

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____ Ельвіра ЛУЗІК

« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 053 «Психологія»

Освітньо-професійна програма «Практична психологія»

Тема: «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу»

Виконавець: здобувач групи 426 Чернявська Альона Володимирівна

Керівник: доктор пед. наук, професор Рахманов Віталій Олегович

Нормоконтролер: _____ Тамара МИХЕСВА

Київ 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Кафедра педагогіки та психології професійної освіти
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Практична психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Ельвіра ЛУЗІК
« » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Чернявської Альони Володимирівни

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу», затверджена наказом ректора №22.03.2024 №422/ст.
2. Термін виконання роботи: з лютого 2024 року до травня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи: вибірка – 40 осіб сержантського складу Збройні Сили України; робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до першого та другого розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків загальним обсягом 76 сторінок, з них обсяг основного тексту 48 сторінок, список використаних джерел нараховує 39 позицій.
4. Зміст пояснювальної записки: Вступ; Розділ 1. ; Висновки до першого розділу; Розділ 2.; Висновки до другого розділу; Висновки; Список використаних джерел та літератури; Додатки.
5. Дослідження проводилося за допомогою методик: Тест Методика «Ціннісні орієнтації» Рокича, Тест «Смисложиттєві орієнтації»; Опитувальник «Методика діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності»; Діагностика потреби у спілкуванні; Діагностика рівня соціальної фрустрації Л.І. Вассермана; та методів математичної обробки: кореляційний та порівняльний аналізи.
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного матеріалу): таблиці.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Опрацювання та реферування літератури з теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження	29.01.2024	29.01.2024
2.	Формулювання теми, мети, завдань дослідження. Написання вступу. Складання попереднього плану роботи. Узгодження з керівником	12.02.2024	13.02.2024
3.	Написання першого розділу. Подання керівникові на перевірку	25.03.2024	25.03.2024
4.	Написання другого розділу. Подання керівникові на перевірку	22.04.2024	26.04.2024
5.	Оформлення роботи. Подання керівникові на перевірку	01.05.2024	05.05.2024
6.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	20.05.2024	21.05.2024
7.	Опрацювання зауважень і виправлення недоліків	25.05.2024	26.05.2024
8.	Подання остаточного варіанта роботи на кафедру для перевірки на академічну доброчесність	27.05.2024	27.05.2024
9.	Подання кваліфікаційної роботи на рецензування	05.06.2024	05.06.2024
10	Захист роботи	10.06.2024	

7. Дата видачі завдання: «29» січня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Віталій РАХМАНОВ
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Альона ЧЕРНЯВСЬКА
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу»:

Мета дослідження: вивчити та визначити взаємозв'язок між особливостями сприймання комунікації, рівень задоволеності в потребі комунікації.

Об'єкт дослідження: Ціннісні орієнтації осіб сержантського складу.

Предмет дослідження: Особливості впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу

Вибірка: 40 осіб на військовій службі сержантського складу.

Методи дослідження:

- теоретичні: ретроспективний і системно-структурний аналіз порівняння, узагальнення, класифікація, систематизація, моделювання, аналітико-синтетичний розгляд (вивчення) творів тощо;

- емпіричні: анкетування з загальними питаннями; Тест Методика «Ціннісні орієнтації» Рокича ; тест «Смисложиттєві орієнтації»; опитувальник рівня суб'єктивного відчуття самотності Д. Рассела і М. Фергюсона; Діагностика потреби у спілкуванні Ю. Орлова; Діагностика рівня соціальної фрустрації Л.І. Вассермана;

- математичні: коефіцієнт кореляції r-Пірсона.

Практичне значення роботи полягає в тому, що врахування цих аспектів дозволило покращити ефективність навчальних і виховних заходів для сержантського складу та забезпечити їх більш успішну адаптацію до сучасного інформаційного середовища.

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, КОМУНІКАЦІЯ, СМИСЛОЖИТТЄВІ ОРІЄНТАЦІЇ, СУБ'ЄКТИВНЕ ВІДЧУТТЯ САМОТНОСТІ, СЕРЖАНТСЬКИЙ СКЛАД, СПІЛКУВАННЯ, СОЦІАЛЬНА ФРУСТРАЦІЯ, ОСОБИСТІ ЦІННОСТІ

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ I: ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ОСІБ	7
1.1 Основні засади комунікації в соціальних мережах	7
1.2 Визначення понять ціннісних орієнтацій	9
1.3 Особливості впливу комунікацій в соціальних мережах	11
Висновки до Розділу I	13
РОЗДІЛ II: ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ	15
2.1 Організація, етапи та умови проведення дослідження	15
2.2 Аналіз та інтерпретація результатів, отриманих після проведення психодіагностичного дослідження	21
2.3 Математичний та порівняльний аналіз, та інтерпретація отриманих даних	38
2.4 Методичні рекомендації на основі проведеного дослідження	40
Висновки до Розділу II	41
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Актуальність.

У сучасному світі глобальні кризи швидкоплинно розгортаються, змінюючи нашу реальність і змушуючи нас швидко адаптуватися до нових умов.

Повномасштабне вторгнення захопило значно більші різні аспекти нашого існування та діяльності, та докорінно змінило сприйняття та буття всього оточення.

В умовах такої складної кризи соціальні тенденції швидко еволюціонують, відбуваються значні зміни, які слід ретельно вивчати та аналізувати. Актуальність нашого дослідження полягає в здатності відслідковувати ці соціальні зміни та реакції на них у контексті сучасної кризової ситуації.

Слід зазначити, що соціальні мережі відіграють важливу роль у спілкуванні під час кризи. Більшість осіб, зокрема військовослужбовців, змушені були обмежити особисті зустрічі та контакти з близькими, і вони розраховували в основному на дистанційне спілкування через соціальні мережі для збереження комунікативних зв'язків. В контексті нинішньої кризи важливо досліджувати вплив соціальних мереж на спілкування та соціальні взаємодії, оскільки вони стали невід'ємною частиною нашого життя в умовах обмежень і невизначеності.

Система ціннісних орієнтацій, як важлива психологічна характеристика дорослої особистості, представляє собою один із ключових аспектів індивідуальності. Вона відображає осмислене ставлення людини до соціальної дійсності та визначає мотивацію її поведінки, суттєво впливаючи на всі аспекти її життєдіяльності. Як складові частини особистісних ціннісних структур, ці орієнтації відзначаються внутрішньою готовністю до реалізації конкретних видів діяльності та вказують на напрямок дій для задоволення потреб і інтересів.

Мета дослідження: Визначити особливості впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу.

Об'єкт дослідження: Ціннісні орієнтації особистості.

Предмет дослідження: Особливості впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу

Завдання дослідження:

- 1) Провести теоретичний аналіз літератури з поняття ціннісних орієнтацій та комунікації в соціальних мережах.
- 2) Емпірично дослідити особливості впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу.
- 3) Проаналізувати отримані результати та зробити висновки.
- 4) Розробити рекомендації стосовно користування соціальними мережами особами сержантського складу.

Методи дослідження:

- теоретичні: ретроспективний і системно-структурний аналіз порівняння, узагальнення, класифікація, систематизація, моделювання, аналітико-синтетичний розгляд (вивчення) творів тощо;
- емпіричні: анкетування з визначення особливостей комунікації особистості в соціальних мережах; методика встановлення ціннісних орієнтацій М. Рокича; опитувальник рівня суб'єктивного відчуття самотності Д. Рассела і М. Фергюсона; Діагностика потреби у спілкуванні Ю. Орлова; Діагностика рівня соціальної фрустрації Л.І. Вассермана.
- математичні: коефіцієнт кореляції r-Пірсона.

Практичне значення роботи полягає в тому, щоб визначити вплив соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу може бути корисним при розробці програм навчання та розвитку для цієї категорії працівників. Врахування цих аспектів дозволить покращити ефективність навчальних і виховних заходів для сержантського складу та забезпечити їх більш успішну адаптацію до сучасного інформаційного середовища.

РОЗДІЛ I: ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ОСІБ

1.1 Основні засади комунікації в соціальних мережах

Соціальна мережа – це веб-сервіс або платформа, що утворює віртуальне співтовариство, засноване на спільних інтересах, хобі, професійній або особистій діяльності. Це мережа, де люди з однаковими чи схожими поглядами, інтересами та цілями збираються, щоб спілкуватися, обмінюватися інформацією, співпрацювати або просто ділитися враженнями.

Згідно з визначенням В.М. Сазонова, «соціальна мережа складається з безлічі акторів або агентів, які можуть взаємодіяти один з одним через соціальні зв'язки, такі як дружба, спільна діяльність або обмін інформацією. Ця взаємодія формується на основі спільних інтересів та цінностей, що об'єднують учасників мережі в єдину спільноту». [24].

Термін «соціальні мережі» був введений до наукового обігу ще у 1954 році Джеймсом Барнсом. Він позначав унікальний феномен взаємодії людей у віртуальному просторі, де вони можуть об'єднуватися, спілкуватися та взаємодіяти, не зважаючи на географічні відстані. [13].

Головний фактор, що відрізняє соціальні мережі від інших форм спілкування, полягає в їхній віртуальності. Учасники мережі можуть знаходитися у різних куточках світу, але вони здатні зв'язуватися між собою, спілкуватися, обмінюватися думками та інформацією у реальному часі.

Розвиток теорії соціальних мереж почався ще у середині 20 століття, коли вчені, такі як Рей Соломонофф, Анатолій Рапопорт, Пол Ердош та Альфред Рен'ї, почали досліджувати принципи формування та функціонування мережевих структур. Вони виявили, що соціальна поведінка та комунікація людей значною мірою залежать від їхніх соціальних зв'язків та взаємодій в мережі. [27].

Основними принципами теорії соціальних мереж є розуміння того, що взаємодія між людьми в мережі побудована на взаємних інтересах, цінностях та цілях, а також

на тісних соціальних зв'язках між ними. Ці зв'язки можуть виявлятися у взаємодії на різних рівнях – від простих обмінів інформацією до глибоких особистих стосунків.

Важливим аспектом розвитку соціальних мереж є вплив Інтернету та інших технологій комунікації. Інтернет значно розширив можливості спілкування та обміну інформацією, дозволяючи людям з усього світу знаходити одне одного, спілкуватися та співпрацювати, не залежно від географічних меж. Таким чином, Інтернет продовжує процес формування та розвитку соціальних мереж, створюючи нові можливості для спілкування та взаємодії. [34]

Вплив «соціальних мереж», який зародився кілька років тому за межами України, тепер охопив і пострадянські країни, у тому числі й Україну. Завдяки Інтернету людям, які раніше могли навіть не знати одне одного, стало легше знаходити спільну мову і встановлювати контакти. Але активний пошук знайомств у віртуальному світі часто призводить до того, що він стає пріоритетним, перевершаючи реальне життя.

Вплив соціальних мереж на суспільство може мати як позитивні, так і негативні аспекти. Залежність від віртуального спілкування є однією з найпоширеніших проблем. Люди все частіше вибирають електронний спосіб комунікації, замість живого спілкування, що може вплинути на їхні соціальні навички та взаємодію з реальним світом.

Ще однією проблемою є загальнодоступність інформації в соціальних мережах, де користувачі часто діляться особистими даними, що може стати джерелом ризику для їхньої конфіденційності та безпеки.

При постійному спілкуванні у мережі, у людей може розвиватися фобія реального спілкування, що впливає на їхні відносини та соціальну адаптацію. Також важливою проблемою є те, що багато людей представляють себе в мережі інакше, ніж вони є насправді, що може призвести до обману та конфліктів.

Інтернет став не тільки засобом спілкування, але і невід'ємною частиною життя для багатьох людей. За даними статистики, «користувачі соціальних мереж складають значну частину інтернет-аудиторії, і час, який вони проводять в мережі, постійно зростає. Такий тренд свідчить про значний вплив соціальних мереж на сучасне

суспільство, а також про необхідність уважного відношення до їхнього використання». [10]

Комунікація під час війни має вирішальне значення, оскільки вона стає засобом забезпечення безпеки та надання населенню своєчасної інформації. У сучасному світі комунікація перестала бути лише розвагою і перетворилася на базову потребу, від якої часто залежить безпека мешканців громад, а навіть їхнє життя.

Умови повномасштабної війни, яка триває в Україні вже третій рік, вимагають ефективної внутрішньої комунікації, яка забезпечить адекватну реакцію на надзвичайні ситуації. «Досвід показує, наскільки важлива внутрішня комунікація в кризовий період, коли вона стає не лише засобом задоволення інформаційних потреб населення, але й ключовим елементом забезпечення безпеки та захисту громадян». [16]

Внутрішня комунікація в часи війни має визначати чіткі механізми реагування на кризові ситуації, надавати вичерпну інформацію про поточну ситуацію та дії, які потрібно вжити для забезпечення безпеки. Вона відіграє ключову роль у формуванні свідомості громадян щодо загроз та ризиків, а також сприяє координації дій різних структур влади та громадських організацій.

1.2 Визначення понять ціннісних орієнтацій

У сучасному світі молоде покоління стикається з важливими виборами, які визначають їхню світоглядну позицію. Глобальні зміни в ієрархії загальнолюдських цінностей впливають на формування ціннісного спрямування молоді, яке тепер все частіше орієнтується на власні потреби та комфорт. Такі трансформації в суспільному житті приводять до акцентування уваги на особистих питаннях, що спонукає до розквіту індивідуалізму. «Цей феномен особливо помітний у формуванні світогляду молоді, яка тільки розпочинає свій шлях у вирішенні проблем існування та стикається з духовними обмеженнями, що відбиваються на її моральному підґрунті». [6]

Сучасні покоління надають перевагу проблемам на мікрорівні, які безпосередньо торкаються їхнього особистого життя. Здоров'я, кар'єра, матеріальний статус, освіта

та сімейне благополуччя стають пріоритетними для молоді, ініціюючи зміни у їхньому сприйнятті соціальної дійсності. Водночас загальнодержавні проблеми, релігійні конфлікти, загрози війни та інші глобальні виклики виявляються на другому плані інтересів, зокрема, за даними Українського інституту соціальних досліджень, лише 16 % молоді виявляли інтерес до цих питань.

Це досить очевидно, оскільки у капіталістичних країнах світу, які стали прикладом для України, існує парадигма «екзистенціального» підходу до життя, де кожен самостійно вирішує свої проблеми та розраховує виключно на себе. Такий індивідуалізм протистоїть колишнім уявленням про «патерналізм», який характеризував радянську ідеологію. Молоде покоління не піддається колективному контролю, але демонструє великий потенціал для самореалізації та ініціативи. [21]

Окрім того, молодь відіграє ключову роль у суспільному розвитку через свою значну чисельність та вплив на соціально-економічні процеси. Її інтелектуальний потенціал визначається здатністю до швидкого засвоєння нових знань та професійних навичок. За статистичними даними, у 1990 році молодь становила 22% населення України, але протягом останніх десяти років її частка скоротилась до 20%. Важливим показником є також внесок молоді у сукупний суспільний продукт, який відображає його внесок у промисловий розвиток країни.

Вивчення цінностей та ціннісних орієнтацій є важливим аспектом аналізу поведінки та формування особистості. Багато дослідників звертаються до цього питання як до ключового елемента внутрішнього розвитку особистості, розглядаючи його у зв'язку з питаннями соціальної детермінації.

Термін «цінність» тісно пов'язаний з поняттям «ціннісна орієнтація», що спочатку було введено в американській соціології, зокрема, Т. Парсонсом. «Цінності формуються на основі усвідомлення соціальним суб'єктом своїх потреб у відношенні до оточуючого світу». [18]

Система цінностей може включати уявлення про добро і зло, щастя, мету та сутність життя, а також загальнолюдські ідеї, які охоплюють різні аспекти життя, відносин та цінностей, такі як сім'я, справедливість, міжособистісні відносини, демократія та інші.

Основні цінності, такі як прагнення до істини, творчості, краси, доброзичливості, участі, честі та гідності, відіграють ключову роль у виборі цілей та способів їх досягнення, що є фундаментом загальнолюдських цінностей.

Ціннісна орієнтація є індивідуальним та груповим ранжуванням цінностей, що впливає на вибір цілей та засобів досягнення. Вона є важливим елементом у свідомості особистості, що визначає моральні, естетичні, правові, політичні та інші переконання.

Цінність, як зазначається, представляє собою момент значущості будь-якого явища, речі або події для життя людини, класу чи суспільства, відіграючи важливу роль у формуванні їхнього життя та сприйнятті світу.

Ціннісні орієнтації визначають спрямованість інтересів, ієрархію переваг, мотиваційні програми та рівень уподобань особистості, а також впливають на вибір цілей і механізми їх досягнення. Вони формуються на основі домінуючих цінностей у культурі суспільства.

1.3 Особливості впливу комунікацій в соціальних мережах

Соціальні мережі виконують різноманітні функції, які впливають на спосіб взаємодії їх учасників та формування їхніх соціальних зв'язків. Основні функції соціальних мереж включають комунікативну, інформаційну, соціалізуючу, самоактуалізуючу, ідентифікаційну, функцію формування ідентичності та розважальну. [29]

Комунікативна функція дозволяє користувачам встановлювати контакти, обмінюватися інформацією та об'єднуватися для досягнення спільних цілей, що сприяє зміцненню соціальних зв'язків. Інформаційна функція реалізується через обмін інформацією, дозволяючи учасникам виступати як комунікатори, так і реципієнти інформації.

