривалого здійснення інтеракцій інтерсуб'єктивний час взаємно подовжується

(розтягується). Це забезпечує комфортну “зону рефлексії”; відповідно, порівняно із спілкуванням face-to-face співрозмовники мають значно більше часу для обмірковування і складання відповіді. Практично всі юзери-новачки, зазначає дослідник, вимушено проходять через період адаптації до цього нового часового відчуття. Наприклад, вони можуть очікувати відповіді на лист негайно, передбачаючи (можливо, і неусвідомлено), що швидкість відповіді від партнера буде більш-менш близькою до швидкості відповіді під час звичайної розмови. Досвідчені ж юзери захоплюються перевагами розтягнутого часу. У зв'язку із цим Сулер робить припущення, що в кожного юзера є свій *індивідуальний e-mail-крок*. І тут цікаво було б проаналізувати, наскільки цей індивідуальний “e-mail-крок” зумовлений індивідуально-психологічними, соціальними, а можливо, і кібертехнологічними чинниками.

Разом з тим Сулер доводить, що віртуальний час є стиснутим, конденсованим. Інтернет-середовище змінюється дуже стрімко, адже пересування у віртуальному просторі абсолютно просте і нічим не обмежене, до того ж набагато простіше написати і переписати програмну інфраструктуру, аніж будувати із цеглин, дерева і заліза. Відомо, що наше суб'єктивне відчуття часу тісно пов'язане зі швидкістю зміни світу, в якому ми живемо. За умови миттєвих змін видів, звуків, людей, які оточують нас на мережевих дорогах, почуття часу починає стрімко акселерувати (прискорюватися). Тому, наприклад, якщо користувач належить до онлайнної спільноти вже кілька місяців, його можна сміливо вважати “стариком” цієї групи.

Отже, можемо узагальнити: віртуальна реальність дає можливість маніпулювати часом, створюючи ілюзію його зворотності, тим самим заперечуючи його плинність. З одного боку, такі можливості віртуального хронотопу становлять потенційну небезпеку для кіберкористувачів, схильних до залежної поведінки. З другого боку, сформоване небажання помічати плинність часу, уявлення про те, що нібито час зупинився, психологічно означають інфантилізацію суб'єктивного часу кіберкористувачів, що є не тільки соціально шкідливим а й насамперед небезпечним для самої особистості.

Соціальні мережі – основна причина, через яку сьогодні зростає тривалість перебування в інтернеті, – такого висновку дійшли автори дослідження “Never Ending Friending” (“Френдування неможливо зупинити”). Дослідження сумісно підготували у квітні 2007 р. компанії TNS, Teenage Research Unlimited і Marketing Evolution. Як виявилось, 32% опитаних віком від 14 до 40 років, які користуються соціальними мережами, збільшили в результаті цього тривалість перебування в інтернеті. І лише у 8 % користувачів, які спілкуються в соціальних мережах, загальна тривалість перебування в мережі скоротилася. Елек-

тронною поштою почали більше користуватися 26 % опитаних (менше – 14 %), інтернет-пейджерями – 24 % (менше – 16 %). При цьому час перегляду телепрограм скоротився у 12 % опитаних, збільшився – у 16 %. Суттєво впливають соціальні мережі і на час, що витрачається на відеоігри. Так, 20 % опитаних скоротило свій час ігор, тоді як 10 % збільшило його. Хоча ті користувачі, які почали більше часу проводити в мережі, зовсім необов'язково роблять це за рахунок перегляду телепрограм, дослідники відмічають, що любителі спілкування в соціальних мережах менше дивляться телевизор. У цьому полягає їхня відмінність від тих користувачів, чий час в інтернеті присвячено не соціальним мережам, а іншим видам інтернет-активності. У середньому любителі соціальних мереж дивляться телевизор приблизно на дві години на тиждень менше, аніж звичайні користувачі інтернету.

Які ж сайти відвідують користувачі соціальних мереж? У першу чергу це MySpace – головний ресурс любителів спілкування в блогах. Саме на нього витрачається більша частина часу, який користувачі проводять в інтернеті. При цьому кількість користувачів цієї мережі постійно збільшується і вже становить сотні мільйонів осіб. До десятки найбільш популярних сайтів потрапив також портал Facebook.

Завдяки соціальним мережам (і в цьому їхня ключова перевага) користувачі дістають змогу заявляти про свої інтереси, розділяти їх з іншими і вибудовувати відносини з людьми, які їх цікавлять.

