

## The Role of Personal Internet Orientation in the Process of Internet Texts Understanding

### Роль інтернет-спрямованості особистості в процесі розуміння текстів інтернету

**Nataliia Akimova<sup>1</sup>**  
Ph.D. in Philology

**Наталія Акімова<sup>1</sup>**  
кандидат філологічних наук

E-mail: [natashashadow8@gmail.com](mailto:natashashadow8@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0001-9952-1153>

**Viktoriya Barabash<sup>2</sup>**  
Ph.D. in Pedagogy

**Вікторія Барабаш<sup>2</sup>**  
кандидат педагогічних наук

E-mail: [viktorija-k67@ukr.net](mailto:viktorija-k67@ukr.net)  
<https://orcid.org/0000-0002-8560-0851>

**Olena Usyk<sup>3</sup>**  
Ph.D. in Pedagogy,  
Associate Professor

**Олена Усик<sup>3</sup>**  
кандидат педагогічних наук,  
доцент

E-mail: [usikof@ukr.net](mailto:usikof@ukr.net)  
<https://orcid.org/0000-0001-9964-4292>

*<sup>1</sup>Kropivnitsky Institute of State  
and Municipal Administration*  
✉ 73, Levytskoho Str., Kropivnitsky,  
Ukraine, 25026

*<sup>1</sup>Кропивницький  
інститут державного  
та муніципального управління*  
✉ вул. Левитського 73,  
Кропивницький, Україна, 25026

*<sup>2</sup>Centralukrainian National  
Technical University*  
✉ 8, Universitetsky Prospekt,  
Kropivnitsky, Ukraine, 25006

*<sup>2</sup>Центральноукраїнський  
національний технічний  
університет*  
✉ пр. Університетський, 8,  
Кропивницький, Україна, 25006

<sup>3</sup>Pereiaslav-Khmelnytskyi  
Hryhorii Skovoroda State  
Pedagogical University  
✉ 30, Sukhomlynskyi Str.,  
Pereiaslav-Khmelnytskyi, Kyiv Reg.,  
Ukraine, 08401

<sup>3</sup>ДВНЗ «Переяслав-  
Хмельницький державний  
педагогічний університет  
імені Григорія Сковороди»  
✉ вул. Сухомлинського, 30,  
Переяслав-Хмельницький,  
Київська обл., Україна, 08401

*Original manuscript received December, 01, 2019*

*Revised manuscript accepted October, 07, 2020*

#### **ABSTRACT**

**Objective.** The article presents the results of an empirical study of the influence of the personal Internet orientation (personality changes on the Internet, typical behavior in cyberspace) on the Internet texts understanding.

**Materials & Methods.** Different theoretical methods and techniques were used for this purpose: deductive and inductive methods, analysis and synthesis, generalization, systematization. Empirical methods were used for this purpose: experiment (semantic and receptive), method of semantic and pragmatic interpretations, content analysis, subjective scaling procedure. Mathematical methods were used: primary statistics, checks on the normal nature of the data distribution, statistical output, taking into account statistical indicators of fashion and the scope of variation, correlation analysis. As well as some interpretive methods that are based on specific principles of systemic, active, cognitive, psycholinguistic approaches.

**Results.** The author distinguishes three types of personal Internet orientation depending on the motivation and creativity of user behavior on the Internet. The basic level of personal Internet orientation includes users who access the Internet to meet the basic needs for food, physiology, safety and belonging to the community by searching for relevant information. A high level personal Internet orientation suggests that the user accesses the Internet to meet the highest needs related to respect, self-improvement and self-realization, that requires not only using, but also the creation of content. The middle level is intermediate between them.

**Conclusions.** As a result of empirical research involving 716 respondents from different regions of Ukraine, it was determined that the high level of personal Internet orientation facilitates to the reception and accuracy of recipients' expectations. It is accompanied by an improvement in cyberspace orientation, adaptation to its conditions, more real forecasts of the Internet texts content, more consistent attitude to the verbal environment of the Web. However, the quality and completeness of the Internet texts interpretation improve insignificantly with the evolution of Internet orientation. And the adequacy of the mark of the Internet texts complexity even decreases.

**Key words:** understanding, Internet text, perception, interpretation, emotional identification, motivation, user behavior, personal Internet orientation.