Соціалізуюча функція полягає в обміні досвідом, неформальними правилами поведінки та ціннісними установками, що сприяє формуванню соціальних навичок. Самоактуалізуюча функція дозволяє учасникам створювати особисті профілі та

саморепрезентувати себе. Ідентифікаційна функція передбачає можливість створення індивідуальних профілів та пошук анкет за заданими ознаками.

Крім того, особливості соціальних мереж включають ідентифікацію, присутність на сайті, відносини, спілкування, групи та обмін. Ці особливості роблять можливими різноманітні форми спілкування та взаємодії між користувачами, сприяючи формуванню віртуальних спільнот та обміну інформацією. [13]

Мережева спільнота у великій мірі відображає модель побудови суспільства з його цінностями та нормами. Водночас, соціальна невизначеність Інтернету надає учасникам вільність у конструюванні своєї ідентичності та створенні різних спільнот.

Загалом, соціальні мережі сприяють не лише спілкуванню, але й ресоціалізації та інкультурації користувачів у відповідності з віртуальною культурою. Дослідження показують, що користувачі мереж часто прагнуть отримати визнання та популярність, що впливає на їхню активність та поведінку в онлайн-середовищі.

У воєнний час спостерігається різке зміщення у комунікативних підходах, які відображаються в різних сферах життя, включаючи бізнес, політику, та соціальні взаємовідносини. Розглянемо ці тренди докладніше: [32]

Ціннісний тренд: У воєнний період компанії та організації змінюють свої підходи до комунікації, зосереджуючи увагу на іміджевій комунікації та свідомій позиції. Замість акценту на продуктивній комунікації, вони ставлять перед собою завдання бути «більше, ніж просто бізнесом». Роль корпоративної соціальної відповідальності стає критично важливою, а бізнес переорієнтовує свої програми сталого розвитку й допомоги, активно долучаючись до підтримки армії, ветеранів, та волонтерських ініціатив.

Тренд підтримки: Важливим аспектом комунікації у воєнний час є спільність та підтримка. Повідомлення про єдність, вдячність, та спільне зусилля стали необхідними для підтримки морального духу громадян. Ці позитивні повідомлення допомагають людям подолати емоційні труднощі та відчуття пригніченості, що виникають у військовий період. [15]

Національний тренд: В умовах воєнного стану патріотичність та гордість за країну стають важливими елементами комунікації та культурного життя. Національна

символіка, українська риторика та патріотичні значки стають популярними як у внутрішній, так і у зовнішній політиці. Ці елементи стають важливими для підтримки духу нації та формування національної ідентичності.

Висновки до Розділу I

Соціальні мережі – це віртуальні платформи для спілкування та обміну інформацією між людьми з подібними інтересами. Вони сприяють формуванню спільнот із спільними цінностями та інтересами. Спілкування в мережах може впливати на соціальні навички, але також може призводити до залежності від віртуального спілкування та порушення конфіденційності даних. Інтернет і соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого життя. Комунікація відіграє важливу роль у часи війни, забезпечуючи безпеку та інформування населення. Важливо мати ефективну внутрішню комунікацію для реагування на кризові ситуації та координації дій.

Соціальні мережі мають різноманітні функції, що впливають на спосіб взаємодії їх користувачів та формування соціальних зв'язків. Основні функції включають комунікацію, обмін інформацією, соціалізацію, створення особистих профілів та пошук інших користувачів. Спілкування на мережах допомагає зміцнювати зв'язки, а обмін інформацією дозволяє виступати як комунікаторам, так і отримувачам інформації. Соціальні мережі також сприяють обміну досвідом та формуванню соціальних навичок. Крім цього, вони дозволяють користувачам створювати власні профілі та шукати анкети за певними ознаками. Учасники мереж мають можливість спілкуватися, вступати в групи та обмінюватися інформацією, що сприяє формуванню віртуальних спільнот. Соціальні мережі також впливають на формування ідентичності користувачів та їхню участь у віртуальній культурі.

У воєнний час комунікація у бізнесі, політиці та соціальних сферах змінюється. Компанії й організації активно демонструють соціальну відповідальність, сприяючи воєнним потребам. Важливою частиною комунікації є підтримка й єдність для

підтримки морального духу громадян. Патріотичність та гордість за країну стають ключовими аспектами, формуючи національну ідентичність.

У сучасному світі молодь вирішує, які цінності є для неї важливими. Це впливає на її ставлення до особистих питань та суспільства загалом. Молодь віддає перевагу тим проблемам, які безпосередньо стосуються їхнього життя, таким як здоров'я, освіта та кар'єра. Глобальні проблеми, такі як війна чи конфлікти, стають менш важливими. Це свідчить про зростання індивідуалізму в суспільстві. Також, молодь має великий вплив на розвиток суспільства через свої ідеї та активність. Їхні цінності та орієнтації формують їхній світогляд і впливають на їхні дії.

РОЗДІЛ II: ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Організація, етапи та умови проведення дослідження

Після докладного огляду теоретичних підходів, які були представлені в літературі, та визначення основних принципів, ми переходимо до проведення емпіричного дослідження. Цей процес включав кілька етапів. Першим завданням на психодіагностичному етапі було проведення дослідження на вибірці та збір фактичних даних за допомогою психодіагностичних методик. У другому розділі розглядаються методики, які використовувалися під час дослідження. На емпіричному рівні наше дослідження включало такі етапи:

- 1) Підбір психодіагностичних методик для визначення ціннісних орієнтацій та комунікаційних особливостей. Написання загальних питань щоб визначити який рівень комунікацій припадає на спілкування в соціальних мережах, і відношення респондентів до цього.
- 2) Проведення тестування респондентів та аналіз отриманих результатів.
- 3) Якісний та кількісний аналіз отриманих результатів за кожною методикою.
- 4) Встановлення зв'язку між шкалами ціннісних орієнтацій та комунікаційних особливостей за допомогою кореляційного аналізу.
- 5) Інтерпретація отриманих результатів.
- 6) Розроблення практичних рекомендацій для осіб сержантського складу щодо комунікаційних особливостей та ціннісних орієнтацій з врахуванням результатів дослідження.
- 7) Формулювання загальних висновків.

Дослідження було проведене дистанційно серед 40 осіб сержантського складу Збройних Сил України. Для визначення ціннісних орієнтацій та особливостей комунікації в соціальних мережах застосовувались наступні методики: анкетування з визначення особливостей комунікації особистості в соціальних мережах; методика встановлення ціннісних орієнтацій М. Рокича; опитувальник рівня суб'єктивного

відчуття самотності Д. Рассела і М. Фергюсона; Діагностика потреби у спілкуванні Ю. Орлова; Діагностика рівня соціальної фрустрації Л. І. Вассермана.

Анкета визначення рівня комунікації особистості в соціальних мережах та її ставлення до цього виду спілкування.

1. «Як ви можете оцінити своє спілкування в соціальних мережах?»

Це питання спрямоване на з'ясування загального враження респондента від комунікації в соціальних мережах. Оцінка може включати якість спілкування, задоволення від нього, а також його корисність і значущість для респондента.

2. «Наскільки часто ви спілкуєтесь в соціальних мережах?»

Це питання спрямоване на визначення частоти використання соціальних мереж для спілкування. Відповідь на нього може вказати на активність та залученість респондента в цьому середовищі.

3. «Наскільки ви відчуваєте потребу постійно перевіряти телефон \ інший пристрій?»

Це питання стосується прив'язаності респондента до свого пристрою та соціальних мереж. Відповідь може вказати на рівень залежності від технологій та необхідність постійної активності в мережі.

4. «Ви віддаєте перевагу спілкуванню в дистанційно через соціальні мережі, ніж спілкуванню очно?»

Це питання допомагає з'ясувати вибір респондента між віртуальним та очним спілкуванням. Відповідь може вказати на їхні вподобання та звички в цьому плані.

5. «Чи одразу ви відкриваєте чат коли надходять сповіщення?»

Це питання стосується швидкості реакції на повідомлення в соціальних мережах. Відповідь може вказати на рівень уваги та активності респондента в мережі.

6. «Чи відчуваєте ви що задоволені перепискою з близькою людиною?»

Це питання оцінює задоволення респондента від взаємодії з близькими людьми через соціальні мережі. Відповідь може вказати на рівень емоційної реакції на такий вид спілкування.

Методика встановлення ціннісних орієнтацій М. Рокича

Система ціннісних орієнтацій визначає змістовний бік спрямованості особистості та становить основу її відносин до навколишнього світу, інших людей, себе самої, основу світогляду та ядро мотивації життєвої активності, життєвої концепції й «філософії життя». Присвоєння номерів кожній із цінностей не є універсальним і жодним чином не визначає ієрархію зазначених цінностей; цей крок зроблено для зручності обробки результатів.

Методика встановлення ціннісних орієнтацій М. Рокича базується на прямому ранжуванні списку цінностей і є однією з найпоширеніших на сьогоднішній день. М. Рокич розрізняє два класи цінностей: термінальні, які є переконаннями в тому, що якась кінцева мета індивідуального існування варта того, щоб до неї прагнути, та інструментальні, що є переконаннями в тому, що певний образ дій або властивість особистості є кращими в будь-якій ситуації. Цей поділ відповідає традиційному розподілу на цінності – цілі й цінності – засоби.

Перевагою методики є універсальність, зручність і економічність у проведенні обстеження та обробці результатів, а також гнучкість, що дозволяє варіювати як стимульний матеріал (списки цінностей), так і інструкції. Однак суттєвим її недоліком є вплив соціальної бажаності та можливість нещирості. Тому особливу роль у цьому випадку відіграє мотивація діагностики, добровільний характер тестування й наявність контакту між психологом і випробуваним. Методика не рекомендується для використання з метою відбору й експертизи, проте можливе проведення групового тестування.

Тест «Смисложиттєві орієнтації»

Навіть при обмеженій кількості питань у опитувальнику (20 пунктів) факторний аналіз виявив шість основних факторів. П'ять з них, за винятком другого, добре пояснюються і співвідносяться з загальною свідомістю життя, маючи вагу не менше 0,40 та включаючи в себе від 4 до 6 пунктів кожен. Результати дозволяють припустити, що свідомість життя не є однорідною структурою. Отримані фактори, за винятком другого, можна розглядати як компоненти сенсу життя. Вони можуть бути розділені на дві групи. Перша група включає смислові орієнтації: життєві цілі, насиченість життя та задоволення самореалізацією. Ці категорії відповідають меті (майбутнє),

процесу (теперішнє) та результату (минуле) відповідно. Людина може знаходити сенс у своєму житті через одну, декілька або всі ці компоненти. Два інші фактори відображають внутрішній локус контролю, який, як показують результати, тісно пов'язаний із свідомістю життя. Один із них вказує на загальне переконання в тому, що контроль можливий, а інший відображає віру у власну здатність здійснювати цей контроль (самопереконання).

На основі тих результатів тест свідомості життя був перетворений у тест смислових орієнтацій, що включає, крім загального показника свідомості життя, ще п'ять субшкал, відображаючи три конкретні смислові орієнтації та два аспекти внутрішнього контролю.

Цілі в житті:

Ця шкала відображає присутність або відсутність у житті особи конкретних мет, які надають їй спрямованість, осмисленість та часову перспективу. Низькі показники на цій шкалі можуть вказувати на те, що людина живе лише сьогоднішнім або вчорашнім днем, навіть при загальному високому рівні задоволення життям. Натомість високі бали можуть свідчити не лише про цілеспрямованість, а й про те, що особа створює плани без реальної підґрунтя у сучасності та без особистої відповідальності за їх втілення. Важливо аналізувати цей аспект у поєднанні з іншими показниками.

Процес життя або інтерес і емоційна насиченість життя:

Ця шкала оцінює, наскільки особа сприймає своє життя як цікаве, емоційно насичене та наповнене змістом. Високі показники можуть свідчити про те, що людина приділяє увагу сенсуальним і психологічним аспектам свого існування, тоді як низькі бали можуть вказувати на незадоволеність сучасним життям. При цьому, низькі показники можуть існувати разом із задоволеністю минулим або надією на майбутнє.

Результативність життя, або задоволеність самореалізацією:

Ця шкала відображає оцінку особою пройденого життєвого шляху та його продуктивності. Високі показники можуть свідчити про те, що людина відчуває, як вона успішно реалізовувала себе та жила життям зі значущим змістом. Низькі

показники можуть вказувати на незадоволеність життям, коли минуле єдине, що має сенс.

Локус контролю – «Я» («Я» – господар життя):

Ця шкала відображає уявлення про себе як про сильну особистість, яка має достатній рівень контролю над власним життям та вільність у виборі. Високі показники свідчать про те, що особа вірить у свої сили управляти власним життям, тоді як низькі можуть вказувати на відчуття безсилля та відсутність впливу на події.

Локус контролю-життя, або керованість життя:

Ця шкала оцінює віру в можливість контролювати власне життя та приймати рішення. Високі показники можуть свідчити про те, що людина вірить у свою здатність управляти своїм життям, тоді як низькі можуть вказувати на відчуття втрати контролю та безпорадності перед непередбачуваними обставинами.

Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності (Д. Рассел і М. Фергюсон)

Методика, розроблена Д. Расселем та М. Фергюсоном, призначена для вимірювання суб'єктивного відчуття самотності у людини. Виявлене відчуття самотності може бути пов'язане з тривогою, соціальною ізоляцією, депресією та відчуттям нудьги. Важливо розрізнити самотність як результат нав'язаної ізоляції та як свідоме прагнення до самотності, як потребу у ній.

Для обробки результатів застосовується такий підхід: кількість кожного з варіантів відповідей підраховується. Потім сума відповідей «Часто» помножується на 3, «Іноді» – на 2, «Рідко» – на 1, а «Ніколи» – на 0. Отримані результати потім складаються. Максимально можливий показник самотності – 60 балів. Високий рівень самотності відображається сумою від 40 до 60 балів, середній – від 20 до 40 балів, а низький – від 0 до 20 балів.

Тест для визначення потреби у спілкуванні, розроблений Ю.М. Орловим, є інструментом, спрямованим на виявлення ступеня виразності потреби людини у спілкуванні. Оскільки спілкування вважається важливим аспектом соціального життя, розуміння та оцінка індивідуальних потреб у цій сфері можуть бути корисними для подальшого адаптування та розвитку особистості. Методика складається з 33 питань,

на які можна відповісти «так» або «ні». Ці питання охоплюють різні аспекти соціального взаємодії та спілкування, від особистих відносин до групової активності.

Мета цього тесту полягає у тому, щоб виявити, наскільки активною є потреба особистості у спілкуванні. Спілкування визнається не лише як засіб передачі інформації, а й як ключовий механізм для задоволення соціальних потреб, розвитку взаєморозуміння та підтримки взаємодії з іншими людьми. Таким чином, тест Орлова допомагає виявити, наскільки сильно особа відчуває необхідність у взаємодії з іншими та наскільки ця потреба впливає на її поведінку та стосунки.

«Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості» (Л.І. Вассерман; модифікація В.В. Бойко)

Соціальна фрустрованість вимірюється шляхом оцінки рівня задоволеності або незадоволеності у 20 сферах міжособистісних відносин, які фахівці визначили як найбільш важливі для будь-якої дорослої особи, яка активно взаємодіє у соціальній культурі. Варто відзначити, що для деяких людей деякі з цих сфер можуть бути неактуальними, наприклад, взаємодія з батьками або дітьми у випадку їх відсутності. Тому оцінка задоволеності або незадоволеності у таких сферах не фіксується.

Методика включає в себе: формуляр соціологічної анкети, який складається з 20 пунктів і відображає формально-демографічні характеристики обстежуваних, специфіку та умови їх зайнятості; реєстраційний бланк із системою оцінок у балах; перелік із 20 тем, що стосуються незадоволеності різними аспектами особистісно-середовищних відносин.

Кореляційний аналіз – це метод статистичного дослідження, який дозволяє визначити наявність або відсутність зв'язків між різними змінними, а також встановити ступінь взаємозв'язку між ними. Використання кореляційного аналізу у дослідженні дозволяє виявити значущі взаємозв'язки між особистісною готовністю студентів до професійної діяльності та іншими факторами.

Статистична значущість зв'язку між змінними показується за допомогою показників значимості, які зазвичай повинні бути менше 0,05 для того, щоб зробити висновок про наявність статистично достовірного зв'язку. В іншому випадку, коли

показник значимості перевищує 0,05, ми можемо говорити про відсутність статистично значущого зв'язку між досліджуваними змінними.

Порівняльний аналіз, зокрема за допомогою критерію Ст'юдента, застосовується для співставлення різних рядів даних. Цей метод дозволяє визначити, чи є статистично значущі різниці між двома або більше групами даних, що характеризуються нормальним розподілом.