Мотиваційно-темпоральна модель дослідження особливостей формування медіазалежності як неконструктивної форми взаємодії особистості з мультимедійними технологіями стала основою *пілотного лабораторного експерименту*. Його мета – виявити модифікації уявлень про тривалість одиниці часу, що безпосередньо переживається кіберкористувачами, в лабораторних умовах інтернет-діяльності.

Відомо, що, крім фізичного часу, у всіх нас є *свій психологічний час*, закономірності прояву якого описують багато дослідників. Загалом психологічний час залежить від багатьох чинників, зокрема від віку, темпераменту¹, фізичного, емоційного, суб'єктивно-мотиваційного стану людини, від періоду доби, від кількості значущих подій, якими наповнюється життя людини. Наприклад, що більше відбувається важливих для людини подій, то насиченішим видається їй цей період

¹ Вітчизняний учений Б. Цуканов установив, що залежно від темпераменту люди по-різному оцінюють час. Виявляється, що кожен з нас має власну одиницю часу, яка визначає швидкість нашого внутрішнього годинника. При цьому холерики схильні недооцінювати час (їхня суб'єктивна хвилина зазвичай триває менше, аніж фізична), а флегматики і меланхоліки переоцінюють його (їхня суб'єктивна хвилина довша, аніж фізична). Найбільш точні в оцінюванні часу сангвініки.

життя, то швидше для неї плине час. На протилежність цьому повсякчас у нашому житті спостерігаються ситуації “очікування” (коли нічого не відбувається), що супроводжуються відчуттям нудьги, порожнечі, адже “немає нічого гіршого, аніж чекати”. У такі моменти час плине повільніше, може тягтися і видаватися нескінченним, а іноді й зовсім завмирає, зупиняється.

Засоби масової комунікації також впливають на психологічний час. Зокрема, перегляд телепередач збільшує, розтягує суб’єктивну тривалість часу. Діти, які дивляться телевизор близько 5 годин на добу (відповідно до розробленої нами типології такі діти належать до “залежних” телеспоживачів), за наявності певних умов демонструють зміну внутрішнього плину часу в напрямку уповільнення ходу власного внутрішнього годинника аж до повного його завмирання, по суті втрати відчуття часу та відчуження від реальності. Це може мати серйозні наслідки для розвитку особистості, її здатності до самоорганізації.

Звичайно, усі ми дивимося телевизор, читаємо книжки, більшість із нас час від часу користується інтернетом. При цьому ми поринаємо в іншу, віртуальну реальність і, “зачитавшись” чи “задивившись”, можемо певною мірою втратити контроль над плином часу. Але це не стає проблемою (адикцією) до тих пір, поки таке перебування у віртуальному світі не займає, урешті-решт, центральне місце в житті, що не може не призводити до відчуження від світу реального, коли людина вже не замислюється над власними соціально-побутовими проблемами, не думає про майбутнє, не будує ніяких планів, відкладаючи вирішення важливих для себе проблем “на потім”. Усе її життя відтак підпорядковується конкретній адиктивній реалізації, коли досягнення комфортного психологічного стану можливе лише шляхом адиктивної поведінки.

Тому ми розглядаємо “випадіння з реального часу”, “відчуження від реальності” як таке, що зумовлює згасання у людини бажання повертатися до реалій життя з його проблемами і труднощами, звуження кола її інтересів, скорочення участі в значущих видах діяльності або повну відмову від неї, посилення пасивності, несамостійності, що суттєво позначається на процесі життєвого планування.

Ще одним ефектом впливу телебачення на психологічний час людини є ефект “подовження життя”. Виробники сучасних телепрограм змагаються у швидкості подачі інформації. Погоні, зустрічі, кохання, розставання, революції і війни... Телеподії змінюють одна одну зі швидкістю “одна подія кожні дві хвилини” або максимум раз у п’ять хвилин. Відповідно “телевізійний час” є дуже щільним, концентрованим. Отримуючи цей концентрат абсолютно безкоштовно, глядач

піддається відчуттю повноти і насиченості життя, хоча насправді він щовечора просто “відлежується на дивані”. Натомість старе, чорнобіле кіно сьогодні видається занадто повільним. Воно давало можливість відчуття героя, перейнятися його емоціями, попереживати і поплакати. Переглядаючи ж сучасні фільми, ми зазвичай тільки йдемо за зовнішньою канвою подій [8].