## Вступ

Життя сучасної людини важко уявити без інтернету. Його вплив на психіку особистості неодноразово поставав об'єктом наукових досліджень (Mantovani, 1996; Riva & Galimberti, 2001; Ерохин, 2011; Смолл & Ворган, 2011; Карр, 2013 та ін.). Тим часом досліджень своєрідності розуміння текстів інтернету очевидно недостатньо, у наявних наукових розробках цю проблему студіюють лише частково. Істотні особливості спілкування в Мережі, його відмінність від спілкування в реальному середовищі, спам, флуд, тролінг, тяжіння до письмового дискурсу визначено й доведено в таких наукових розвідках (Ferrara, Brunner & Whittemore, 1991; Cristal, 2004; Dresner, 2005; Herring, 2010; Горошко, 2009; Компанцева, 2009; Щипицина, 2011; Лукина, 2013 та ін.). Особистості в інтернеті та різним формам її проявів, змін в умовах віртуального середовища, самопрезентації, гендеру, інтернет-залежності присвячено значну кількість праць (Kraut et al., 1998; Young, 1998; Шевченко, 2002; Dresner, 2005; Посохова, 2006; Горошко, 2009; Наумова, 2008; Мелешников, 2010; Смолл & Ворган, 2011; Турецька, 2011; Ван Шилу, 2013; Карр, 2013; Войскунский, 2013; Лутовинова, 2013; Шпитцер, 2014 та ін.). Проте питання того як зміни особистості в інтернеті, її поведінка у кіберпросторі впливають на розуміння нею текстів інтернету досі не поставало предметом спеціалізованого дослідження. Емпіричне дослідження цього питання стало основою написання цієї розвідки.

**Мета статті** – здійснити науково обґрунтований аналіз ролі інтернет-спрямованості особистості в процесі розуміння текстів інтернету; на основі емпіричного дослідження визначити, як позначається психологічний вплив інтернет-спрямованості особистості на результатах розуміння.

## Методи та методика дослідження

Для досягнення зазначеної мети були використані наступні теоретичні *методи*: (а) дедуктивний – як шлях від абстрактного до конкретного; (б) індуктивний – як узагальнення отриманих фактів; (в) аналіз – як шлях від цілого до частин; (г) синтез – як

шлях від частин до цілого; (д) узагальнення – як перехід на більш високу ступінь абстракції шляхом виявлення загальних ознак (властивостей, відношень, тенденцій розвитку і т. п.) предметів; (є) систематизація як зведення розрізнених знань у єдину наукову систему. Емпіричне дослідження проведене за допомогою таких психологічних та психолінгвістичних *методів*, як: (а) експеримент (семантизуючий та рецептивний експерименти); (б) метод семантичних і прагматичних інтерпретацій (комплексне тлумачення сенсу висловлювань на основі широкого контексту електронної ситуації концептуальний аналіз тексту (визначення змістовної структури, виокремлення домінант, ключових слів); (в) контент-аналіз; (г) процедура суб'єктивного шкалування (метод абсолютних оцінок). *Математична обробка даних* здійснювалася за допомогою первинної статистики, статистичного виводу, з урахуванням таких статистичних показників, як мода та розмах варіації, кореляційного аналізу (на основі коефіцієнта Пірсона). Також використовувалися інтерпретаційні методи, що ґрунтуються на конкретних принципах системного, діяльнісного, когнітивного, психолінгвістичного підходів. Вони спрямовані на пояснення отриманих результатів з точки зору первинних припущень та посилянь, інтеграцію отриманих емпіричних закономірностей у єдину наукову картину світу.

## **Результати та дискусії**

Аналіз теоретичних та емпіричних моделей розуміння (Дейк & Кинч, 1988) та трактування розуміння як частини мовленнєвої діяльності (Леонтьев, 2001; Харченко, 2019) дозволяє виокремити важливу умову процесу розуміння – мотивацію, як один з визначальних компонентів будь-якої діяльності, вона має вплив на розуміння. У науковій літературі наявні різні підходи до класифікації мотивації. Мабуть, найпоширенішим є класифікація відповідно до потреб, які при цьому часто впорядковують за принципом піраміди А. Маслоу (Maslow, 1987). Не менш важливо щодо інтернет-середовища враховувати і цільовий компонент мотивації користувачів, тобто спрямованість на пошук/споживання інформації або ж на створення контенту. Відтак інтернет-спрямованість особистості визначаємо як параметр, що описує діяльність

особистості в інтернеті, акцентуючи типові види діяльності конкретного користувача в неті та їх репродуктивний чи креативний характер. Виокремлюємо три типи інтернет-спрямованості особистості: базового, середнього та вищого рівня. Базовий рівень інтернет-спрямованості особистості стосується тих користувачів, що звертаються до інтернету з метою задоволення базових потреб щодо їжі, фізіології, безпеки та приналежності до певної спільноти, маючи на меті пошук відповідної інформації. Вищий рівень інтернет-спрямованості особистості передбачає, що користувач звертається до інтернету, маючи на меті задоволення вищих потреб, пов'язаних з повагою від оточуючих та самовдосконаленням й самореалізацією. Реалізація цих потреб вимагає вже не лише споживання, а й створення контенту, креативного акту формування власної ділянки інтернет-середовища та очікування фідбеку щодо неї. Середній рівень є проміжним між ними. Проте на усіх рівнях користувачу потрібно вміти розуміти тексти інтернету, адекватно їх тлумачити і використовувати. Перехід реципієнтів в інтернеті з базового до вищого рівня інтернет-спрямованості особистості є свідченням не лише генези користувача, а й генези розуміння текстів інтернету.