2.2 Аналіз та інтерпретація результатів, отриманих після проведення психодіагностичного дослідження

Після проведення аналізу відповідей 40 респондентів на запропоновані питання стосовно їхнього спілкування в соціальних мережах, було отримано наступні результати. Щодо рівня спілкування в соціальних мережах, 18% респондентів відзначили, що мають низький рівень активності або інтересу до спілкування в них, що може свідчити про мале або відсутнє задоволення потреб комунікації в соціальних мережах. Ще 14% відчувають знижений інтерес або активність у спілкуванні через соціальні мережі. Для осіб сержантського складу активність у соціальних мережах може бути меншою, ніж в інших групах. Це може бути обумовлено особливостями їх роботи, де діє правила обмеження користуванням соціальними мережами. За середній рівень спілкування в соціальних мережах оцінили себе 50% респондентів, що вказує на те, що вони в цілому задоволені своїм рівнем комунікації в цих мережах. Ще 14% виявили підвищений інтерес та активність у спілкуванні через мережі. Лише 4% респондентів оцінили свій рівень спілкування як високий, що свідчить про позитивне ставлення до спілкування в соціальних мережах та можливу високу задоволеність комунікацією в них. Графічно результати представлено на Рис. 2.2.1

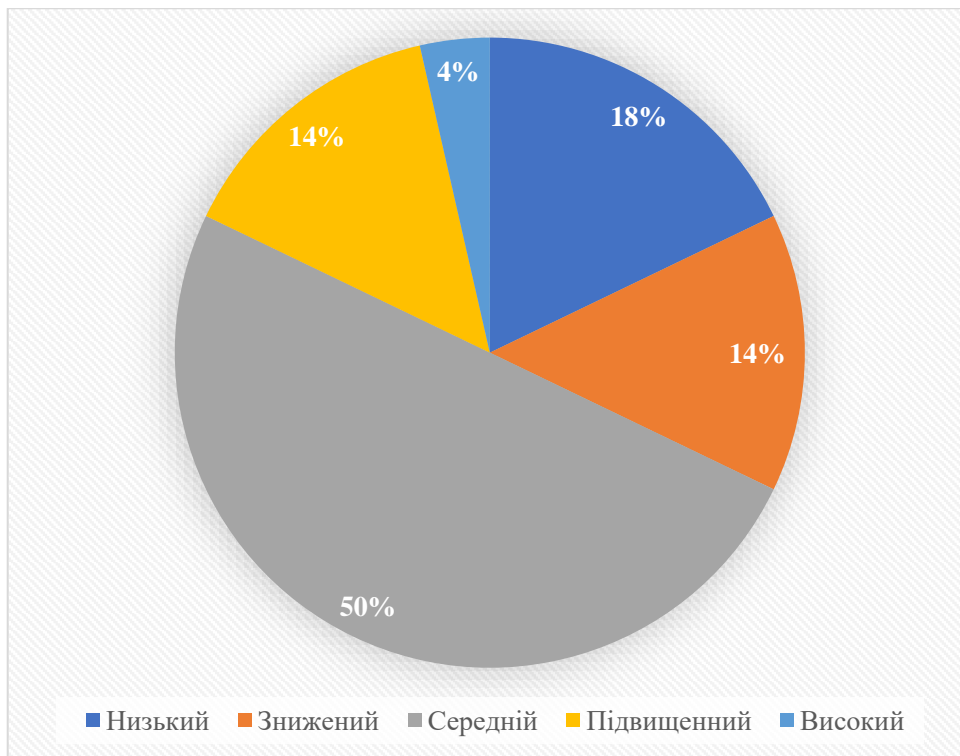


Рис. 2.2.1. Відповіді респондентів стосовно їхнього спілкування в соціальних мережах.

Тест Рокіча

Метою дослідження ціннісних орієнтацій було не тільки вивчення індивідуальних ціннісних пріоритетів кожного учасника, але й виявлення загальних тенденцій та особливостей, які характеризують їхні життєві орієнтації.

Методика М. Рокіча базується на прямому ранжуванні списку цінностей. Респонденти оцінювали два основні класи цінностей: термінальні, які представляють собою кінцеві цілі індивідуального існування, до яких варто прагнути, і інструментальні, що стосуються певних образів дій або властивостей особистості, які є кращими в будь-якій ситуації. Кожен респондент мав визначити значущість кожної цінності шляхом її ранжування.

Результати дослідження показали значну різноманітність у відповідях респондентів, що цілком очікувано, враховуючи індивідуальність кожної особистості та унікальність їх життєвого досвіду. Учасники дослідження були різного віку, статі, соціального статусу та професійної спрямованості, що також вплинуло на різноманітність їхніх ціннісних орієнтацій.

Аналізуючи отримані дані щодо термінальних цінностей, було встановлено наступне розподілення пріоритетів:

- Активне діяльне життя було головною цінністю для 4,5 % респондентів.
- Життєву мудрість ніхто не обрав як найважливішу цінність.
- Здоров'я стало пріоритетом для 9 % респондентів.
- Цікаву роботу обрали 4,5 % респонденти.
- Краса природи і мистецтва була важливою для 4,5 % респондентів.
- Любов обрали 18 % респонденти, що є найвищим показником.
- Матеріально забезпечене життя було пріоритетом для 9 % респондентів.
- Наявність хороших і вірних друзів обрав 4,5 % респондентів.
- Суспільне покликання важливе для 9 % респондентів.
- Пізнання стало головною цінністю для 9 % респондентів.
- Продуктивне життя обрали 9 % респонденти.
- Розвиток та розваги не обрав ніхто.
- Свободу обрали 9 % респонденти.
- Щасливе сімейне життя не було пріоритетом для жодного респондента.
- Щастя інших стало головною цінністю для 4,5 % респондента.
- Творчість не обрав ніхто.
- Впевненість у собі обрав 4,5 % респондентів.

Щодо інструментальних цінностей, розподілення було наступним:

- Акуратність і вихованість не обрав ніхто.
- Високі запити стали головною цінністю для 13,6 % респондентів.
- Життєрадісність була важливою для 4,5 % респондентів.
- Старанність обрали 4,5 % респонденти.
- Незалежність стала головною цінністю для 9 % респондентів.
- Непримиренність до недоліків у собі та інших обрали 4,5 % респонденти.
- Освіченість обрали 4,5 % респондентів.
- Відповідальність стала головною цінністю для 4,5 % респондентів.

- Раціоналізм і самоконтроль стали важливими для 9 % респондентів кожна.
- Сміливість не обрав ніхто.
- Тверду волю, терпимість і широту поглядів обрали по 4,5 % респондентів кожно.
- Чесність стала головною цінністю для 4,5 % респондентів.
- Ефективність у справах і чуйність обрали по 9 % респонденти кожно.

Розмаїття результатів підкреслює, що кожна людина має унікальний набір пріоритетів та цінностей, які формуються під впливом різних факторів, включаючи особистий досвід, соціальне оточення, культурні традиції та індивідуальні психологічні особливості. Відсутність однорідності у відповідях підтверджує гнучкість і багатогранність методики Рокича, яка дозволяє врахувати різні аспекти особистісної мотивації.

Таким чином, проведене дослідження не лише підтвердило ефективність методики Рокича у виявленні індивідуальних ціннісних орієнтацій, але й продемонструвало її здатність відображати різноманітність людських пріоритетів та мотивацій. Це підкреслює важливість врахування індивідуальних цінностей у процесі психологічної діагностики та консультування, а також у розробці освітніх програм і соціальних проектів.

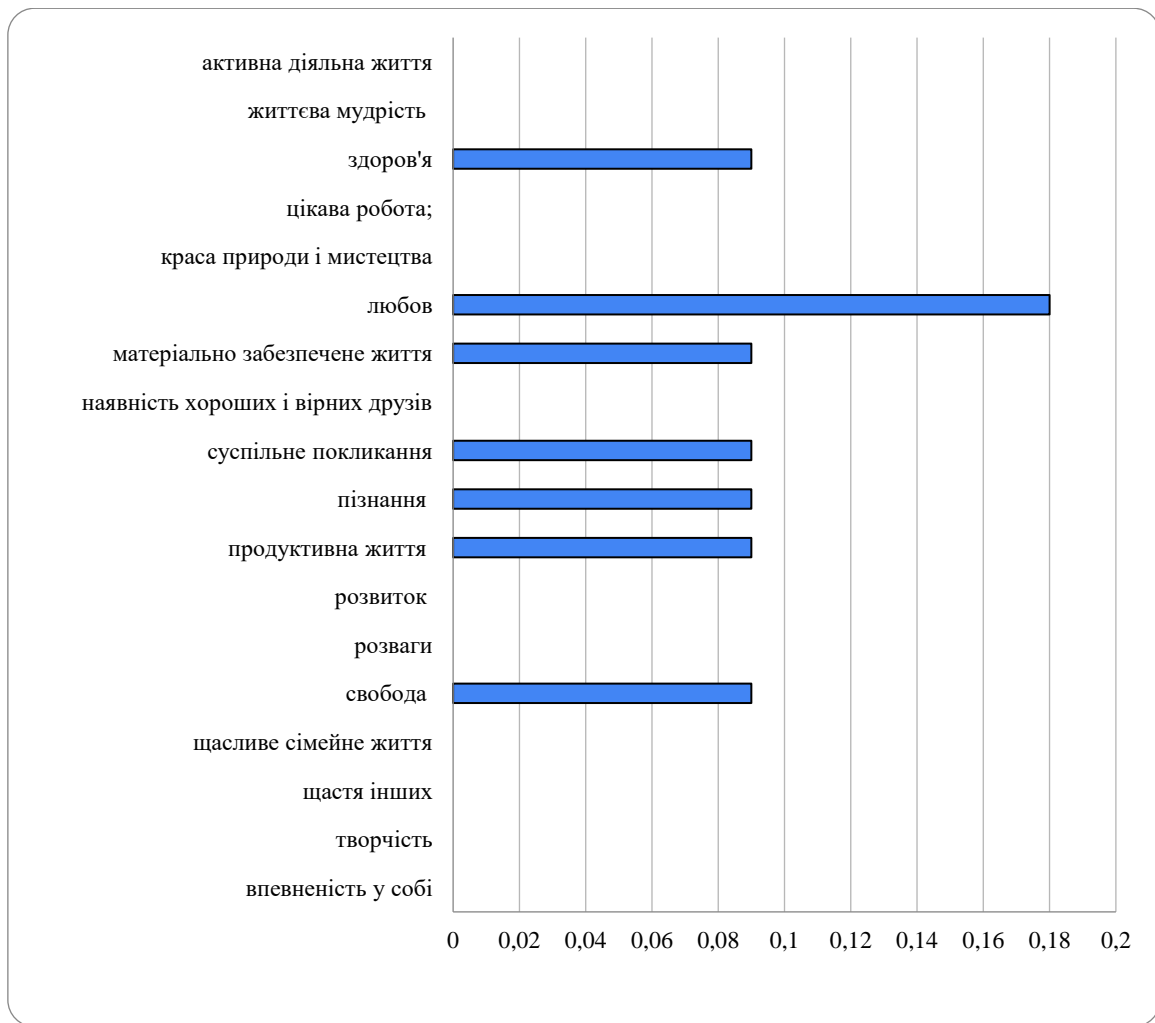


Рис. 2.2.2. Результати респондентів по тесту «Ціннісних орієнтацій», по першому блоку.

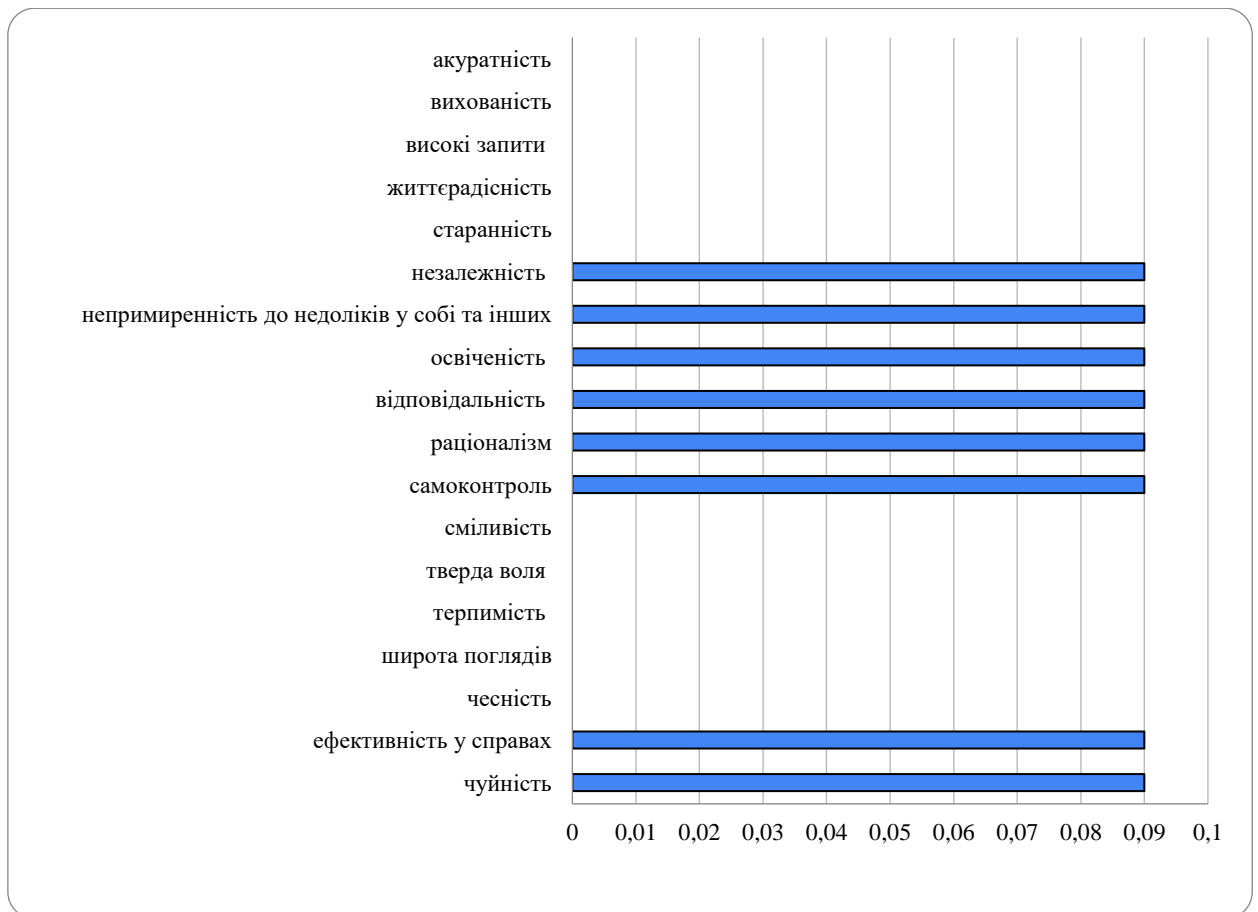


Рис. 2.2.3. Результати респондентів по тесту «Ціннісних орієнтацій», по другому блоку.

Тест для визначення потреби у спілкуванні

Після докладного аналізу відповідей респондентів на тест, спрямований на визначення їхньої потреби в спілкуванні, було отримано досить різноманітні результати, які дають уявлення про відмінності в комунікативних потребах серед досліджуваної групи, які показані на Рис. 2.2.4.

Найбільша кількість респондентів, а саме 34%, віднесли себе до категорії з низьким рівнем потреби в спілкуванні. Це може свідчити про те, що ця частина досліджуваної групи має менш виражену потребу в активному спілкуванні чи може бути менш схильною до віртуальних комунікаційних форматів.

27% респондентів оцінили свою потребу в спілкуванні як нижчу, ніж середній рівень. Це може вказувати на помірну комунікабельність цієї групи людей, які можуть відчувати потребу в спілкуванні, але не настільки інтенсивно, як інші групи.

Для 23% респондентів потреба в спілкуванні була оцінена як середня. Це може вказувати на те, що ця частина досліджуваної групи відчуває себе комунікабельною в достатній мірі, але не вважає спілкування за найважливішу частину свого життя.

8% респондентів відзначили вищий, ніж середній рівень потреби в спілкуванні, що може свідчити про більшу комунікабельність цієї частини досліджуваної групи. Ці люди можуть бути дуже активними в соціальних мережах та інших комунікаційних середовищах.

Також 8% респондентів оцінили свою потребу в спілкуванні як високий, що вказує на високий рівень комунікабельності. Ці люди можуть вважати спілкування в соціальних мережах за важливу частину свого соціального життя і витратити на це багато часу та уваги.

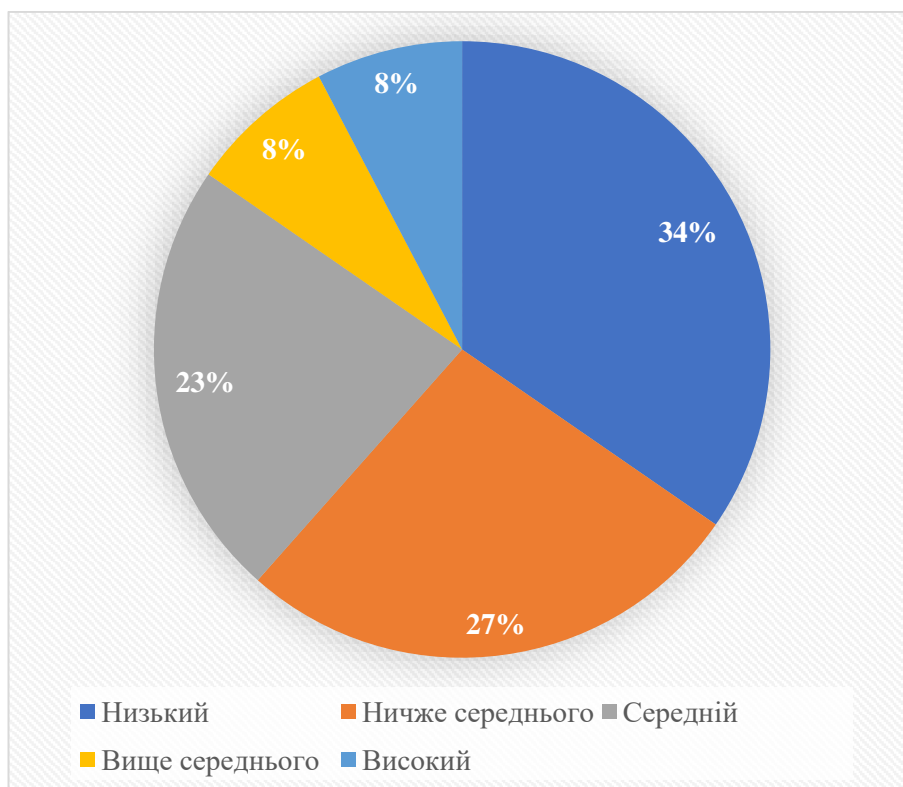


Рис. 2.2.4. Відповіді респондентів по методиці «Тест для визначення потреби у спілкуванні»

«Методика діагностики рівня соціальної фрустрованості» (Л.І. Вассерман; модифікація В.В. Бойко)

Дуже високий рівень невдоволення був зафіксований у 5% респондентів. Це означає, що ця частина досліджуваної групи відчуває дуже велику фрустрацію у

відношенні до своїх соціальних досягнень і можливо вважає, що їхнє життя не відповідає їхнім очікуванням.