Методика та організація дослідження. За критерієм кількості експериментальних впливів експеримент проведено відповідно до плану з однією незалежною змінною. За незалежну змінну (НЗ) в експерименті було взято змодельовану нами в лабораторних умовах тривалість інтернет-діяльності, яка мала три рівні (варіанти) прояву: короткі (НЗ1=10 хв.), середні (НЗ2=40 хв.) і довгі (НЗ3=60 хв.) проміжки часу, протягом якого випробувані перебували у віртуальному просторі. Залежною змінною (ЗЗ) в експерименті стали уявлення про тривалість одиниці часу, що безпосередньо переживається випробуваним у лабораторних умовах мережевої діяльності.

Для відмірювання одиниці часу, що безпосередньо переживається індивідом, було використано методику вільного суб'єктивного відмірювання (ВСВ), розроблену О. В. Полуніним [9] та адаптовану нами відповідно до мети і гіпотези нашого дослідження.

У попередніх дослідженнях ми детально аналізували переваги методики ВСВ щодо інших методик дослідження психологічного часу [10]. Зокрема, використання цієї методики в нашому дослідженні дало змогу більш адекватно змодельовати вплив кіберконтенту на людину. Це досягалося за рахунок виключення внутрішнього рахування у досліджуваного в поєднанні з перебуванням у віртуальному просторі соціальних мереж. Домінуючою залишалася взаємодія користувач – кіберконтент, суб'єктивне відмірювання лише приєднувалося до неї. Тому можна було безпосередньо в динаміці одиниці часу відображати вплив кіберконтенту, а не робити це потім, коли вплив уже закінчився, як передбачає, наприклад, метод оцінювання.

За одиницю часу було взято хвилину, оскільки переживання секунди, як правило, пов'язане з підвищенням внутрішньої напруженості чи з вираженим зовнішнім дискомфортом. Адже одна секунда є меншою за відому середню величину теперішнього, що переживається (2-5 с). Наступна за хвилиною щодо величини і частоти використання людиною одиниця часу – година – не може бути використаною не тільки через незручність у відмірюванні, а головним чином тому, що охоплює цілу серію станів випробуваного, що змінюють один одного.

Експеримент проведено серед кіберкористувачів 14–15 років, середня щоденна тривалість перебування в інтернеті яких становить від 2 до 4 годин. Загальна кількість випробуваних – 20 осіб.

Стимульним матеріалом став віртуальний контент соціальних мереж (у кожному індивідуальному випадку було відібрано такі ресурси, як “Вконтакте”, “Однокласники”, “Facebook”, “MySpace”). Для відмірювання часу було використано секундомір.

Дослідження проводилося в індивідуальній формі. При цьому випробуваний дістав таку інструкцію: “Наше дослідження присвячено вивченню інтернет-діяльності сучасної молоді. Пропонуємо тобі “поринути” в інтернет та зайнятися там найбільш цікавою для тебе справою. До, під час і після перебування в інтернеті просимо тебе виконати завдання. У кожного з нас є свої уявлення про одиниці часу, зокрема про те, скільки повинна тривати хвилина. Ти повинен відміряти тривалість хвилини, виходячи із свого суб’єктивного відчуття плину часу. За сигналом експериментатора почни відмірювання. Під час відмірювання тобі не потрібно рахувати ні вголос, ні подумки – керуйся тільки своїм власним уявленням про тривалість хвилини. Як тільки ти відчуєш, що хвилина закінчилася, зупини секундомір і передай його експериментатору. Під час перебування в інтернеті просимо тебе уникати зайвих, ритмічних рухів, не розмовляти, не відволікатися. Дякуємо за співпрацю”.

У ході експерименту було проведено чотири серії відмірювань:

1-ша серія відмірювань: випробувані у стані пасивної бадьорості п’ять разів відмірюють тривалість хвилини, після чого визначається середнє значення суб’єктивної тривалості хвилини – t_1 ;

2-га серія відмірювань: випробувані протягом перших 10 хвилин перебувають в інтернеті, проводячи при цьому п’ять відмірювань суб’єктивної тривалості хвилини – t_1 . Після цього протягом 20 хвилин перебувають в мережі без відмірювань;

3-тя серія відмірювань: після 30 хвилин користування інтернетом випробувані знову протягом 10 хвилин, перебуваючи в мережі, проводять п’ять відмірювань суб’єктивної тривалості хвилини – t_2 . Наступні 20 хвилин перебувають в інтернеті без відмірювань;

4-та серія відмірювань: за 60 хвилин користування інтернетом закінчувалося, і випробувані у стані пасивної бадьорості відмірюють п’ять разів суб’єктивну тривалість хвилини – t_3 .