Мотивація користувачів інтернету є специфічною, іноді викривленою чи компенсаторною по відношенню до реального середовища, вона також будується на загальнолюдських потребах, що реалізується у тих же загальних формах діяльності, які поміж тим в інтернеті набувають своєрідних ознак. Виходячи з наукових ідей, окреслених у працях учених (Романов, 2005; Посохова, 2006; Пиголенко, 2007; Турецька, 2011; Смолл & Воргаг, 2011; Карр, 2013; Шпитцер, 2014; Немеш, 2015 та ін.) про мотивацію та динаміку особистості користувача інтернету, ми визначили важливими показниками інтернет-спрямованості особистості потреби, що спонукають звертатися до інтернету (фізіологічні, потреби безпеки, приналежності, поваги та самореалізації), мету діяльності (пошук та споживання чи створення контенту) та спрямованість особистості на гру, навчання, працю чи спілкування (широта діяльності). Чим ширше перелік видів діяльності, що здійснює конкретна особистість в інтернеті, тим більше потреб вона реалізує таким чином і тим вище рівень її інтернет-спрямованості в Мережі Загалом, рівень інтернет-спрямованості особистості визначається комбінацією показників

широти діяльності в інтернеті та креативності. Креативність є важливим показником інтернет-спрямованості особистості, що визначає цілі та очікування, а також рівень активності особистості. Тож створювати власні інтернет-тексти наважуються лише ті, кому недостатньо існуючих інтернет-ресурсів для задоволення власних потреб. Зауважимо, що мова йде не лише про потреби особистості у реальному світі, а також про демо-потреби віртуального профілю такої особистості у неті. Широта використання окреслює інший бік інтернет-спрямованості особистості, дозволяючи розкрити шляхи задоволення потреб, їх зміст та, загалом, схарактеризувати рівень заглибленості у віртуальне життя. Частина користувачів сприймає інтернет як інструмент задоволення лише певних потреб, вони мають чіткі уявлення про те, що можна і чого не можна робити у кіберпросторі, зауважимо, що за цими імперативами стоїть низка власних правил, що виражають ціннісні орієнтації певної особистості. Зазначена мотиваційна система обмежує діяльність в інтернеті для такої особистості кількома звичними, прийнятними та виправданими видами діяльності. Інша частина користувачів інтерпретує та використовує Мережу як альтернативне середовище, у якому на відміну від реальності немає абсолютних заборон. Вони дозволяють собі робити в інтернеті все, тобто реалізувати будь-які свої потреби та прагнення, особливо ті з них, задоволення яких у реальному світі засуджується соціальними, моральними чи юридичними нормами.

Узагальнення отриманих статистичних даних дозволяє розрахувати систему критеріїв для визначення рівня інтернет-спрямованості особистості, виходячи з поведінки більшості як еталонного критерію, що визначає середній рівень ICO, відтак вищі показники інтерпретуємо як ознаку вищого рівня ICO, а нижчі – як риси базового рівня ICO (Табл. 1).

**Таблиця 1.** Критерії визначення рівня інтернет-спрямованості особистості

Критерії	Рівень інтернет-спрямованості особистості		
	Вищий (3 бали)	Середній (2 бали)	Базовий (1 бал)
Креативність (створення контенту)		так	ні
Широта використання (види діяльності)	4	2–3	1

На основі результатів дослідження спрямованості користування інтернетом по вибірці з 716 респондентів було розроблено систему критеріїв для визначення рівня досвідченості користувачів інтернету. Згрупована оцінка отриманих результатів дозволила встановити належність користувача до високого (5 балів), середнього (3–4 бали) чи низького рівня ІСО (2 бали). Вибірку дослідження склали викладачі й студенти ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, Кропивницького інституту державного та муніципального управління, Київського національного лінгвістичного університету, Херсонського державного університету, Запорізького національного технічного університету. Загалом вибірка складала 716 респондентів чоловічої та жіночої статі віком від 17 до 60 років, 83.5% жінок та 16.5% чоловіків. З опитуваними було проведено низку досліджень, зокрема семантизуючий та рецептивний експерименти, а також суб'єктивне шкалування.

В ході діагностичного експерименту респондентам було запропоновано низку питань з метою визначити рівень їх інтернет-спрямованості.