Підвищений рівень невдоволення був виявлений у 9% респондентів. Це свідчить про те, що ця частина досліджуваної групи також відчуває значну фрустрацію у відношенні до своїх соціальних досягнень, але можливо менш виражено, ніж у групі з дуже високим рівнем невдоволення.

Невизначений рівень невдоволення був виявлений у 18% респондентів. Це може вказувати на те, що ця частина досліджуваної групи відчуває деяку невпевненість або розмитість у відношенні до своїх соціальних досягнень і можливо ще не зовсім чітко усвідомлює свої прагнення та цілі.

Знижений рівень невдоволення був виявлений у 9% респондентів. Це означає, що ця частина досліджуваної групи відчуває певний рівень невдоволення у відношенні до своїх соціальних досягнень, але можливо менш виражено, ніж у попередніх категоріях.

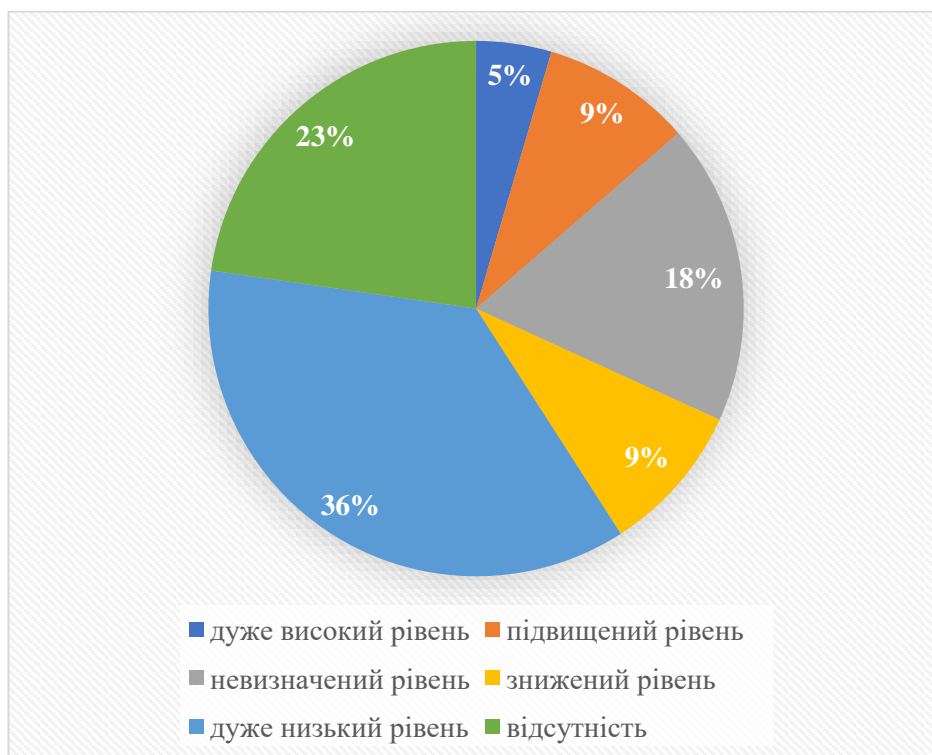


Рис. 2.2.5. Відповіді респондентів по методиці діагностики рівня соціальної фрустрованості.

Дуже низький рівень невдоволення був зафіксований у 36% респондентів. Ця велика частина досліджуваної групи відчуває дуже малу або жодну невдоволеність у відношенні до своїх соціальних досягнень, що може свідчити про задоволеність своїм життям та соціальним статусом.

Відсутність невдоволеності була зафіксована у 23% респондентів. Ці люди взагалі не відчувають невдоволеності у відношенні до своїх соціальних досягнень, що може свідчити про те, що вони вважають своє життя успішним і задоволеним. Результати аналізу за цією методикою викладені на Рис. 2.2.5.

Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності (Д. Рассел і М. Фергюсон)

Результати аналізу за методикою діагностики суб'єктивного відчуття самотності, викладені на Рис. 2.2.6. і дають глибший вигляд на те, як люди сприймають та відчувають самотність у своєму житті. Ця методика спрямована на вимірювання суб'єктивного відчуття самотності у людини, а також виявлення можливих факторів, які сприяють цьому стану.

Високий рівень самотності, зафіксований у 11% респондентів, свідчить про те, що ця частина досліджуваної групи відчуває значну самотність. Це може бути пов'язано з різними факторами, такими як відсутність стійких соціальних зв'язків, невпевненість у власних відносинах з іншими людьми, або відчуття відокремленості від оточуючого світу.

Середній рівень самотності, виявлений у 28% респондентів, може свідчити про те, що ця частина групи відчуває певний рівень самотності, але він не настільки виражений, як у першій групі. Це може вказувати на те, що ці люди мають деякі соціальні зв'язки, але вони можуть бути менш задоволені своїм соціальним життям або відчувати певну відокремленість від інших.

Низький рівень самотності, виявлений у 61% респондентів, свідчить про те, що більшість учасників дослідження відчувають невелику або жодну самотність. Це може означати, що вони мають стійкі соціальні зв'язки або в цілому задоволені своїм соціальним життям.

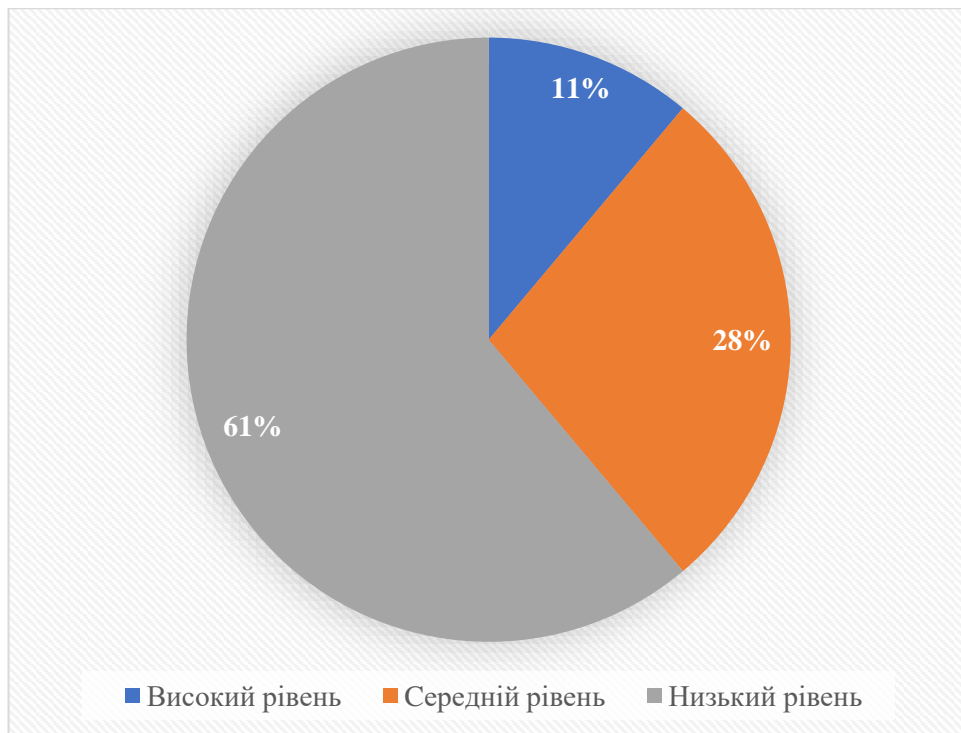


Рис. 2.2.6. Відповіді респондентів по методиці діагностики суб'єктивного відчуття самотності

Тест «Смисложиттєві орієнтації»

По загальному показнику методики «Смисложиттєві орієнтації» результати викладені на Рис. 2.2.7. і викладені нижче:

Група з низьким рівнем смислових життєвих орієнтацій складає лише 7% респондентів. Ці особи можуть відчувати відсутність сенсу у житті, можливо, вони не знаходять задоволення в тому, що роблять або не вбачають глибокого значення у своїх діях і досягненнях. Можливо, вони перебувають у пошуку своєї мети або не знають, що вони хочуть від життя.

Група з пониженим рівнем смислових життєвих орієнтацій становить 11%. Ці респонденти можуть відчувати, що їхнє життя не настільки насичене і цікаве, як вони хотіли б. Вони можуть шукати способів для підвищення значимості і задоволення в їхній повсякденності.

Група з середнім рівнем смислових життєвих орієнтацій становить найбільший відсоток – 52%. Це говорить про те, що більшість респондентів мають стандартне сприйняття життя, вони можуть мати свої мети і цілі, але не завжди відчують себе повністю задоволеними своїм життям.

Група з підвищеним рівнем смислових життєвих орієнтацій становить 19%. Ці особи мають досить чіткі цілі, мети і відчують себе задоволеними своїм життям. Вони можуть бути активними учасниками життя та досягати значних успіхів у своїх справах.

Група з високим рівнем смислових життєвих орієнтацій також становить 11%. Ці респонденти мають дуже сильне сприйняття життя, вони можуть бути високомотивованими та досягати великих результатів у своїх діяльностях. Вони можуть відчувати себе задоволеними та щасливими у своєму житті.

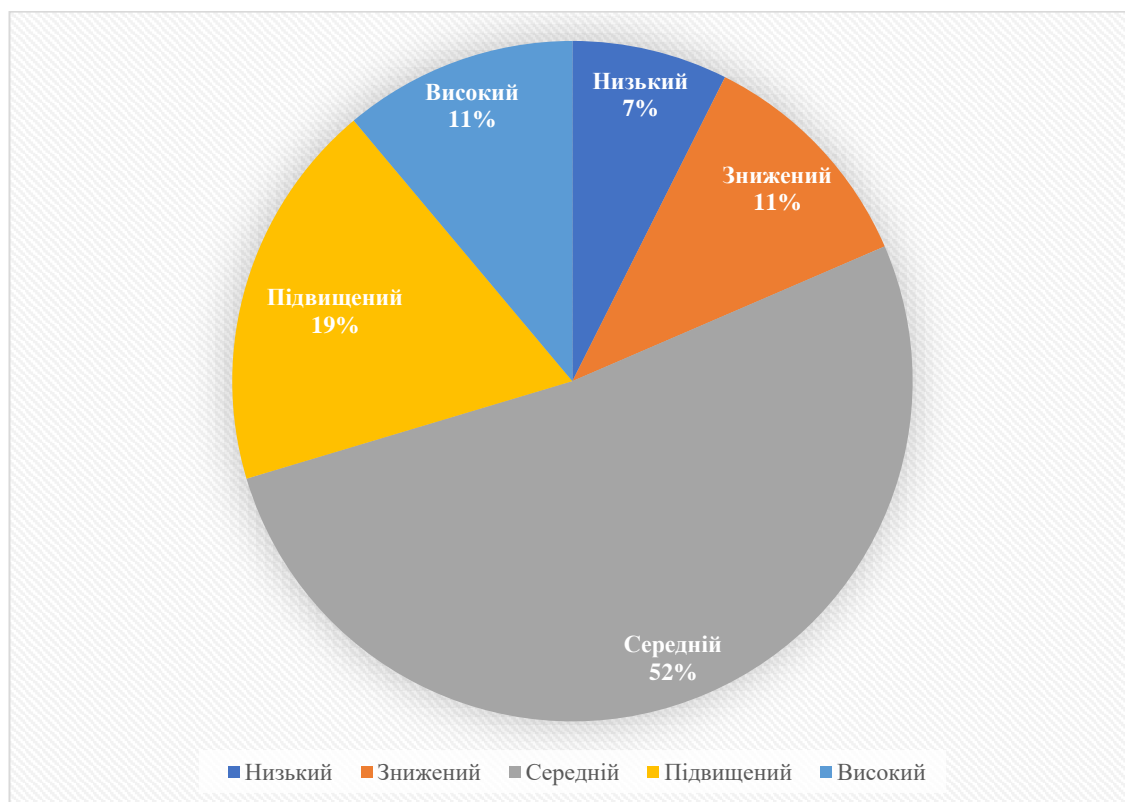


Рис. 2.2.7. Загальні результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій»

Як зазначалось вище ця методика містить в собі п'ять шкал, які допомагають чіткіше оцінити аспекти рівня осмисленості життя та спрямованості особистості. Результати за цими шкалами доповнюють загальний аналіз рівня смислових життєвих орієнтацій нижче.

Субшкала 1 – Цілі в житті.

Група респондентів, яка виявила низький рівень цілей в житті, становить лише 6%. Ці люди характеризуються відсутністю чітко сформованих мети та планів на

майбутнє. Для них життя може здаватися неспрямованим, безплідним і нецікавим. Відсутність чітких цілей може призвести до відчуття втрати напрямку і невизначеності.

Група респондентів із зниженим рівнем цілей в житті становить 13%. Ці люди можуть мати певні мети або плани, але вони не є основним мотивуючим чинником їхнього життя. Вони можуть відчувати деяку невизначеність щодо свого майбутнього і не завжди ретельно планують свої дії.

Респонденти з середнім рівнем цілей в житті становлять 44% від загальної кількості. Ця група має достатньо чітко визначених мету та планів на майбутнє, які надають їхньому життю осмисленість і напрямок. Вони можуть бути здатні працювати над досягненням своїх цілей, але можуть також змінювати свої плани в залежності від ситуації.

Група респондентів з підвищеним рівнем цілей в житті становить 38%. Ці люди мають чітко визначені цілі та плани на майбутнє, які надають їхньому життю осмисленість, напрямок і стимулюють до досягнень. Вони можуть бути високо мотивованими до досягнення своїх цілей і зазвичай докладають зусиль для їхньої реалізації.

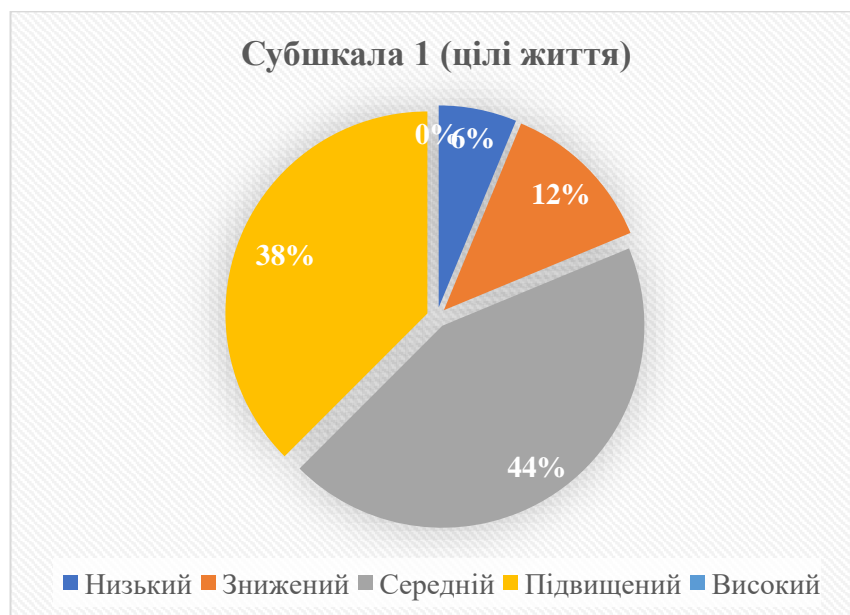


Рис. 2.2.8. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по першій шкалі.

Респонденти, не виявили високий рівень цілей в житті. Дані результати представлено на Рис. 2.2.8 та Рис. 2.2.13.

Субшкала 2 – Процес життя або інтерес і емоційна насиченість життя.

Група респондентів, яка виявила низький рівень процесу життя або інтересу до нього, відсутня, тобто становить 0%. Це може свідчити про те, що більшість учасників відчують певний інтерес та емоційну насиченість у своєму житті, хоча можливо не в такій великій мірі.

Група респондентів з зниженим рівнем процесу життя або інтересу до нього становить 19%. Ці люди можуть відчувати певну емоційну віддаленість від свого життя, їм може бракувати цікавих або насичених подій, або ж їхнє життя може здаватися їм дещо монотонним.

Респонденти з середнім рівнем процесу життя або інтересу до нього становлять 56%. Ця група виявляє певний інтерес та емоційну насиченість у своєму житті, проте цей інтерес може бути середнім або недостатнім для повного задоволення.

Група респондентів з підвищеним рівнем процесу життя або інтересу до нього також становить 19%. Ці люди можуть бути дуже зацікавлені в тому, що відбувається у їхньому житті, і можуть бути схильні до пошуку нових вражень та викликів.