Результати відмірювання в ході експерименту випробуваному не повідомляються. Загалом експеримент триває 80 хвилин (рис. 1).

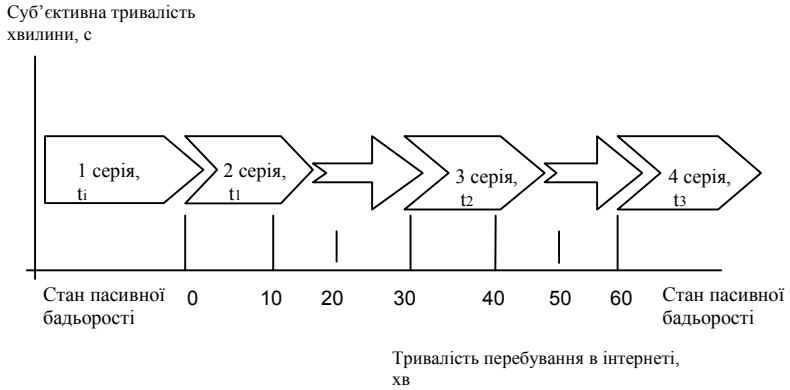


Рис. 1. Послідовність серій відмірювання тривалості хвилини, що безпосередньо переживається користувачем під час перебування в онлайн-соціальних мережах

У ході першої серії експерименту було визначено середнє значення суб'єктивної тривалості хвилини кіберкористувачів – $t_1 = 53,4$ с (рис. 2).

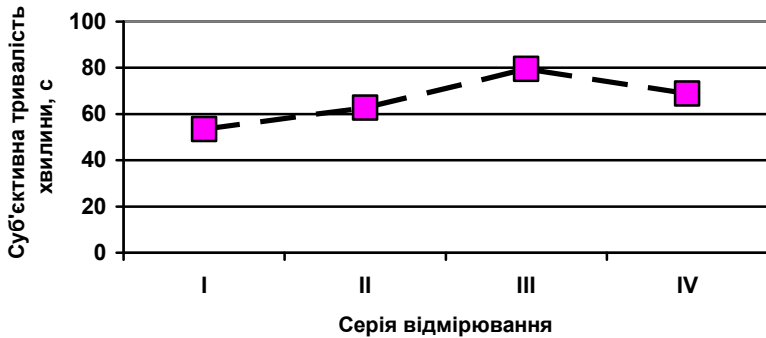


Рис. 2. Динаміка суб'єктивної одиниці часу кіберкористувачів залежно від тривалості перебування їх в інтернеті

На початку “занурення” у віртуальний простір соціальних мереж (друга серія відмірювання) у кіберкористувачів спостерігалось збільшення суб'єктивної тривалості часу із значення $t_1 = 53,3$ с до $t_1 = 62,8$ с, що свідчить про поступове зниження напруження випро-

буваних. Під час другої серії відмірювань спостерігалось збільшення суб'єктивної тривалості хвилини випробуваних і відповідно тривало зниження їхньої активації. По закінченні перебування в інтернеті у кіберкористувачів спостерігалось поступове зменшення суб'єктивної тривалості хвилини, причому в більшості випадків відмірювана випробуваними хвилиною набувала більших значень порівняно із суб'єктивною тривалістю хвилини до "занурення" у віртуальний простір ($t_1 = 53,3$ с; $t_3 = 68,9$ с).

Безперечний інтерес як у науковому, так і в практичному аспекті становить зіставлення виявлених особливостей суб'єктивної тривалості одиниці часу користувачів онлайнних соціальних мереж з аналогічними уявленнями телеспоживачів, які нам вдалося встановити в попередніх дослідженнях. Так, було виявлено особливості зміни суб'єктивної тривалості хвилини реципієнтів у ситуації безпосередньої реценсії ними відеопродукції. Цікавим видається загальний вигляд динаміки суб'єктивної тривалості хвилини телереципієнтів в умовах впливу відеопродукції (рис. 3).