1. *Що Ви зазвичай робите в інтернеті?*
2. *Які ресурси, як правило, використовуєте? Скільки часу їм приділяєте у тиждень*
3. *Чи доводилося Вам щось писати в інтернеті? Що саме? Як часто?*

Відповідно до зазначених критеріїв ІСО було виявлено (рис. 1):

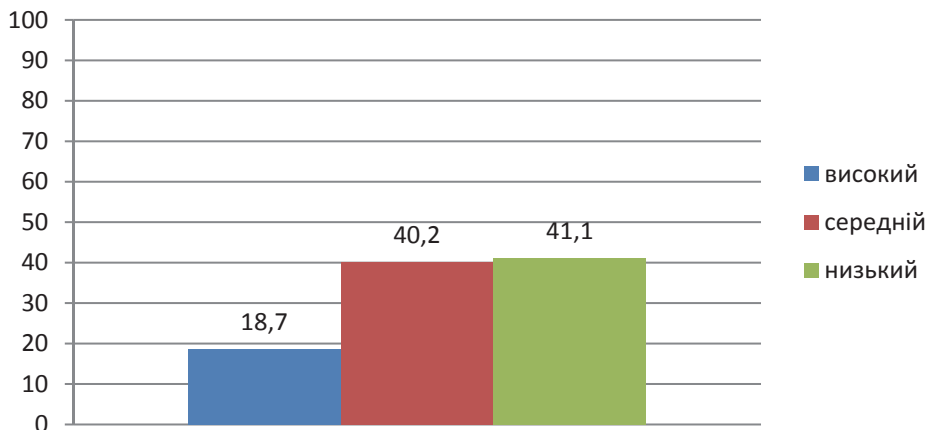
з вищим рівнем інтернет-спрямованості особистості (134 особи/18.7%),

з середнім рівнем інтернет-спрямованості (288 осіб/40.2%),

з базовим рівнем інтернет-спрямованості (294 особи/41.1%),

Базовий рівень інтернет-спрямованості особистості характеризує тих користувачів, які звертаються до інтернету з метою задоволення базових потреб щодо їжі, фізіології, безпеки та приналежності до певної спільноти, маючи на меті пошук (споживання) відповідної інформації. Їх діяльність обмежена окремими типовими для конкретної особистості видами. Вони сприймають інтернет як середовище в межах якого зручно

реалізувати лише певні форми діяльності, до яких вони звикли, або реалізація яких у реальному світі ускладнена низкою обставин.



**Рис. 1.** Розподіл вибірки за рівнем інтернет-спрямованості особистості

Середній рівень інтернет-спрямованості особистості репрезентує відносно креативну діяльність в мережі, що реалізується в обмеженій кількості форм діяльності, типових для даного користувача. У цю групу були віднесені респонденти, які визнали, що хоча б одного разу створювали тексти інтернету, зокрема писали дописи, лишали коментарі чи відгуки, або полишали інший вербальний слід своєї діяльності у кіберпросторі. Однак, поміж тим їх діяльність в інтернеті є досить стереотипною, обмеженою кількома звичними формами, що дозволяють реалізувати обмежене коло потреб. Вони не мають на меті вдосконалення віртуального світу, його збагачення, створення власного куточку для самовираження власної віртуальної особистості.

Вищий рівень інтернет-спрямованості особистості передбачає, що користувач звертається до інтернету, маючи на меті задоволення вищих потреб, пов'язаних з повагою оточуючих та самовдосконаленням й самореалізацією, здійснюючи при цьому в інтернеті майже усі види діяльності та створюючи власний сегмент інтернет-середовища. Такі «громадяни інтернету» створюють тексти не у відповідь на вимогу віртуального середовища, не з огляду на правила видачі пошукових систем, вони виражають себе у власних текстах, пишуть те, що не дозволяють собі у реальності,

мотивують інших до розкриття і збагачення власної особистості у кіберпросторі. Для них інтернет – це величезний арсенал ресурсів задоволення власних потреб у різних формах та видах діяльності.

У ході експериментального дослідження ролі інтернет-спрямованості особистості в процесі розуміння текстів інтернету респондентам було запропоновано тексти інтернету (Додатки).

До кожного з текстів було запропоновано низку тотожних завдань:

1. *Про що цей текст? Поясніть.*
2. *Яким постає об'єкт обговорення?*
3. *Підкресліть незрозумілі слова, напишіть, якими словами Ви б їх замінили?*
4. *Поставте по 1-3 питання до цього тексту.*
5. *Оцініть ступінь складності розуміння (від 1 до 5: 1 – зовсім незрозуміло – 5 – зрозуміло без варіантів), підкресліть слова, що ускладнюють розуміння. 1 2 3 4 5*
6. *Оцініть рівень об'єктивності передачі інформації (О-об'єктивно, СК – суб'єктивно критично, СС – суб'єктивно схвально). О СК СС*
7. *Напишіть відгук до цього тексту.*
8. *Чи допомагає малюнок у розумінні цього тексту?*

Представимо аналіз успішності розуміння текстів інтернету за етапами розуміння з урахуванням рівня інтернет-спрямованості особистості.

На етапі рецепції. Систематизуючи результати рецепції залежно від рівня ІСО, перевіримо наскільки рівень інтернет-спрямованості особистості здатен впливати на результати розуміння текстів інтернету на етапі рецепції, орієнтуючись на показники активності рецепції та точності очікувань респондентів.

Активність рецепції залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості зафіксовано в таблиці (Табл. 2).