Група респондентів, у яких виявився високий рівень процесу життя або інтересу до нього, становить 6%. Ці люди відчують значний інтерес до свого життя, вони можуть бути відкриті для нових можливостей, емоційно насичені та цікаві подіями, які відбуваються навколо них.

Дані результати можна побачити на Рис. 2.2.9. та Рис. 2.2.13.

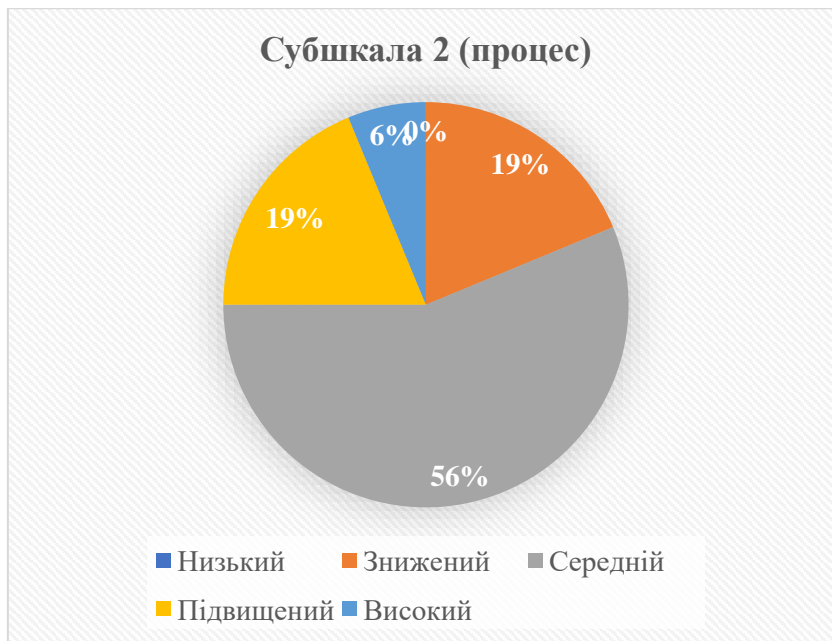


Рис. 2.2.9. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по другій шкалі.

Субшкала 3 – Результативність життя, або задоволеність самореалізацією.

Група респондентів, у яких виявився низький рівень результативності життя або задоволеність самореалізацією, відсутня, тобто становить 0%.

Група респондентів з зниженим рівнем результативності життя або задоволеністю самореалізацією становить 25%. Ці люди можуть відчувати певну незадоволеність прожитою частиною свого життя, можливо, вони не вважають її достатньо продуктивною або осмисленою.

Респонденти з середнім рівнем результативності життя або задоволеністю самореалізацією також становлять 25%. Ця група може відчувати певний рівень задоволеності своїм життям, але не вважати його дуже продуктивним чи осмисленим.

Група респондентів з підвищеним рівнем результативності життя або задоволеністю самореалізацією становить 50%. Ці люди відчують задоволеність пройденим відрізком життя, вони вважають його продуктивним та осмисленим.

Група респондентів, у яких виявився високий рівень результативності життя або задоволеність самореалізацією, також відсутня, тобто становить 0%.

Дані результати можна побачити на Рис. 2.2.10 та Рис. 2.2.13.

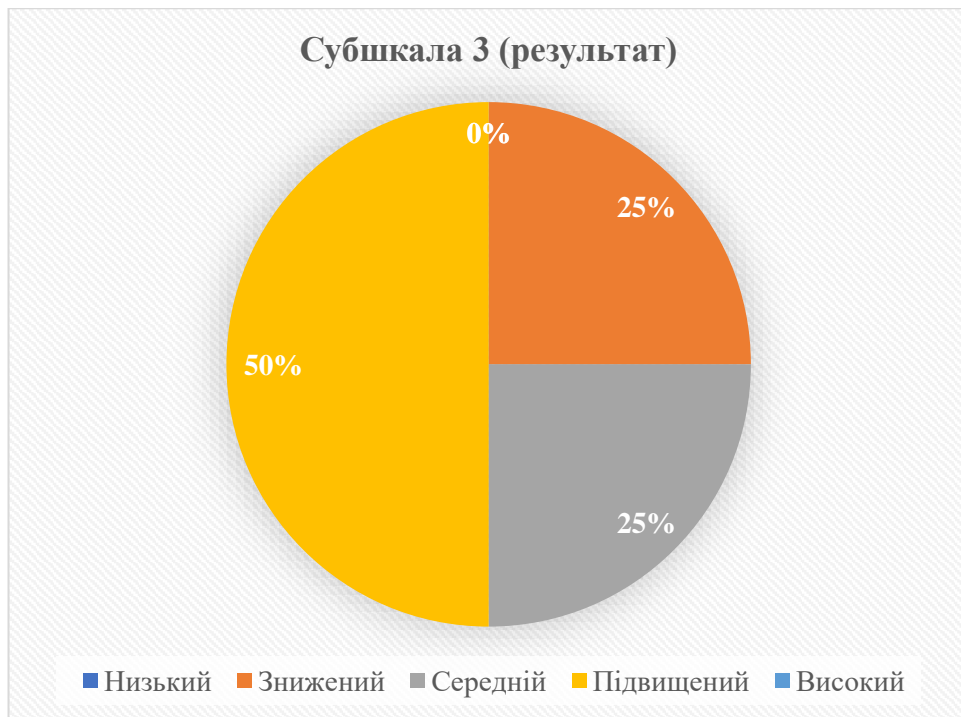


Рис. 2.2.10. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по третій шкалі.

Субшкала 4 – Локус контролю – «Я» («Я» – господар життя).

Група респондентів, у яких виявився низький рівень локусу контролю – «Я» або віра в свої сили контролювати події власного життя, відсутня, тобто становить 0%.

Половина респондентів має знижений рівень локусу контролю-«Я», що відповідає невірі в свої сили контролювати події власного життя. Ці люди можуть відчувати певний ступінь безсилля або недостачі контролю над тим, що відбувається у їхньому житті.

Група респондентів з середнім рівнем локусу контролю – «Я» становить 44%. Ці респонденти можуть мати помірну віру у свої сили контролювати події власного життя, і їхня перспектива може залежати від конкретної ситуації.

Група респондентів з підвищеним рівнем локусу контролю – «Я» становить 6%. Ці люди вірять у свою здатність контролювати події у власному житті та мають впевненість у своїх силах.

Група респондентів, у яких виявився високий рівень локусу контролю – «Я», відсутня, тобто становить 0%.

Дані результати представлені на Рис. 2.2.11 та Рис. 2.2.13.

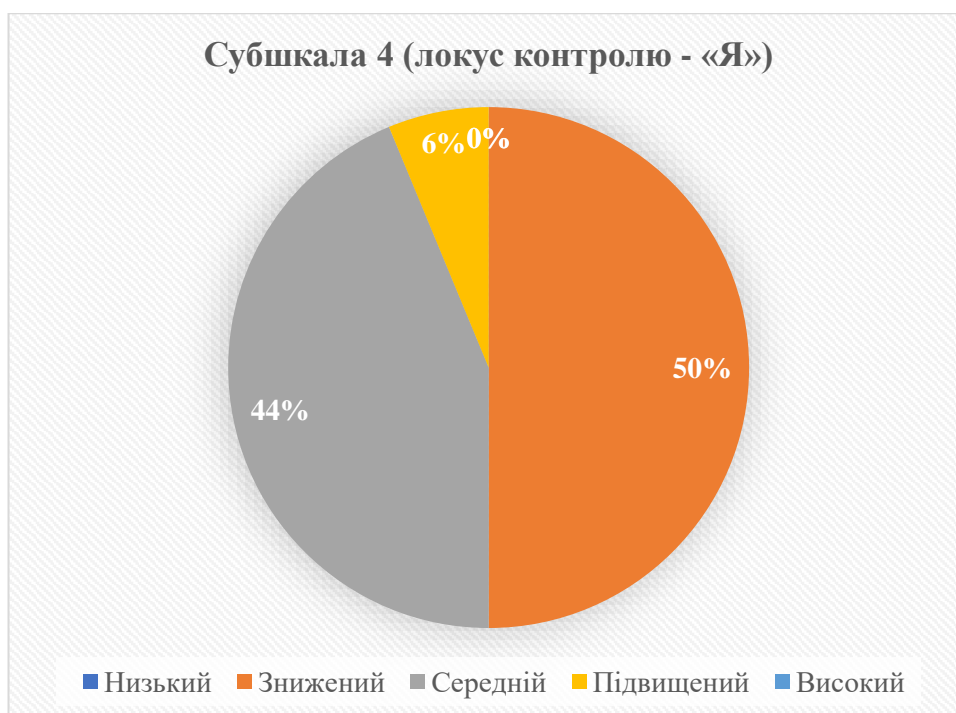


Рис. 2.2.11. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по четвертій шкалі.

Субшкала 5 – Локус контролю-життя, або керованість життя.

Жоден респондент не відповів на низький рівень по цій шкалі.

Знижений рівень локусу контролю-життя виявлено у 13% респондентів. Вони можуть мати схильність до віри в те, що долю визначають зовнішні обставини, і не завжди відчують себе активними учасниками впливу на власне життя.

Середній рівень локусу контролю-життя виявлено у 55% респондентів. Це свідчить про те, що більшість учасників вірять у свою можливість контролювати своє життя, але, можливо, не завжди повністю переконані у своїй спроможності.

Підвищений рівень локусу контролю-життя виявлено у 20% респондентів. Ці люди вірять у свою здатність вільно приймати рішення і втілювати їх у життя.

Група респондентів, у яких виявився високий рівень локусу контролю-життя, становить 13%. Ці люди переконані в тому, що людині дано контролювати своє життя і вільно приймати рішення.

Дані результати можна побачити на Рис. 2.2.12 та Рис. 2.2.13.

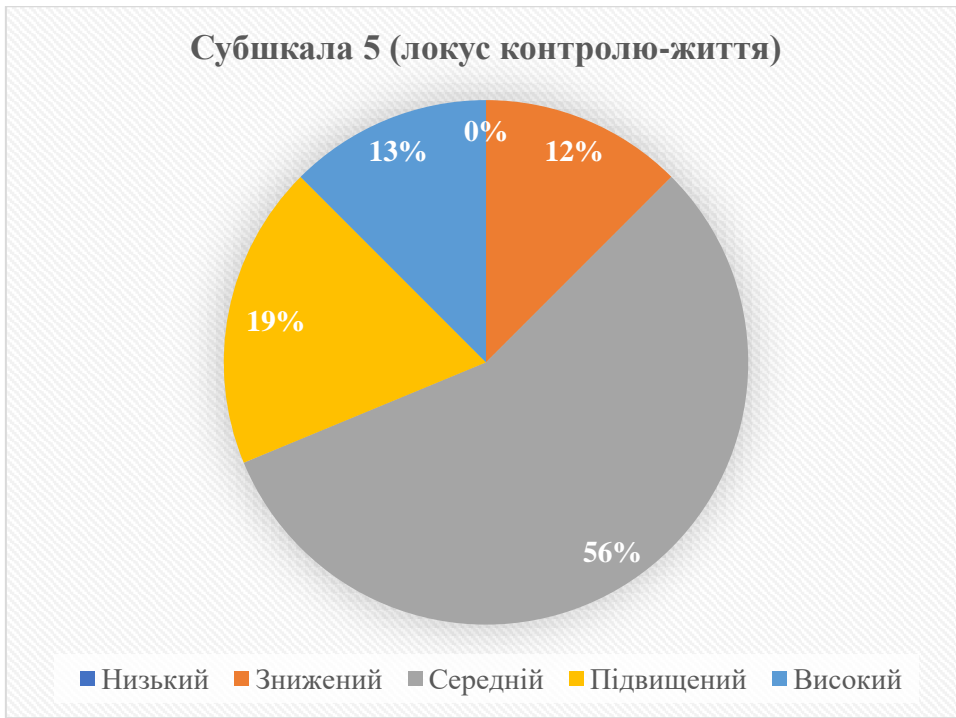


Рис. 2.2.12. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по першій шкалі.

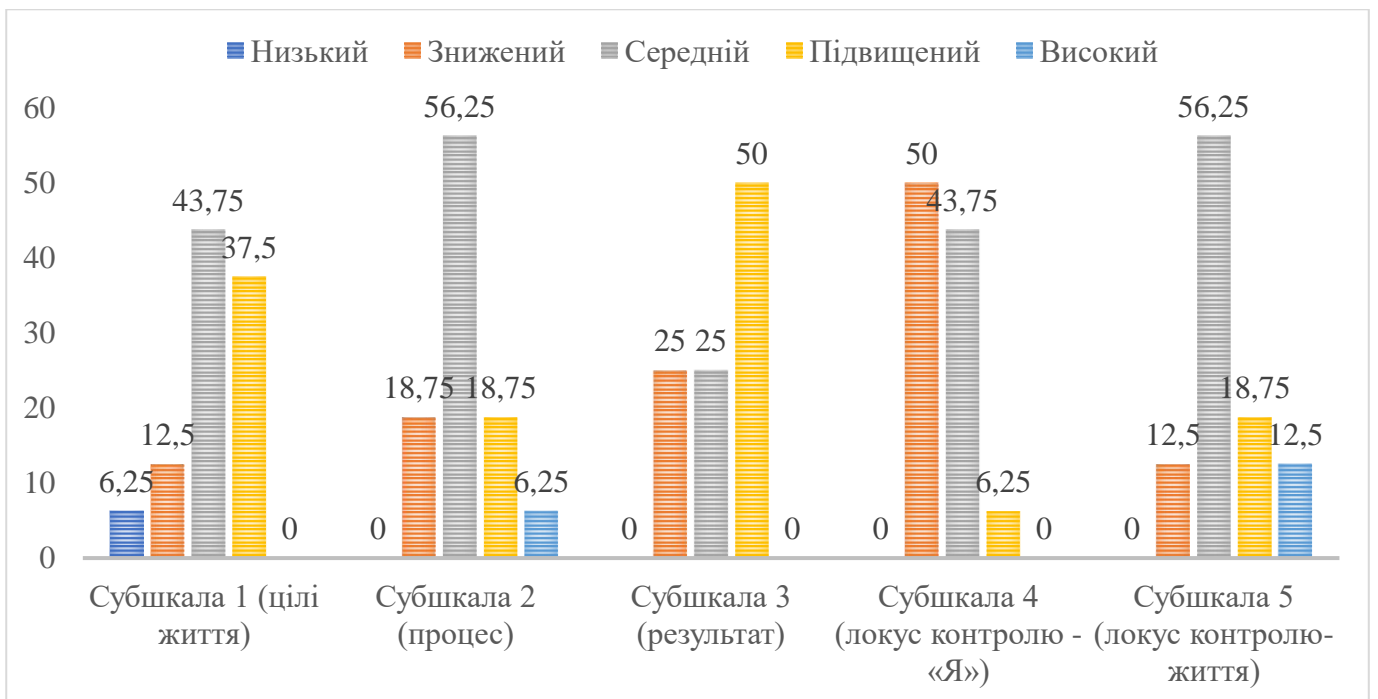


Рис. 2.2.13. Результати респондентів по тесту «Смисложиттєвих орієнтацій», по першій шкалі.

2.3 Математичний та порівняльний аналіз, та інтерпретація отриманих даних

Кореляційний аналіз виявив відсутність зв'язку між методиками діагностики потреби у спілкуванні, рівня суб'єктивного відчуття самотності та рівня соціальної фрустрації і рівнем комунікації особистості в соціальних мережах та ставленням до цього виду спілкування. Результати кореляційного аналізу представлено в Таблиці 2.3.1.

Це означає, що результати, отримані за допомогою цих методик, не взаємозалежні. Наприклад, високий рівень соціальної фрустрації не обов'язково вказує на низький рівень спілкування в соціальних мережах чи негативне ставлення до нього. Так само із методиками діагностики потреби у спілкуванні та рівня суб'єктивного відчуття самотності: їхні результати не корелюють з рівнем комунікації в соціальних мережах та ставленням до нього.

Табл.2.3.1

Кореляційний аналіз по загальним питанням та трьом методикам на особливості спілкування

Діагностика потреби у спілкуванні	
R	-0.200
t-критерий	0.764
	p=0.458636
Методика діагностики рівня суб'єктивного відчуття самотності	
R	-0.068
t-критерий	0.255
	p=0.802610
Діагностика рівня соціальної фрустрації	
R	0.179
t-критерий	0.682
	p=0.507152

Отримані результати наступного кореляційного аналізу, (Таблиця 2.3.2.) вказують на наявність статистично значущого прямого зв'язку між тестом

«Смисложиттєвими орієнтаціями» та рівнем комунікації в соціальних мережах та ставленням до цього виду спілкування, який досліджувався за анкетною, за винятком шкали «Результативність життя, або задоволеність самореалізацією».

Табл.2.3.2

**Кореляційний аналіз по загальним питанням та шкалами методики
«Смисложиттєві орієнтації»**

Субшкала 1 (цілі життя)	
r	0.712
t-критерий	3.791
	p=0.002247
Субшкала 2 (процес)	
r	0.896
t-критерий	7.544
	p=0.000004
Субшкала 3 (результат)	
r	0.484
t-критерий	2.071
	p=0.058784
Субшкала 4 (локус контролю - «Я»)	
r	0.643
t-критерий	3.138
	p=0.007853
Субшкала 5 (локус контролю-життя)	
r	0.627
t-критерий	3.010
	p=0.010049
Загальні смисложиттєві орієнтації	
r	0.810
t-критерий	5.168
	p=0.000181

Субшкала 1 – Цілі в житті: показує, що особи, які виявили високий рівень цілей і спрямованості в житті, мають також більш активну комунікацію в соціальних мережах і позитивне ставлення до неї.