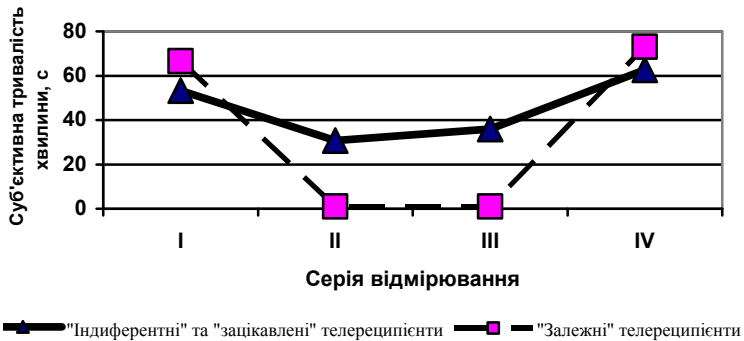


Рис. 3. Динаміка суб'єктивної тривалості хвилини телереципієнтів залежно від тривалості реценсії ними телепродукції

Обидва графіки динаміки суб'єктивної тривалості хвилини телереципієнтів відповідають особливостям динаміки переживання часу протягом дня, що полягають у перевідмірюванні та недооцінці часових інтервалів у ранкові і вечірні години та їх недовідмірюванні і переоцінці вдень (J. Aschoff, D. Pfaff, E. Poppel). Виходячи з розуміння переживання часу як адаптивної функції живого організму і розглядаючи суб'єктивну тривалість хвилини як психологічний корелят

активації психіки, вищезазначену закономірність переживання часу протягом дня, на нашу думку, можна вважати проявом загального адаптивного синдрому (ЗАС), описаного Г. Сельє. Відповідно, виявлені особливості зміни суб'єктивної тривалості хвилини в умовах реєстрації відеопроодукції ми розглядали як певний аналог ЗАС. Зокрема, під час проведення експерименту ми мали змогу спостерігати прояв трьох фаз ЗАС – реакцію тривоги, фазу опору та фазу виснаження.

На відміну від отриманого графіка динаміки суб'єктивної тривалості хвилини телереципієнтів, графік динаміки цих показників для кіберкористувачів не відповідає особливостям динаміки переживання часу протягом дня, більше того – має прямо протилежний вигляд (рис. 4). Поступове збільшення суб'єктивної тривалості хвилини протягом другої і третьої серій відмірювання свідчить, що кіберкористувачі, занурюючись в інтернет-середовище, не переживають реакції тривоги і фазу опору як таку. Важливо наголосити, що такий “розслаблений” стан випробуваних тривав безпосередньо до моменту припинення перебування в режимі он-лайн. Тож повернення до реальності, у реальний час супроводжувалося у випробуваних зменшенням суб'єктивної тривалості хвилини.

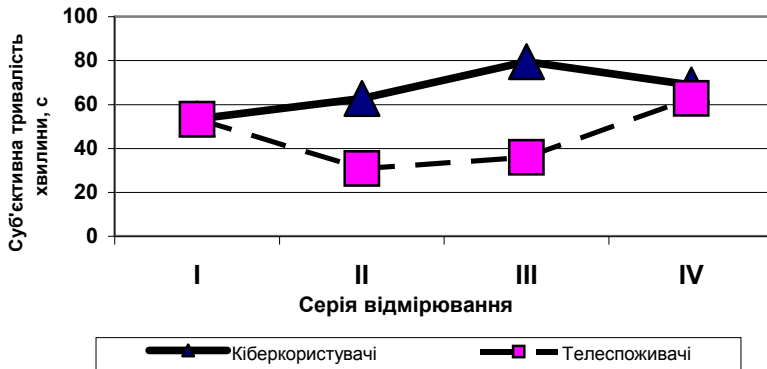


Рис. 4. Динаміка суб'єктивної одиниці часу випробуваних залежно від тривалості їх перебування в полі дії електронних інформаційно-комунікаційних технологій

Можна припустити, що у випадку перебування в просторі он-лайн соціальних мереж послідовність і прояв фаз загального адаптивного синдрому видозмінюються, а сам цикл ЗАС, відповідно

до класичної схеми Сельє, повністю не завершується, що може бути причиною виникнення дистресу.