У табл. 2 показано, що рівень інтернет-спрямованості особистості прямо пов'язаний з рівнем активності рецепції текстів інтернету. Користувачі з більш розвиненою мотивацією проглядають та інтерпретують дещо більше текстів, приблизно на 5.0%. Вочевидь, різниця в активності рецепції користувачів з вищим та базовим рівнем ІСО не така значна, як можна було б прогнозувати.

**Таблиця 2.** Активність рецепції текстів інтернету залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Активність рецепції текстів інтернету										Середнє значення	Середня к-ть проінтерпретованих текстів	
	Тексти												
	А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж	З	І			
Вищий	%	96.0	90.0	91.0	75.0	78.0	67.0	69.0	69.0	54.0	58.0	74.7±18.8	8.3±2.64
Середній	%	95.0	94.0	87.0	69.0	80.0	64.0	65.0	72.0	46.0	62.0	73.4±44.96	8.4±1.80
Базовий	%	96.0	93.0	81.0	61.0	70.0	54.0	61.0	60.0	36.0	54.0	66.6±55.09	7.8±3.4
<b>Усього</b>	<b>%</b>	<b>95.7</b>	<b>92.3</b>	<b>86.3</b>	<b>68.3</b>	<b>76.0</b>	<b>61.6</b>	<b>65.0</b>	<b>67.0</b>	<b>45.3</b>	<b>58.0</b>	<b>71.6</b>	

*Примітка:* у таблиці зазначено, скільки відсотків респондентів з високим, середнім і низьким рівнем інтернет-спрямованості особистості проглянули кожен тип тексту інтернету. В останньому стовпчику вказано, скільки в середньому текстів інтернету прочитали респонденти з різним рівнем інтернет-спрямованості особистості.

Відтак для задоволення потреб важлива не стільки кількість проглянутих текстів (їх близько 8 в усіх групах), скільки, певно, глибина їх розуміння. Найбільше уваги привертають рекламні тексти побутової тематики, найменш цікаві – політичні тексти різних жанрів. Це є досить передбачуваним, оскільки рекламні тексти за жанром орієнтовані на базові та соціальні потреби. Вони дозволяють людині задовольнити одні потреби, натомість одразу створюють на їх місці інші. Політичні тексти також здатні створювати нові потреби, а от їх потенціал задоволення існуючих досить обмежений. Більше половини респондентів з вищим рівнем ІСО прочитали усі запропоновані тексти (розмах варіації 54–96%). Простежується чітка тенденція зниження активності рецепції зі зростанням кількості прочитаних текстів у цій групі, що, можливо, пов’язана з ефектом первинності, а також надмірною завантаженістю необхідною інформацією. Як наслідок картина світу цих досліджуваних сильно залежить від порядку прочитання, відтак, тексти, що подано на початку переліку, мають значно більший прагматичний потенціал. Респонденти з середнім рівнем ІСО також репрезентували досить високий рівень рецепції, загалом їх показники дещо нижчі (зокрема, розмах варіації 46–95%), хоча вони проінтерпретували найбільше текстів. Активність їх рецепції

не пов'язана ані з порядком подання стимульного матеріалу, ані зі складністю пропонованих текстів. Сплески активності викликають у них «корисні» тексти мему та відгуку. Слабкість ефекту перевантаження в цій групі, пояснює їх високі показники активності рецепції, а чіткі уявлення про корисний потенціал текстів окремих жанрів обґрунтовують сплески активності. Респонденти з ІСО базового рівня проглянули в середньому 7–8 текстів. Найскладнішим для них виявився політичний жарт з інвективною лексикою, їх сприйняття більш вибіркоче (розмах варіації 36–96%), найцікавіші для них також були рекламні тексти, чат та мем, досить звичні економічні форуми, політичні новини та побутові відгуки. Обмежені соціальними та моральними нормами уявлення про публічний текст (текст ЗМІ) призвели до різкого спаду активності рецепції щодо епатажного політичного посту. Динаміка активності рецепції респондентів кожної групи зображена на графіку (Рис. 2).

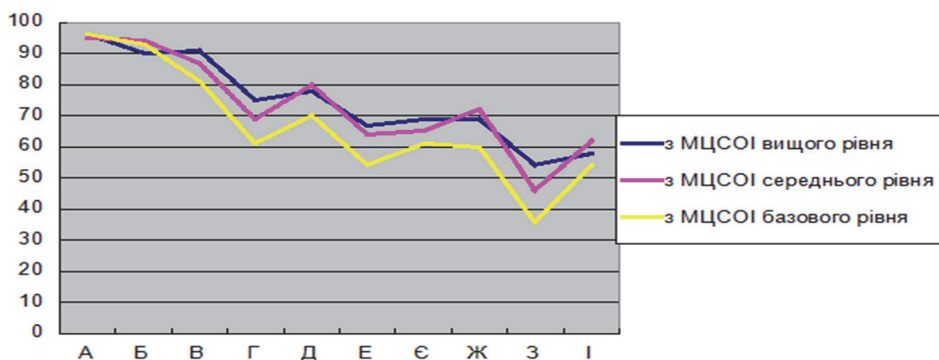


Рис. 2. Динаміка активності рецепції респондентів залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості

Помітно нижчі показники активності рецепції респондентів з базовим рівнем ІСО закономірно узгоджуються з обмеженістю їх уявлень щодо корисного потенціалу текстів інтернету, чим і пояснюється зазначена динаміка рецепції. З іншого боку криві Гауса на позначення закономірностей активності рецепції опитуваних з вищим та середнім рівнем ІСО неодноразово перехрещуються, що свідчить про подібність їх інтересу до текстів інтернету.