Субшкала 2 – Процес життя або інтерес і емоційна насиченість життя: вказує на те, що особи, які відчують більший інтерес та емоційну насиченість у своєму житті, активніше взаємодіють в соціальних мережах.

Субшкала 3 – Результативність життя, або задоволеність самореалізацією: хоча кореляція для цієї підшкали не досягла статистичної значущості, це може вказувати на те, що задоволеність самореалізацією не є вирішальним чинником для активності у соціальних мережах.

Субшкала 4 – Локус контролю – «Я»: вказує на те, що особи з вищим рівнем самоконтролю та відчуттям власної господарюючої ролі у своєму житті можуть бути більш активними у використанні соціальних мереж.

Субшкала 5 – Локус контролю-життя: свідчить про те, що особи з вищим рівнем відчуття контролю над своїм життям також можуть бути більш активними у спілкуванні в соціальних мережах.

Загальний показник: результати підтверджують, що загальна сума «Смисложиттєвих орієнтацій» корелює з активністю у соціальних мережах та позитивним ставленням до них.

2.4 Методичні рекомендації на основі проведеного дослідження

У сучасному світі, де військові операції і конфлікти мають значний вплив на життя сержантів, надання підтримки та підвищення ціннісних орієнтацій військовослужбовців відіграють вирішальну роль. Це може бути досягнуто за допомогою різних стратегій та ініціатив.

Поширення позитивного контенту в соціальних мережах – це один з ключових елементів підтримки сержантів. Публікація фотографій та відео з навчань, операцій та акцій допомагає не лише підняти мораль військовослужбовців, але й показати громадськості реальні обличчя та жертвність тих, хто служить у Збройних Силах. При цьому, акцент можна зробити на історіях героїзму та самовідданості військових, що дозволить збільшити розуміння та підтримку з боку громадськості. Крім того,

поширення цитат про цінності ЗСУ сприятиме формуванню позитивного образу армії у суспільстві.

Розвиток дискусійної активності в соціальних мережах також має важливе значення. Постановка відкритих запитань, готовність до вислуховування та розуміння поглядів інших, спільне обговорення складних питань - все це сприяє формуванню здорового громадянського суспільства, в якому кожен громадянин може вільно висловлювати свою думку та спілкуватися з представниками військової спільноти.

Боротьба з дезінформацією також є необхідною складовою підтримки військових. Перевірка достовірності інформації, активне маркування дезінформації та звернення до адміністраторів соцмереж допомагають зберегти інформаційну безпеку та недопущення поширення фейків, що можуть негативно вплинути на мораль та ефективність військових.

Розвиток соціальних мереж як платформи для надання підтримки та допомоги - це ще один ефективний спосіб залучення громадськості до підтримки військових. Створення спеціалізованих груп підтримки, надання інформації про різноманітні ресурси та можливості отримання допомоги, а також об'єднання з волонтерами та громадськими організаціями сприяє формуванню дружніх зв'язків та взаємодопомоги.

Утім, найбільш ефективним способом підтримки сержантів є створення атмосфери поваги та підтримки. Висловлення слова підтримки через публікації у соціальних мережах, створення онлайн-спільнот для вільного спілкування та обговорення питань, а також заохочення до доброзичливого та поважливого ставлення – все це сприяє формуванню позитивного клімату, в якому сержанти відчують себе захищеними та поважаними.

Висновки до Розділу II

Аналіз рівня комунікації особистості в соціальних мережах та її ставлення до цього виду спілкування показав, що більшість респондентів вважають свій рівень спілкування в соціальних мережах задоволеним. Це може бути пов'язано з їхнім

загальним інтересом у цьому виді спілкування. Деякі виявили низький інтерес або активність, що може свідчити про відсутність задоволення цим видом комунікації.

Дослідження рівня потреби в спілкуванні показало різноманітні результати. Більшість респондентів відчують помірну або низьку потребу в спілкуванні, але є і ті, хто виявив високий рівень потреби, що може свідчити про велику активність та важливість соціального контакту для них.

Дослідження рівня соціальної фрустрації показало, що частина респондентів відчуває невдоволеність своїми соціальними досягненнями. Є і ті, хто відчуває невпевненість або розмитість у відношенні до своїх досягнень, але більшість учасників дослідження взагалі не відчувають невелику або жодної невдоволеності.

Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності виявила, що частина респондентів відчуває велику самотність, можливо через відсутність стійких соціальних зв'язків. Інша частина відчуває певний рівень самотності, але в менш вираженій формі, а деякі взагалі не відчувають невелику або жодної самотності, що може свідчити про наявність стійких соціальних зв'язків.

Результати тесту показали різні рівні смислових життєвих орієнтацій серед респондентів. Деякі відчувають відсутність сенсу у житті та шукають свою мету. Інші вважають, що їхнє життя могло б бути більш насиченим і цікавим. Більшість мають стандартне сприйняття життя, хоча не завжди відчуваються повністю задоволеними. Є ті, хто має чіткі цілі і відчувається задоволеними. Деякі відчувають дуже сильне сприйняття життя та досягають великих результатів.

Кореляційний аналіз, виявив відсутність зв'язку між методиками діагностики потреби у спілкуванні, рівня суб'єктивного відчуття самотності та рівня соціальної фрустрації і рівнем комунікації особистості в соціальних мережах та ставленням до цього виду спілкування.

Кореляційний аналіз показав, що тести «Смисложиттєвих орієнтацій» мають зв'язок з активністю в соціальних мережах. Особи з вищими рівнями цілей, інтересу та самоконтролю схильні до більш активного спілкування в мережах та позитивно ставляться до цього виду комунікації.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі здійснено

- 1) Теоретичний аналіз літератури з поняття ціннісних орієнтацій та комунікації в соціальних мережах;
- 2) Емпірично досліджено особливості впливу соціальних мереж на ціннісні орієнтації осіб сержантського складу;
- 3) Виявлено вплив мережевих комунікацій на суб'єктивне відчуття самотності;
- 4) Розроблено рекомендації стосовно користування соціальними мережами особами сержантського складу

Соціальні мережі – це онлайн-платформи для спілкування та обміну інформацією між людьми з схожими інтересами, сприяючи формуванню спільнот зі спільними цінностями. Вони можуть впливати на соціальні навички, але також призводять до залежності та порушення конфіденційності. Спілкування у мережах важливе в часи війни, забезпечуючи безпеку та інформаційну підтримку. У воєнний період комунікація змінюється, відіграючи важливу роль у підтримці морального духу та єдності.

Особисті цінності – це переконання, переваги і пріоритети, які визначають важливість різних аспектів життя для конкретної людини. Вони відображають те, що для людини є справжньою, важливою або цінною, і грають ключову роль у визначенні її цілей, рішень і дій.

Смисложиттєві орієнтації – це загальні уявлення, які людина має про сенс і мету свого існування. Вони відображають те, як людина сприймає своє життя, розуміє його значення і орієнтується в пошуку особистого задоволення, успіху і задоволення.

Ціннісні орієнтації - це система вірувань та переконань, які визначають, які цінності людина вважає важливими у своєму житті. Ці цінності можуть включати сім'ю, роботу, дружбу, чесність, спілкування з природою, саморозвиток тощо. Орієнтації визначають, як людина приймає рішення, взаємодіє з іншими та живе своїм життям.

Більшість вважає своє спілкування в соцмережах задоволеним, але деякі проявляють менший інтерес. Потреба в спілкуванні у більшості помірною, але деякі мають високу потребу. Щодо соціальної фрустрації, частина відчуває невдоволеність своїми досягненнями, але більшість – ні. Той же різноманітний підхід спостерігається щодо самотності. Немає підтвердження зв'язку між рівнем фрустрації, самотністю та спілкуванням в мережах, але «Смисложиттєві орієнтації» показують зв'язок з активністю в соцмережах, особливо серед тих, хто має вищі цілі інтереси та самоконтроль.

У результаті, кореляційний аналіз не підтвердив зв'язок між рівнем соціальної фрустрації, самотністю та рівнем комунікації в мережах. Однак, тести «Смисложиттєвих орієнтацій» показали певний зв'язок з активністю в соціальних мережах, особливо серед тих, хто має вищі рівні цілей, інтересів та самоконтролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аллен Дж. П., Еванс М. А., Харе А. Л. та Мікамі А. Й. (2015). Стосунки підлітків з однолітками та проблеми поведінки передбачають спілкування молодих людей на веб-сайтах соціальних мереж. *Психологія розвитку*, 46 (1), 46-56. <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/adolescent-peerrelationships-and-behavior-problems-predict-young>
2. 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. – С. 74-79.
3. Бакума Інесса Миколаївна. Ціннісні орієнтації особистості в детермінації девіантної поведінки молоді: автореф. дис... канд. філос. наук : 09.00.03 / Південноукраїнський держ. педагогічний ун-т ім. К.Д.Ушинського. — О., 2019.
4. Бех, І. Д. (2018). *Особистість на шляху до духовних цінностей*: Моногр. Київ.
5. Белінська О. Н. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати / О. Н. Белінська, А. М. Жичкина [Електронний ресурс] // Белінська О. Н., Жичкина А. М. Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати. Режим доступу: www.psychology.ru/internet
6. Богдан М. С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж / М. С. Богдан, О. В. Горецька // *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування.* – 2014. – С. 25-29.
7. В. Глинянюк. – Режим доступу : http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/3_2010/Glinaniyk.pdf.
8. Вплив соціальних мереж на трансформацію молодіжних цінностей у соціальних ... Ніна МИРОПОЛЬЦЕВА &
9. Галіч Т. О. Соціальні інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя / Т. О. Галіч // *Соціологія майбутнього : науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства.* – 2010. № 1. – С. 145-152.

10. Глинянюк Н. В. Психолого-педагогічні умови формування ціннісних орієнтацій сучасної студентської молоді [Електронний ресурс] / Н.
11. Гольдбах Дж. Т., Кастро К. А. (2016). Лесбійки, геї, бісексуали та трансгендери (ЛГБТ) військовослужбовці: Життя після «Не питай, не кажи». *Current Psychiatry Reports*, 18(6),
12. Городецька.О. Вплив соціальних мереж на розвиток та соціалізацію особистості.
13. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет» Імені Григорія Сковороди.» Тематичний випуск «Проблеми емпіричного дослідження в Психологія», 36(13), 77-82.
14. Даніель, М. (2000). Самооцінка тестів на емоційний інтелект. *Barnes and Noble Books*.
15. Дворкін Е. Р., Бергман Х. Е., Волтон Т. О., Вокер Д. Д., Кайсен Д. Л. (2018). Супутній посттравматичний стресовий розлад і розлад, пов'язаний із вживанням алкоголю, у військових і ветеранів США. *Alcohol Research: Current Reviews*, 39(2), 161.
16. Дебелл Ф., Страх Н. Т., Хед М., Батт-Роуден С., Грінберг Н., Уесселі С., Гудвін Л. (2014). Систематичний огляд коморбідності між ПТСР і зловживанням алкоголем. *Соціальна психіатрія та психіатрична епідеміологія*, 49 (9), 1401–1425.
17. ДеМартіні К. С., Прінс М. А., Кері К. Б. (2013). Виявлення траєкторій зміни складу соціальної мережі та відношення до споживання алкоголю та норм. Залежність від наркотиків та алкоголю, 132(1–2), 309–315. doi: 10.1016/j.drugalcdep.2013.02.020
18. Дермоді С. С., Маршал М. П., Чеонг Дж., Бертон К., Хьюз Т., Аранда Ф., Фрідман М. С. (2014). Довгі відмінності в небезпечному вживанні алкоголю між сексуальними меншинами та гетеросексуальними особами від підліткового до молодого дорослого віку. *Журнал молоді та підлітків*, 43 (1), 30–39.
19. Дорсі А. М., Шерер К. В., Реал К. (1999). Традиція коледжу «пий, поки не впаде»: зв'язок між соціальними мережами студентів і ризикованою поведінкою. *Health Communication*,

20. Драч С. В. Ціннісні орієнтації студентської молоді українського суспільства: сутність та динаміка / С. В. Драч // Зб. наук. Праць Хмельницького інституту соціальних технологій університету Україна. – 2010
21. Едлунд М. Дж., Бут Б. М., Хан Х. (2012). Хто шукає допомоги, де? Використання лікування розладів психічного здоров'я та вживання психоактивних речовин у двох національних вибірках осіб із розладами, пов'язаними зі зловживанням алкоголем. Журнал досліджень алкоголю та наркотиків, 73(4), 635–646.
22. Зайко Л. Й. (2016). ЗМІ як чинник формування громадськості свідомість. Проблеми філософії та соціології, 14, 36-39
23. Кушнер, К. (2008). Міжнародна соціалізація молоді: Перешкоди та можливості. Міжнародний журнал міжкультурних відносин, 32(2), 164–173. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2007.09.004>
24. Ма Фен, Шевченко, Р. П., і Кархіна, Н. В. (2020). Уявлення студентської молоді про психологічне благополуччя: Результати контент-аналізу робіт. Інсайт: психологічні виміри суспільства, 3, 44-55. <https://doi.org/10.32999/2663-970x/2020-3-3>
25. Мирополцева Н. І. (2019). Індивідуально-психологічні особливості цільової спрямованості майбутніх психологів. Психологічні перспективи, 34, 107-118.
26. Облаухова А. В. (2019). Вплив соціальних мереж на психічне здоров'я людини. Молодий вчений, 23(261), 192-194. <https://moluch.ru/archive/261/60301/>
27. Рад, Д., Деметр, Е. (2019). Сталий цифровий добробут молоді. Постмодерні відкриття, 10 (4), 104-115. <https://doi.org/10.18662/po/96>
28. Сибіряков С. А. (2013). Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість. Державне управління: теорія і практика, 1, 202-210.
29. Сорока, О., Калаур, С., і Балендр, А. (2020). Моніторинг формування корпоративної культури спеціалістів соціальних установ. Постмодерністські відкриття, 218-233. <https://doi.org/10.18662/po/11.1sup1/131>
30. Форан Х. М., Хейман Р. Е., Слєп А. М. С. (2011). Небезпечне вживання алкоголю та функціонування військової громади: визначення посередницьких факторів ризику. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 79(4), 521.

31. Фрост Д. М., Мейер І. Х., Шварц С. (2016). Мережі соціальної підтримки серед різноманітних груп сексуальних меншин (стор. 91–102). Освітня видавнича фундація.
32. Халкітіс П. Н., Поллок Дж. А., Паппас М. К., Дейтон А., Моллер Р. В., Сіконолфі Д., Соломон Т. (2011). Вживання психоактивних речовин серед ЧСЧ у Нью-Йорку в епоху ВІЛ/СНІДу. Вживання речовин і зловживання ними, 46(2–3), 264–273.
33. Хетч С. Л., Харві С. Б., Дандекер К., Бердетт Х., Грінберг Н., Страх Н. Т., Весселі С. (2013). Життя в збройних силах і після них: Соціальні мережі та психічне здоров'я в армії Великобританії. Соціологія здоров'я та хвороби, 35 (7), 1045–1064.
34. Хьюїтт, П. Л., і Флетт, Г. Л. (1991). Перфекціонізм у особистому та соціальному контекстах: концептуалізація, оцінка та асоціація з психопатологією. *Journal of Personality and Social Psychology Copyright*, 60(3), 456-470. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>
35. Шелдон, П. (2008). Зв'язок між небажанням спілкуватися та використанням Facebook студентами. *Journal of Media Psychology*, 20(2), 67-75. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.2.67>
36. Шилова Н. (2016а). Сучасний стан і можливості розвитку моральної складової цільової спрямованості особистості підлітка. *Studia Humanitatis: Міжнародний електронний науковий журнал*, 3. <http://sthum.ru/journal/no-3-2016>
37. Шилова Н. (2017). Спрямованість особистості як соціально-психологічний феномен. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки*, 5, 135–140.
38. Шилова, Н. (2016b). Проблема цільової спрямованості особистості.
39. Юрків Ю., Краснова Н. (2021). Громадянська соціалізація молоді в умовах постмодерне інформаційне суспільство. *Постмодерні відкриття*, 12 (1), 74-90. <https://doi.org/10.18662/po/12.1/246>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Діагностика рівня соціальної фрустрації Вассермана (модифікація В. В. Бойка)

Методика фіксує ступінь невдоволення соціальними досягненнями в основних аспектах життєдіяльності. Досліджуваному пропонується відповісти на запитання «Чи задоволені Ви»:

1. Своєю освітою?
2. Взаємовідносинами з колегами по роботі (навчання)?
3. Взаємовідносинами з адміністрацією?
4. Взаємовідносинами з суб'єктами своєї професійної діяльності (навчання)?
5. Змістом своєї роботи (навчання)?
6. Умовами навчання?
7. Своїм положенням в суспільстві?
8. Матеріальним становищем?
9. Житлово-побутовими умовами?
10. Відносинами із своїм хлопцем (дівчиною)?
11. Відносинами з дітьми?
12. Відносинами з батьками?
13. Станом речей в суспільстві (державі)?
14. Відносинами з друзями, знайомими?
15. Сферою послуг та побутового обслуговування?
16. Сферою медичного обслуговування?
17. Використанням свого вільного часу?
18. Можливістю проводити канікули?
19. Можливістю вибору місця роботи?
20. Своїм образом життя в цілому?