Висновки. Проведене експериментальне дослідження дало змогу виявити такі особливості зміни суб'єктивної тривалості одиниці часу в користувачів онлайнних соціальних мереж:

– змодельований в експерименті вплив тривалості перебування користувачів у полі дії електронних ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій) на суб'єктивну тривалість одиниці часу демонструє механізм такого роду впливу і може розглядатися як ситуативний аспект загального адаптивного синдрому, який по-різному проявляється у кіберкористувачів і телеспоживачів;

– у телеспоживачів рецепція відеопродукції є стресогенним чинником, унаслідок дії якого суб'єктивна тривалість хвилини зменшується на початку відеорецепції і збільшується наприкінці цього процесу, виступаючи адаптивною функцією для збереження та узгодження відношення між “зовнішніми” і “внутрішніми” мінливостями психіки;

– у кіберкористувачів виявляються дезадаптивні модифікації уявлень про фізичну тривалість хвилини, що демонструють феномен віртуального розтягнення суб'єктивного часу випробуваних.

Перспективу подальших досліджень ми вбачаємо у більш ґрунтовному вивченні адаптивних й дезадаптивних способів безпосереднього відображення тривалості одиниці часу медіаспоживачами, що дало б змогу виявити стилі віртуального розтягнення часу.

Література

1. *Выгонский С.* Виртуальная реальность как массовая галлюцинация [Электронный ресурс] / С. Выгонский. – Режим доступа : http://www.medicinform.net/comp/comp_psych29.htm.
2. *Носов Н. А.* Виртуальная психология / Н. А. Носов. – М. : Аграф, 2000. – 432 с.
3. *Strinati D.* Postmodernism and Popular Culture / D. Strinati // *Sociology Review*. – 1992. – April. – P. 34–41.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. *Моль А.* Теория информации и эстетическое восприятие / А. Моль. – М. : Мир, 1966. – 352 с.
6. *McLuhan M.* Understanding Media. The extensions of man / М. McLuhan. – GINGKO PRESS Inc., 2003. – 611 p.
7. *Сулер Дж.* Люди превращаются в Электроников. Основные психологические характеристики виртуального пространства [Электронный ресурс] / Дж. Сулер – Режим доступа : <http://www.flogiston.ru>.
8. *Маховская О. И.* Телемания / О. И. Маховская. – М. : И. Д. Вильямс, 2008. – 272 с.

9. Полунин А. В. Свободное субъективное отмеривание как метод исследования восприятия времени / А. В. Полунин // Сучасна психологія в ціннісному вимірі : матеріали Третіх Костюківських читань : у 2-х т. – К., 1994. – Т.1. – С. 77–78.
10. Мироненко Г. В. Динаміка уявлень реципієнтів відеопродукції про тривалість одиниці часу / Г. В. Мироненко // Зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. – К., 2006. – Т. 8, ч. 8. – С. 162–170.

© Мироненко Г. В.

ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДІ

Н. І. Левус, м. Львів

Розглядаються чинники, які зумовлюють формування та розвиток компонентів соціально-комунікативної компетентності як системи внутрішніх ресурсів ефективної взаємодії з іншими людьми в міжособистісних стосунках. Ідеться про комунікативні навички, уміння залагоджувати складні соціальні ситуації, знаходити альтернативні варіанти поведінки та емоційно адекватно на них реагувати. У фокусі дослідження – молоді люди віком від 21 до 28 років, які активно вибудовують своє особисте та соціальне життя, налагоджують соціальні контакти як у професійній, так і особистій сфері.

Ключові слова: соціальна компетентність, комунікативна компетентність, соціальні емоції, соціальні якості, соціальна сміливість.

Рассматриваются факторы, обуславливающие формирование и развитие компонентов социально-коммуникативной компетентности как системы внутренних ресурсов эффективного взаимодействия с другими людьми в межличностных отношениях. Речь идет о коммуникативных навыках, умении разрешать сложные социальные ситуации, находить альтернативные варианты поведения и эмоционально адекватно на них реагировать. В фокусе исследования – молодые люди в возрасте от 21 до 28 лет, активно выстраивающие свою личную и социальную жизнь, налаживающие социальные контакты как в профессиональной, так и личной сфере.

Ключевые слова: социальная компетентность, коммуникативная компетентность, социальные эмоции, социальные качества, социальная смелость.

Factors which predetermine the forming and development of components of socially communicative competence as systems of internal resources of the effective co-operating with other people in interpersonal relations are consider in the article. There are communicative skills, abilities to decide dif-