Оцінки за критерієм точності очікувань представлено у таблиці (Табл. 3).

**Таблиця 3.** Точність очікувань реципієнтів залежно від інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Показник	Точність очікувань		Середнє значення
		За назвою	За ілюстрацією	
<b>Вищий</b>	текстів	3.0±1.23	1.2±1.05	<b>45.0%</b>
	%	50.0%	40.0%	
<b>Середній</b>	текстів	2.5±1.04	1.2±1.22	<b>41.0%</b>
	%	42.0%	40.0%	
<b>Базовий</b>	текстів	2.3±1.36	0.9±1.13	<b>34.2%</b>
	%	38.3%	30.0%	

Аналіз статистичних даних відповідей свідчить, що інтернет-спрямованість особистості детермінує точність очікувань. Більш мотивовані читачі зазвичай роблять більш точні прогнози (респонденти з вищим рівнем ІСО правильно передбачають 45.0% текстів інтернету, тоді як з базовим – лише 34.2% таких текстів). Користувачі з ІСО базового рівня гірше прогнозують зміст інтернет-тексту за назвою, і лише один з трьох здатен зробити правильний прогноз за малюнком. Певно, розширення мотивації використання інтернету змушує людину вчитись швидко орієнтуватися на теренах віртуального середовища, визначаючи, який текст буде корисним для задоволення її потреби, а якій ні. У дослідженнях, присвячених психології інтернету, цей феномен отримав назву «пузир фільтрів» (Шпитцер, 2014; Карр, 2013), тобто здатність людини генерувати власну індивідуальну інтуїтивну систему критеріїв, що дозволяють швидко зорієнтуватися щодо ступеня корисності того чи іншого тексту. Саме цей феномен уможливорює та пояснює поведінку браунінгу (інша назва «веб-серфінг») в інтернеті. Відтак, поглиблення мотивації користування інтернетом та розширення звичних видів та форм діяльності у віртуальному середовищі позначається утворенням інтуїтивної системи ціннісних фільтрів, що сприяють більш точному прогнозуванню змісту текстів, що у свою чергу також може бути опосередковано пов'язано з накопиченням досвіду користування інтернетом чи формуванням специфічної форми віртуального мислення. З зазначеного закономірно слідує, що підвищення рівня інтернет-спрямованості особистості сприятиме більш коректному прогнозуванню щодо змісту текстів інтернету, про що свідчить різниця у точності прогнозів користувачів з

високим, середнім та базовим рівнем ІСО. Проте навіть користувачі з розвиненою мотивацією здатні правильно передбачити лише половину текстів за назвою та дещо менше за ілюстрацією. Загальна низька точність прогнозування детермінує значну частину помилок розуміння на етапі рецепції та вказує на низьку якість поверхневого розуміння.

**На етапі інтерпретації** до раціонального осмислення залучаються дії та операції мислення, пам'яті, мовлення, що в результаті визначають адекватність інтерпретації текстів інтернету (АІТІ) та повноту інтерпретації текстів інтернету (ПІТІ), які також можуть бути пов'язані з інтернет-спрямованістю особистості. Для перевірки цього припущення було вираховано середню кількість смислових домінант, що змогли тлумачити респонденти залежно від рівня їх ІСО у кожному тексті окремо та загалом. Зіставлення результатів за кожним окремим текстом дозволяє встановити закономірності динаміки інтерпретації у кожній групі респондентів, а середні показники – вирахувати істотність впливу ІСО на процес розуміння на етапі інтерпретації. Відповідні емпіричні результати узагальнено у таблиці 4.