По кожному пункту обчислювався показник рівня фрустрованості, який може варуватись від 0 до 4 балів. – 1, важко відповісти – 2, скоріше незадоволений – 3, повністю не задоволений. Кожному варіанту відповіді присвоюються бали: повністю задоволений – 0, скоріше задоволений – 4. Висновки про рівні соціальної фрустрованості виводяться з урахуванням середнього балу за кожним з пунктів. Чим вищим є бал, тим вищим є й рівень соціальної фрустрованості особи:

- 3,5-4 бали – дуже високий рівень соціальної фрустрованості;
- 3,0-3,4 – підвищений рівень фрустрованості;
- 2,5-2,9 – помірний рівень фрустрованості;
- 2,0-2,4 – невизначений рівень фрустрованості;
- 1,5-1,9 – знижений рівень фрустрованості;
- 0,5-1,4 – дуже низький рівень;
- 0-0,5 – відсутність (майже відсутність) фрустрованості.

Відповіді респондентів в балах по діагностиці рівня соціальної фрустрації
Вассермана

Електронна адреса	[1. Своєю с	[2. Васмо	[3. Васмо	[4. Васмо]	[5. Змістом	[6. Умовам	[7. Своїм п	[8. Матері	[9. Життєви	[10. Віднос	[11. Віднос	[12. Віднос	[13. Обстан	[14. Віднос	[15. Сферо	[16. Сферо	[17. Прове	[18. Можли	[19. Можли	[20. Своїм
nerfoc.kso@gmail.com	1	0	2	0	0	1	2	1	1	1	2	0	0	0	1	1	0	1	2	2
pliskosna5@gmail.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aurust.gert@gmail.com	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1
popov.ub33@gmail.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vito_1998@mail.ua	1	1	1	1	3	2	3	2	3	4	4	0	4	0	2	4	4	4	4	1
e.kovalkovsky@gmail.com	1	3	2	4	4	4	2	2	3	2	2	1	3	2	3	3	3	1	4	1
krasnovaroslav90@gmail.com	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0
juliakink@gmail.com	1	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0	2	1	1	2	1	2	2	2
arthurchemyavsk0@gmail.com	0	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	0	2	2	0	2	2	1
artysrep2002@gmail.com	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	0	4	1	4	4	4	3	4	0
mayboroda.99.12@gmail.com	2	0	0	1	0	0	0	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
denc4k28@gmail.com	2	1	1	1	4	3	2	0	2	0	4	0	4	0	0	4	4	3	4	4
valk4zoba@gmail.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
nelfir80@gmail.com	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1	2	1	0	0	0
slavakakada@gmail.com	1	1	1	1	3	2	3	2	3	4	4	0	4	0	2	4	4	4	4	1
nekidart@gmail.com	0	2	0	0	3	2	3	3	3	1	3	2	2	4	3	0	1	2	2	4
id0969247033@gmail.com	1	0	0	2	2	2	2	0	3	1	0	1	2	4	1	3	0	1	4	1
prok2002@gmail.com	2	2	1	2	4	4	4	1	0	2	1	0	1	2	2	3	0	1	4	1
igorthon228@gmail.com	4	0	4	1	3	4	4	4	1	2	4	2	1	1	1	3	3	1	1	1
massuchynskat@gmail.com	4	1	3	4	1	3	4	1	4	2	4	0	4	0	2	1	1	4	3	1
pronekurt@gmail.com	3	3	3	4	1	2	1	1	4	4	4	2	1	2	0	2	0	4	3	1
sertunzen@gmail.com	4	4	2	3	1	3	3	1	1	4	3	1	1	1	1	2	1	3	3	1
vladis6688@gmail.com	1	0	3	2	3	1	1	1	2	2	0	4	0	2	1	1	1	1	3	1
artionaz.kavchenko.ak@gmail.com	3	0	1	3	0	3	0	1	2	3	0	4	2	3	3	4	3	1	3	1
n4burda@gmail.com	1	2	0	1	3	1	3	1	3	1	4	1	0	0	1	0	3	2	1	1
gonsor.y2@gmail.com	3	0	3	4	0	1	2	4	4	0	2	3	1	2	2	2	1	1	3	0
micael.sun@gmail.com	1	0	3	4	0	1	4	1	4	3	1	1	3	0	3	3	3	3	0	3
koony183@gmail.com	0	0	1	1	3	4	3	0	3	0	4	4	3	2	0	0	3	0	4	2
69helloris.me91@gmail.com	3	4	4	3	0	1	0	0	3	1	3	3	1	3	3	0	1	4	4	2
viktorkyndrat@gmail.com	3	1	1	2	0	0	0	4	3	1	2	1	3	4	2	0	3	4	2	0
yu.lidzhanituk@gmail.com	4	0	4	2	4	3	4	1	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3
toharumiyas@gmail.com	2	3	1	4	4	4	4	1	3	2	4	0	4	0	0	0	0	2	3	3
sergiikhaimyk@gmail.com	4	4	1	3	4	3	4	0	2	0	1	4	3	0	2	2	0	0	2	1
channelpins@gmail.com	2	3	3	2	3	4	1	3	3	1	0	4	0	3	0	2	3	2	2	0
all6s.ydorenko23@gmail.com	1	0	2	2	3	4	1	1	4	0	3	1	2	3	0	2	3	2	1	0
annakobemyyk@gmail.com	0	1	0	1	1	4	1	1	4	3	4	4	2	3	4	4	3	1	1	4
vadimty2506@gmail.com	3	1	1	1	2	4	4	1	4	3	4	4	4	0	3	4	2	4	0	3
d.vika2222@gmail.com	1	1	3	1	3	3	0	2	3	3	4	0	1	4	2	4	2	4	4	4
luba.shobey@gmail.com	3	2	2	0	0	2	4	1	2	3	4	0	2	2	0	4	4	4	4	3
zagorodnukvka28@gmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Бланк тесту «Смисложиттєві орієнтації»

1. Зазвичай мені дуже нудно.	3210123	Зазвичай я сповнений енергії.
2. Життя здається мені завжди хвилюючим і захоплюючим.	3210123	Життя здається мені абсолютно спокійним і рутинним.
3. У житті я не маю певних цілей та намірів.	3210123	У житті я маю дуже ясні цілі та наміри.
4. Моє життя видається мені вкрай безглуздим і безцільним.	3210123	Моє життя видається мені цілком осмисленим і цілеспрямованим.
5. Щодня здається мені завжди новим та несхожим на інші.	3210123	Кожен день здається мені абсолютно схожим на всі інші.
6. Коли я піду на пенсію, я займуся цікавими речами, якими завжди мріяв зайнятися.	3210123	Коли я піду на пенсію, я постараюся не обтяжувати себе ніякими турботами.
7. Моє життя склалося саме так, як я мріяв.	3210123	Моє життя склалося зовсім не так, як я мріяв.
8. Я не досяг успіхів у здійсненні своїх життєвих планів.	3210123	Я здійснив багато з того, що було заплановано мною.
9. Моє життя порожнє і нецікаве.	3210123	Моє життя наповнене цікавими справами.
10. Якби мені довелося підбивати сьогодні підсумок мого життя, то я б сказав, що воно було цілком осмисленим.	3210123	Якби мені довелося підбивати сьогодні підсумок мого життя, то я б сказав, що вона не мала сенсу.
11. Якби я міг вибирати, то я б побудував своє життя зовсім інакше.	3210123	Якби я міг вибирати, я б прожив життя ще раз так само, як живу зараз.
12. Коли я дивлюся на навколишній мене світ, він часто приводить мене в розгубленість та занепокоєння.	3210123	Коли я дивлюся на навколишній мене світ, він зовсім не викликає у мене занепокоєння та розгубленості.
13. Я людина дуже обов'язкова.	3210123	Я людина зовсім не обов'язкова.
14. Я вважаю, що людина має можливість здійснити свій життєвий вибір за власним бажанням.	3210123	Я вважаю, що людина позбавлена можливості вибирати через вплив природних здібностей та обставин.
15. Я точно можу назвати себе цілеспрямованою людиною.	3210123	Я не можу назвати себе цілеспрямованою людиною.
16. У житті я ще не знайшов свого покликання та ясних цілей.	3210123	У житті я знайшов своє покликання та цілі.
17. Мої життєві погляди ще не визначились.	3210123	Мої життєві погляди цілком визначились.
18. Я вважаю, що мені вдалося знайти покликання та цікаві цілі в житті.	3210123	Я навряд чи здатен знайти покликання та цікаві цілі в житті.
19. Моє життя в моїх руках, і я сам керую нею.	3210123	Моє життя не підвладне мені, і вона керується зовнішніми подіями.
20. Мої повсякденні справи приносять мені задоволення та задоволення.	3210123	Мої повсякденні справи приносять мені суцільні неприємності та переживання.

Продовження додатку Б

Інтерпретація та ключ:

Ключ 1	Ключ 2	Ключ 3	Ключ 4	Ключ 5	Ключ 6	Ключ 7	Ключ 8	Ключ 9	Ключ 10
3 – (1)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)
2 – (2)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)
1 – (3)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)
0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)
1 – (5)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)
2 – (6)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)
3 – (7)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)
Ключ 11	Ключ 12	Ключ 13	Ключ 14	Ключ 15	Ключ 16	Ключ 17	Ключ 18	Ключ 19	Ключ 20
3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (7)
2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (6)
1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (5)
0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)	0 – (4)
1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (5)	1 – (5)	1 – (3)	1 – (3)	1 – (3)
2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (6)	2 – (6)	2 – (2)	2 – (2)	2 – (2)
3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (7)	3 – (7)	3 – (1)	3 – (1)	3 – (1)

Підрахунок балів по субшкалах:

1. Субшкала 1 (цілі) - 3, 4, 10, 16, 17, 18.
2. Субшкала 2 (процес) - 1, 2, 4, 5, 7, 9.
3. Субшкала 3 (результат) - 8, 9, 10, 12, 20.
4. Субшкала 4 (локус контролю - Я) - 1, 15, 16, 19.
5. Субшкала 5 (локус контролю - життя) - 7, 10, 11, 14, 18, 19.

Загальний показник – сума результатів всіх 20 пунктів.

Відповіді респондентів в балах по тесту «Смисложиттєві орієнтації»

Електронна адреса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
merlockco@gmail	1	5	4	5	7	3	4	6	1	6	7	7	6	7	3	2	5	4	7	7
pliskosana5@gmail	3	6	3	6	3	2	4	3	2	3	3	6	6	6	5	7	1	2	7	2
aurust_gert@gmail	6	2	4	4	2	3	7	6	4	3	2	2	3	6	7	1	2	5	7	4
popovuh33@gmail	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	2	7	7
vito_1998@mail.ua	3	4	4	4	7	2	2	2	3	2	6	7	3	3	6	4	3	5	3	1
e.kovalkovskiy@gmail	7	3	1	2	6	7	3	5	3	2	2	5	6	7	7	5	2	3	3	4
krasnovaroslav901	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	7	7
juliachnk@gmail.c	7	1	7	6	4	7	5	3	6	5	3	5	4	2	7	4	2	4	3	3
arthurchernyavski	4	3	1	7	2	7	1	7	3	6	1	4	1	1	4	2	7	4	3	6
artyrstep2002@gm	2	3	2	3	3	2	4	3	1	2	3	1	2	5	3	3	2	4	7	4
mayboroda.99.12@	7	3	3	3	2	2	4	6	7	6	5	2	6	2	3	6	7	5	3	1
dene4ik28@gmail.c	7	3	3	1	2	6	2	1	4	7	3	1	6	6	1	5	5	7	4	2
valik.dzoba@gmail	7	4	6	5	7	4	6	5	7	7	5	4	7	6	7	4	3	6	7	2
neffrite80@gmail.c	1	3	2	1	3	1	1	4	3	7	3	3	1	2	2	2	3	2	6	7
slavakarakada@gm	3	7	2	1	3	3	4	6	5	4	3	5	5	4	5	3	4	3	1	2
nekidart@gmail.coi	5	3	6	4	3	2	1	4	3	5	7	6	4	2	3	5	3	1	3	4
id0969247033@gm	1	4	1	7	4	1	4	7	3	4	7	7	4	1	6	6	7	2	7	6
iprok2002@gmail.c	4	4	4	1	3	1	6	2	1	4	6	4	2	3	6	6	7	1	6	4
igorthon228@gma	2	2	1	2	6	1	6	3	1	4	7	5	4	3	2	2	3	3	1	3
maxstuchynskii@g	7	4	7	5	2	2	1	6	3	2	6	4	7	7	2	2	7	4	4	4
pronekurt@gmail.c	6	5	2	3	7	7	2	7	3	5	7	7	3	1	5	4	2	6	7	3
serduukzen@gmail	1	7	7	1	4	7	3	5	3	5	2	7	4	2	5	2	6	6	6	4
vlads16688@gmail.c	6	7	5	4	2	1	4	5	2	2	6	3	2	3	3	4	2	5	1	2
artionaz.kravchenk	1	7	5	5	3	2	6	1	1	1	7	3	3	1	4	4	3	6	6	1
n4burda@gmail.co	3	4	5	5	7	5	7	6	7	3	4	7	5	7	2	7	7	2	4	5
gonsor.y2@gmail.c	3	7	3	7	4	3	3	4	2	6	4	2	3	2	6	4	1	4	5	3
micael.sun@gmail.c	2	6	5	7	6	1	2	7	6	4	2	1	7	5	4	2	2	3	7	4
loony183@gmail.co	4	4	2	3	3	6	2	3	3	3	5	4	7	5	5	2	5	6	4	6
69lhelloisme691@g	1	6	5	7	6	1	1	3	7	7	4	5	6	7	2	7	7	3	2	1
viktorkyndrat@gm	3	4	6	5	7	1	1	4	2	1	1	6	5	5	3	5	3	1	2	7
yuladerzhaniuk@g	6	2	1	5	1	3	4	4	6	7	7	6	3	7	3	3	6	6	6	1
toharumiyuya@gm	6	1	7	3	4	4	7	3	2	4	5	2	5	2	1	6	5	1	4	3
sergii.khainyk@gm	1	7	1	1	4	4	5	6	3	7	7	7	3	3	2	6	7	3	4	7
channelpins@gma	4	4	5	6	2	7	5	7	1	3	2	3	6	5	5	1	7	1	5	5
all6sydorenko23@	4	3	1	2	5	6	2	7	4	5	4	3	3	5	5	2	5	1	6	3
annakobemylk@g	7	6	7	5	7	2	6	6	3	4	7	7	3	3	3	7	2	7	4	4
vadimiy256@gma	4	6	3	3	5	1	1	4	3	3	4	7	5	4	1	2	6	2	4	3
d.vika2222@gmail.c	1	7	4	6	5	1	2	4	1	5	3	5	3	2	1	4	7	4	6	7
luba.shobey@gma	2	4	1	2	2	1	5	4	7	4	1	3	4	2	3	2	4	5	6	5
zagorodnukvika28@	5	4	2	1	3	4	3	4	4	1	4	2	5	1	1	4	2	5	3	6

Методика діагностики суб'єктивного відчуття самотності (Д. Рассел і М. Фергюсон)

Інструкція. Вам запропоновано ряд тверджень. Послідовно прочитайте кожне з них і оцініть з точки зору частоти їх прояву у вашому житті за допомогою відповідей «часто», «іноді», «рідко», «ніколи». Той варіант, що ви обрали, позначте знаком «+». Твердження часто іноді рідко ніколи

1. Я нещасливий, коли займаюся багатьма справами на самоті
2. Мені ні з ким поспілкуватися
3. Для мене нестерпно бути таким самотнім
4. Мені не вистачає спілкування
5. Я відчуваю, що ніхто не розуміє мене
6. Я часто чекаю на те, що знайомі або друзі подзвонять мені або напишуть
7. Немає такої людини, до якої я міг би звернутися
8. Я зараз не маю близької людини
9. Ті люди, що мене оточують, не поділяють мої думки та ідеї
10. Я відчуваю себе покинутим
11. Я не здатен розслабитися та спілкуватися з тими людьми, що мене оточують
12. Я почуваюся зовсім самотнім
13. Мої соціальні зв'язки і контакти поверхневі
14. Мені дуже не вистачає компанії
15. Ніхто не знає яким я є насправді
16. Я відчуваю, ніби мене ізольовано від інших людей
17. Я дуже нещасливий, відчуваючи, що я дійсно відторгнутий
18. Мені важко знаходити друзів
19. Я відчуваю, що я виключений із соціуму
20. Навколо мене є люди, але вони не зі мною

Обробка результатів дослідження та інтерпретація

Підраховується кількість кожного із варіантів відповідей. Сума відповідей «Часто» множиться на 3 (три), «Іноді» - на 2 (два), «рідко» - на 1 (один), і «ніколи» - на 0 (нуль). Отримані результати додаються. Максимально можливий показник самотності - 60 (шістдесят) балів. Високий ступінь самотності показує сума від 40 до 60 балів, від 20 до 40 балів - середній рівень самотності, від 0 до 20 балів - низький рівень самотності.

Відповіді респондентів в балах по методиці діагностики суб'єктивного відчуття самотності.