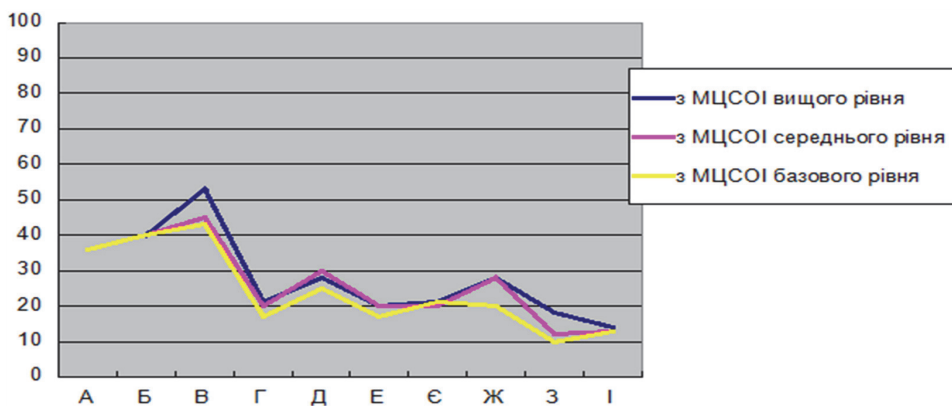
**Таблиця 4.** Адекватність та повнота інтерпретації текстів інтернету залежно від інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Показник	Текст інтернету										Загальне значення
		А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж	З	І	
Вищий	АІТІ домінант	1.8	1.6	2.1	1.5	1.1	1.2	1.7	1.4	0.9	1.1	14.4±0.37
	ПІТІ (%)	36.0	40.0	53.0	21.0	28.0	20.0	21.0	28.0	18.0	14.0	27.9%
Середній	АІТІ домінант	1.8	1.6	1.8	1.4	1.2	1.2	1.6	1.4	0.6	1.0	13.6±0.37
	ПІТІ (%)	36	40	45	20	30	20	20	28	12	13	26.4%
Базовий	АІТІ домінант	1.8	1.6	1.7	1.2	1.0	1.0	1.7	1.0	0.5	1.0	12.5±0.43
	ПІТІ (%)	36	40	43	17	25	17	21	20	10	13	24.2%
<b>Загальна кількість домінант у тексті інтернету</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>4г 2м</b>	<b>6</b>	<b>8г 1м</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>8г 1м</b>	<b>60</b>

Аналіз табличних даних дозволяє стверджувати, що адекватність інтерпретації текстів інтернету знаходиться у прямій

залежності від інтернет-спрямованості особистості. Чим більше розвинута мотивація користування, тим точніша інтерпретація. Відтак адекватність та повнота інтерпретації текстів інтернету залежить від специфіки інтернет-спрямованості особистості.

Аналіз динаміки процесу інтерпретації у кожній групі опитуваних все ж таки дозволив встановити низку закономірностей. Зокрема, якість інтерпретації респондентів з розвинутою мотивацією пов'язана з активністю їх рецепції (тут також спрацьовує ефект первинності, перші три тексти було інтерпретовано найкраще) і не залежить від специфіки текстів. Респонденти з ІСО середнього та базового рівня в середньому раціонально осмислюють лише чверть смислового змісту текстів інтернету. Помітно, що досліджувані з ІСО середнього рівня точніше інтерпретують побутові тексти (мем, відгук), ніж користувачі з ІСО базового рівня. Динаміка адекватності та повноти інтерпретації текстів інтернету залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості позначена на графіку (Рис. 3.).



**Рис. 3.** Динаміка адекватності та повноти інтерпретації текстів інтернету залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості

Як видно з графічного зображення, показники успішності інтерпретації неістотно різняться залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості. Більш-менш істотні відмінності зафіксовано щодо тлумачення текстів чату та відгуку, які респондентам з вищим та середнім рівнем ІСО вдалося тлумачитися дещо краще. Такі незначні сплески скоріше за все зумовлені не стільки жанровою своєрідністю виокремлених текстів, скільки

уявленнями щодо їх корисності, поширеними в інтернеті, та відсутністю аналогічного стереотипу у реальному середовищі.

**На етапі емоційної ідентифікації.** Емоційне розуміння містить оцінку зрозумілості текстів інтернету (ОЗТІ) та узгодження емоційного ставлення до текстів інтернету (УЕСТІ). Оцінка зрозумілості текстів інтернету передбачає репрезентацію уявлень респондентів щодо складності текстів інтернету, виражену у формі п'ятибальної шкали, де 1 позначає – зовсім незрозуміло, а 5 – зрозуміло цілком і без варіантів. Результати наведено у таблиці (Табл. 5).

**Таблиця 5.** Оцінка зрозумілості текстів інтернету залежно від інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Середня оцінка зрозумілості тексту інтернету										Середнє значення
	А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж	З	І	
Вищий	4.0	3.9	4.3	3.9	4.1	3.9	3.6	4.1	3.1	3.8	3.9±0.33
Середній	3.8	3.9	4.0	3.8	3.8	3.5	3.6	3.8	3.1	3.6	3.7±0.26
Базовий	3.5	3.7	3.6	3.7	3.6	3.2	3.1	3.5	3.2	3.4	3.5±0.22