Електронна адреса	[1. Я не маю]	[2. Мені ніс]	[3. Для мет]	[4. Мені ніс]	[5. Я відчу]	[6. Я ловлю]	[7. Не маю]	[8. Я зароз]	[9. Ти, хо х]	[10. Я відч]	[11. Я не з]	[12. Я відч]	[13. Мої сс]	[14. Я поєт]	[15. Насир]	[16. Я відч]	[17. Я нещ]	[18. Мені в]	[19. Я відч]	[20. Люди]
meloc.koco@gmail.com	1	0	2	1	1	2	1	1	2	1	3	1	1	2	1	1	0	2	0	1
pliskosana5@gmail.com	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
pliskosana5@gmail.com	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
aurus.gert@gmail.com	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
popovuh33@gmail.com	1	2	1	2	2	3	2	0	0	0	3	0	2	1	0	0	0	0	0	0
vito_1998@mail.ua	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	2	2	1	0	1	1	1
e.kovalkovskiy@gmail.com	2	1	1	1	1	2	2	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
krasnovaroslav901@yandex.ru	2	1	2	2	2	2	0	0	0	0	2	2	2	0	0	2	0	2	1	1
julialchuk@gmail.com	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
arthurchemyavsk06@gmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
artyrstep2002@gmail.com	2	1	2	2	1	0	0	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
mayboroda9912@gmail.com	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	3	0	3	1	2
dene-4k28@gmail.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
valk.dzoba@gmail.com	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
nefrite80@gmail.com	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
slavakarakada@gmail.com	2	1	2	2	1	0	0	0	2	0	1	0	1	2	1	0	0	2	1	1
nekidart@gmail.com	2	1	2	1	0	0	0	0	2	0	1	0	1	2	1	0	0	0	0	0
kid09247033@gmail.com	2	0	2	1	2	1	2	1	1	2	2	0	0	0	0	2	0	2	1	1
iprok2002@gmail.com	2	0	2	1	2	0	2	1	2	2	2	0	0	0	0	2	0	2	1	0
igorthon228@gmail.com	2	1	2	1	2	2	1	0	2	0	1	2	2	0	2	2	1	2	1	2
maxs.tuchynskii@gmail.com	2	1	2	2	2	2	2	2	2	0	1	2	2	0	2	0	2	1	2	0
pronekart@gmail.com	1	1	2	1	2	2	0	0	1	2	1	2	0	2	1	2	1	2	1	2
serduukzen@gmail.com	2	0	2	0	2	0	2	0	2	0	1	0	0	2	1	2	1	1	0	2
vlads16688@gmail.com	1	0	2	1	0	2	2	1	2	0	2	0	1	2	2	0	0	2	1	1
artionavz.kravchenko@gmail.com	1	0	2	1	1	0	0	1	2	0	2	0	1	2	1	0	0	2	0	2
n4burda@gmail.com	1	0	1	1	1	0	1	0	2	0	1	0	2	2	2	0	1	1	1	2
gonsory2@gmail.com	2	0	2	0	1	2	1	2	1	0	2	0	2	2	2	0	0	0	0	2
micaelsun@gmail.com	2	0	1	2	2	2	0	2	1	0	2	0	2	0	2	2	0	0	1	2
boony183@gmail.com	2	1	2	1	0	0	0	0	1	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	1
69helkism691@gmail.com	0	0	1	1	1	1	1	0	2	2	2	0	0	2	1	1	2	2	2	0
viktorfyndrat@gmail.com	1	0	0	0	2	1	0	0	1	2	0	1	0	0	1	0	2	1	1	2
yuliderzhaniuk@gmail.com	0	1	0	1	0	0	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1
toharumyuya@gmail.com	0	1	1	1	1	1	0	2	0	2	2	0	0	1	0	2	2	0	0	2
sergiikhaimyk@gmail.com	1	2	0	2	0	2	0	1	2	0	2	0	2	1	2	0	0	0	0	2
channepjins@gmail.com	0	2	2	1	2	2	2	0	2	1	2	1	0	2	0	1	0	2	2	0
allosydorenko23@gmail.com	2	1	2	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	2	2	2	1	2
annakobemykk@gmail.com	2	1	2	1	1	1	0	0	1	0	2	0	1	2	1	0	0	1	2	1
vadimyy256@gmail.com	0	2	1	1	0	1	1	0	2	2	0	2	0	0	2	1	1	2	1	2
d.vika2722@gmail.com	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	1	2	2	0	2	1	1	1
huba.shobey@gmail.com	0	2	1	1	1	1	1	2	0	0	0	0	2	1	1	2	1	2	2	1
zagonodnikvika28@gmail.com	1	1	1	2	2	2	0	1	1	1	2	1	0	2	2	2	0	0	0	2

Діагностика потреби у спілкуванні (за Ю. Л. Орловим)

Інструкція до тесту: Відповідайте «так» або «ні» на наведені нижче твердження

Тестовий матеріал

- 1) Я отримую задоволення від участі в різних урочистостях.
- 2) Я можу приглушити свої бажання, якщо вони суперечать бажанням моїх друзів.
- 3) Мені приємно виявляти прихильність до когось.
- 4) Я більше зосереджений на набутті впливу, ніж дружби.
- 5) Я відчуваю, що по відношенню до моїх друзів у мене більше прав, ніж обов'язків.
- 6) Коли я дізнаюся про успіхи свого друга, у мене чомусь погіршується настрій.
- 7) Щоб бути задоволеним собою, я повинен комусь у чомусь допомогти.
- 8) Мої турботи зникають, коли я опиняюся серед товаришів по роботі.
- 9) Мої товариші мені трохи набридли.
- 10) Коли я роблю погано роботу, присутність людей мене дратує.
- 11) Притиснутий до стіни, я кажу лише ту частину правди, яка, на мою думку, не шкодить моїм друзям чи знайомим.
- 12) У важкій ситуації я думаю не стільки про себе, скільки про близьку людину.
- 13) Неприємності у друзів викликають у мене такий стан, що я можу захворіти.
- 14) Мені приємно допомагати друзям, навіть якщо це завдасть мені значних клопотів.
- 15) Із поваги до товариша я можу погодитися з його думкою, навіть якщо він неправий.
- 16) Мені більше подобаються пригодницькі оповідання, ніж оповідання про кохання.
- 17) Сцени насилля в кіно мені огидні.
- 18) У стані самотності відчуваю тривогу і напруженість більше, ніколи я знаходжуся серед людей.
- 19) Я вважаю, що основною радістю у житті є спілкування.
- 20) Мені шкода покинутих собак та кішок.
- 21) Я віддаю перевагу мати менше друзів, але більш близьких.
- 22) Я люблю бувати серед друзів.
- 23) Я довго переживаю сварки з близькими.
- 24) У мене більше близьких людей, ніж у багатьох інших.
- 25) У мені більший потяг до досягнень, ніж до дружби.
- 26) Я більше довіряю власним інтуїції та уяві в погляді на людей, ніж судженням про них інших людей.

- 27) Я надаю більшого значення матеріальному благополуччю та престижу, ніж радості спілкування з приємними мені людьми.
- 28) Я співчуваю людям, у яких немає близьких друзів.
- 29) Стосовно мене люди часто невдячні.
- 30) Я люблю оповідання про безкорисливу дружбу та любов.
- 31) Заради друга я можу пожертвувати всім.
- 32) У дитинстві я входив до однієї "тісної" компанії.
- 33) Якби я був журналістом, мені подобалось би писати про дружбу.

Обробка результатів тесту

За кожен відповідь, що відповідає ключеві, нараховується один бал.

Ключ до тесту

Відповіді «так» на твердження 1, 2, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 30, 31, 32, 33.

Відповіді «ні» на твердження 3, 4, 5, 6, 9, 10, 15, 16, 25, 27, 29.

Інтерпретація результатів тесту

Визначається загальна сума балів. Чим вища оцінка, тим більша потреба у спілкуванні.

Методика «Ціннісні орієнтації» Рокича

Інструкція до тесту

«Зараз Вам буде пред'явлений набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання - розкласти їх по порядку значимості для Вас як принципів, якими Ви керуєтеся у Вашому житті.

Уважно вивчіть таблицю і, вибравши ту цінність, яка для Вас найбільш значима, помістіть її на перше місце. Потім виберіть другу за значимістю цінність і помістіть її слідом за першою. Потім виконайте те ж з усіма рештою цінностями. Найменш важлива залишиться останньою і займе 18 місце.

Розробіть не поспішаючи, вдумливо. Кінцевий результат повинен відбивати Вашу справжню позицію».

Тестовий матеріал

Список А (термінальні цінності):

- 1) Активна діяльна життя (повнота та емоційна насиченість життя);
- 2) Життєва мудрість (зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
- 3) Здоров'я (фізичне і психічне);
- 4) Цікава робота;
- 5) Краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);
- 6) Любов (духовна і фізична близькість з коханою людиною);
- 7) Матеріально забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);
- 8) Наявність хороших і вірних друзів;
- 9) Суспільне покликання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
- 10) Пізнання (можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальне розвиток);
- 11) Продуктивна життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);
- 12) Розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення);
- 13) Розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків)
- 14) Свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках)
- 15) Щасливе сімейне життя
- 16) Щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього народу, людства в цілому)
- 17) Творчість (можливість творчої діяльності)

18) Впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч; сумнівів).

Список Б (інструментальні цінності):

- 1) Акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;
- 2) Вихованість (гарні манери);
- 3) Високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);
- 4) Життєрадісність (почуття гумору);
- 5) Старанність (дисциплінованість);
- 6) Незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
- 7) Непримиренність до недоліків у собі та інших;
- 8) Освіченість (широта знань, висока загальна культура);
- 9) Відповідальність (почуття боргу, вміння тримати своє слово);
- 10) Раціоналізм (вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);
- 11) Самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
- 12) Сміливість у отстаюваннях своєї думки, поглядів;
- 13) Тверда воля (вміння настояти на своєму, не відступати перед труднощами)
- 14) Терпимість (до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани)
- 15) Широта поглядів (вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички)
- 16) Чесність (правдивість, щирість)
- 17) Ефективність у справах (працьовитість, продуктивність у роботі)
- 18) Чуйність (дбайливість)

Інтерпретація результатів тесту

Аналізуючи ієрархію цінностей, слід звернути увагу на їх угруповання випробуваним у змістовні блоки по різних підставах. Так, наприклад, виділяються «конкретні» і «абстрактні» цінності, цінності професійної самореалізації й особистого життя і т. д. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи; індивідуалістичні і конформістські цінності, альтруїстичні цінності; цінності самоствердження і цінності прийняття інших і т. д. Це далеко не всі можливості суб'єктивного структурування системи ціннісних орієнтацій. Психолог повинен спробувати вловити індивідуальну закономірність.

Продовження додатку Д

Система цінностей		Список А Термінальні цінності						Список Б Інструментальні цінності					
1	Особистісні	2а	3а	6а	12а	15а	18а	16	26	46	96	116	166
	Суспільні	1а	5а	8а	13а	14а	16а	66	76	126	146	156	186
	Професійні	4а	7а	9а	10а	Па	17а	36	56	86	106	136	176
	(відображують самореалізацію суб'єкта)												
2	Самоствердження	2а	3а	9а	12а	16а	18а	36	66	86	116	126	166
	Спілкування	1а	5а	6а	8а	13а	15а	16	46	76	146	156	186
	Справи	4а	7а	10а	Па	14а	17а	26	56	96	106	136	176
	(дані корелюють із вектором спрямованості)												
3	Індивідуалістичні	1а	3а	9а	12а	14а	17а	36	66	96	126	136	166
	Конформістські	4а	6а	7а	8а	13а	18а	26	46	56	86	116	176
	Альтруїстичні	2а	5а	10а	11а	15а	16а	16	76	106	146	156	186
(спрямованість в системі міжособистісних відносин)													

Відповіді респондентів в балах по методиці «Ціннісні орієнтації», по першому блоку.

Електронна адреса	активна дія	життєва му	здоров'я	цікава роб.	краса прир.	любов	матеріальні	наявність	х. суспільне	г. пізнання	продуктивні	розвиток	розваги	свобода	щасливе сі.	щастя інші	творчість.	впевненість	
al16sydenko23@gmail.co	3	17	5	8	9	8	16	2	6	1	14	10	13	12	18	4	15	11	7
pliskosana5@gmail.com	10	9	8	13	1	14	7	18	5	5	2	3	4	17	6	11	15	16	12
arust.gert@gmail.com	8	11	6	4	3	17	16	5	12	13	10	1	9	13	2	15	7	18	14
vedimtyz256@gmail.com	1	7	16	3	17	11	13	2	4	9	6	8	8	15	5	10	18	12	14
vido_1998@mail.ua	15	2	17	12	18	5	4	7	1	10	8	14	11	13	6	16	3	9	9
e.kovakovskiy@gmail.com	7	5	3	9	14	8	10	1	2	4	15	12	17	11	16	13	6	18	8
loony183@gmail.com	6	10	9	3	13	1	18	7	14	11	5	15	12	17	2	4	4	16	8
julialchuk@gmail.com	2	18	14	7	3	1	17	16	4	9	9	15	6	10	11	12	8	5	13
arthurchemyavski0@gmail.co	10	13	1	5	3	15	6	9	9	4	11	16	14	17	18	8	2	7	12
yuliederzhanuk@gmail.com	8	3	6	7	10	15	2	12	17	17	16	18	11	5	1	14	9	13	4
sergii.khaimyk@gmail.com	13	17	6	3	18	2	9	11	15	1	12	16	7	14	4	5	8	10	10
denc4k28@gmail.com	6	11	7	5	3	17	16	4	12	10	2	9	13	1	15	8	18	14	14
valik.dzoba@gmail.com	13	8	3	9	5	11	1	6	17	2	12	10	15	18	16	4	4	7	14
neffr1te80@gmail.com	10	5	18	16	13	17	14	3	15	4	12	7	7	8	9	6	1	2	11
slavakarakada@gmail.com	2	17	4	9	9	8	16	1	6	3	14	10	13	12	18	5	15	11	7
nekidart@gmail.com	8	12	13	9	11	1	15	3	14	5	4	16	4	7	2	10	18	17	6
id0969247033@gmail.com	4	2	7	10	12	18	16	6	8	8	1	3	5	9	11	13	14	17	15
iprok2002@gmail.com	17	12	9	3	15	2	6	4	7	10	16	18	5	14	8	13	11	1	1
igorihon228@gmail.com	8	11	6	4	3	17	16	5	12	10	1	9	13	2	15	7	7	18	14
maxstuchynskii@gmail.com	17	12	9	2	15	1	6	4	7	10	16	18	5	14	8	13	11	3	3
pronekurt@gmail.com	11	13	18	1	10	16	5	14	2	8	12	4	7	3	17	15	9	6	6
serduukzen@gmail.com	13	8	1	5	18	7	9	10	11	11	16	14	17	6	3	4	2	15	12

Відповіді респондентів в балах по методиці «Ціннісні орієнтації», по другому блоку.

Електронна адреса	акуратність	вихованість	висока	зацікавленість	справність	незалежність	непримиреність	освіченість	відповідальність	раціоналізм	самоконтроль	сміливість	тверда воля	терпимість	широка почесність	ефективність	чуйність
al16sydorenko23@gmail.com	14	4	11	2	13	7	6	15	9	1	10	17	8	15	3	18	16
plis-kosana5@gmail.com	4	6	9	13	3	2	12	10	11	7	18	8	8	5	17	1	14
aurust.ger@gmail.com	8	2	15	12	17	14	16	13	11	7	9	1	4	5	3	10	6
vadimtyz256@gmail.com	9	8	7	10	13	16	3	5	1	15	6	12	17	4	18	11	14
vito_1998@mail.ua	2	16	13	10	11	9	5	14	18	15	4	12	8	7	17	1	3
e.kovalkovskiy@gmail.com	15	2	17	12	18	5	4	1	10	8	14	11	13	6	16	3	9
loony183@gmail.com	7	5	3	9	14	8	10	2	4	15	12	17	11	16	13	6	18
juliaehnk@gmail.com	6	10	9	3	13	1	18	7	14	11	5	15	12	17	2	4	8
arturhemyayvskiy@gmail.com	2	18	14	7	3	1	17	16	4	9	15	6	10	11	12	8	5
yuliederzhaniuk@gmail.com	5	7	3	4	12	18	17	6	9	11	14	2	8	13	1	16	10
sergii.khaimyk@gmail.com	13	17	6	3	18	2	9	11	15	1	12	16	7	14	4	5	8
denc4k28@gmail.com	6	11	7	5	3	17	16	4	12	10	2	9	13	1	15	8	14
valik.dzoba@gmail.com	13	8	3	9	5	11	6	17	2	12	10	15	18	16	4	7	14
neffrite80@gmail.com	10	5	18	16	13	17	14	3	15	4	12	7	8	9	6	1	11
slavakakada@gmail.com	7	9	4	1	6	15	17	11	12	18	2	10	8	16	5	3	14
nekidart@gmail.com	17	2	11	13	6	8	5	7	15	4	3	14	16	12	10	9	18
id0969247033@gmail.com	12	3	1	10	17	4	15	5	18	11	16	6	14	13	2	8	7
rrok2002@gmail.com	17	12	6	15	1	3	18	7	13	16	8	14	4	10	5	11	9
igorithon228@gmail.com	15	5	17	18	4	10	12	3	13	11	1	6	9	14	8	2	16
maxstuchynskii@gmail.com	2	9	18	4	7	11	5	6	12	10	3	17	15	16	8	13	14
pronekurt@gmail.com	11	10	1	3	16	12	5	4	2	13	8	17	15	9	14	7	6
serduukzen@gmail.com	3	8	1	13	18	6	4	17	11	12	2	10	5	15	9	16	14