Рівень інтернет-спрямованості особистості, орієнтуючись на середні значення, представлені в таблиці, прямо пов'язаний з оцінкою зрозумілості текстів інтернету. Користувачам з ІСО вищого рівня тексти інтернету здаються простішими, ніж досліджуваним з базовою мотивацією використання інтернету. Реалізація потреб через інтернет здається їм простішою, ніж пошук відповідних можливостей у реальному житті, спрацьовує психологічний механізм переносу, відповідно й тексти інтернету оцінюються оптимістичніше. Найлегшими для розуміння, на думку опитуваних з розвинутою мотивацією використання Мережі, виявилися тексти технічного чату, мему та відгуку, тобто тексти жанрів, найбільш характерних для інтернету, що у віртуальному середовищі функціонують значно ширше, ніж у реальному. На відміну від того, респондентам з мотивацією базового рівня здалися найлегшими рекламний текст про пасок та економічне повідомлення про корупцію, тобто тексти, що є однаково поширеними як в інтернеті, так і в реальному медіа світі. Найскладнішим більшість опитуваних визначили текст жартівливого посту з коментарями (що містить

знижену лексику). Проте користувачі з мотивацією базового рівня навіть складніше оцінили технічний пост та політичну новину (тоді як політичний пост оцінили середньою складністю), що свідчить про тенденцію непослідовної та обережної оцінки складності текстів інтернету досліджуваними з цієї групи.

Для визначення адекватності оцінки маємо встановити співвідношення оцінки складності розуміння з показником повноти інтерпретації текстів інтернету, що дозволяє вирахувати показник неадекватності оцінки і встановити коефіцієнт їх співвідношення, для цього середню оцінку складності, отриману від респондентів, переводимо у 100 бальну шкалу та зіставляємо з середнім результатом повноти та адекватності інтерпретації (Табл. 4.), що виражений також у 100 бальній шкалі відсотків. Різницю між цима показниками вважаємо коефіцієнтом неадекватності, що зазначено у таблиці (Табл. 6).

**Таблиця 6.** Адекватність оцінки складності розуміння текстів інтернету залежно від інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Показник	Текст інтернету										Середнє значення	Коефіцієнт неадекватності	Коефіцієнт адекватності
		А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж	З	І			
Вищий	ОЗТІ	4.0	3.9	4.3	3.9	4.1	3.9	3.6	4.1	3.1	3.8	3.9±0.33	50.1	49.9
	бали	80	78	86	78	82	78	72	82	62	76	78±6.60		
	ПТІ (%)	36.0	40.0	53.0	21.0	28.0	20.0	21.0	28.0	18.0	14.0	27.9%		
Середній	ОЗТІ	3.8	3.9	4.0	3.8	3.8	3.5	3.6	3.8	3.1	3.6	3.7±0.26	43.6	56.4
	бали	76	78	80	76	76	70	72	76	62	72	70±5.12		
	ПТІ (%)	36.0	40.0	45.0	20.0	30.0	20.0	20.0	28.0	12.0	13.0	26.4%		
Базовий	ОЗТІ	3.5	3.7	3.6	3.7	3.6	3.2	3.1	3.5	3.2	3.4	3.5±0.22	45.8	54.2
	бали	70	74	72	74	72	64	62	70	64	68	70±4.35		
	ПТІ (%)	36.0	40.0	43.0	17.0	25.0	17.0	21.0	20.0	10.0	13.0	24.2%		

Аналіз статистичних даних дозволяє стверджувати, що досліджуваним з усіх груп тексти інтернету здаються майже вдвічі простішими, ніж це виявилось для них насправді. Про це свідчать показники коефіцієнту адекватності від 49.9 до 56.4. Цікаво, що

найбільше помиляються в оцінці текстів саме користувачі з ІСО вищого рівня, оскільки в цій групі зафіксовано найвищий показник неадекватності – 50.1. Вочевидь, звичка реалізовувати свої потреби в інтернеті, аж ніяк не сприяє адекватності оцінки шляхів їх задоволення. Проте цей факт пояснює певною мірою механізми інтернет-залежності: оскільки інтернет-діяльність реалізується переважно за допомогою текстів, то їх неадекватна оцінка призводить до неадекватної оцінки потенціалу інтернету щодо задоволення потреб. Отже, спосіб задоволення потреб в віртуальному середовищі здається таким користувачам вдвічі ефективнішим, ніж виявляється насправді, тому вони можуть витратити на реалізацію потреб вдвічі більше часу, ніж планували. Найбільш неадекватні оцінки складності в усіх групах користувачів отримали тексти політичних постів та економічних форумів, їх коефіцієнт неадекватності оцінки по різних групах і текстах складає від 55 до 62 балів, така тематика досить поширена і в інтернеті, і в реальному світі. Тож ці тексти здаються респондентам звичними і знайомими і тому, певно, оцінюються як більш прості, проте розібратися у їх змісті досить складна задача для непідготовленого читача.

Загалом, усі оцінки респондентів сильно відрізняються від їх фактичних можливостей інтерпретації цих текстів. Це наводить на думку, що оцінка складності текстів інтернету складне завдання для непідготовленого реципієнта. Ця навичка не формується автоматично з накопиченням досвіду, генезою мисленнєво-мовленнєвого розвитку чи зростанням інтернет-спрямованості особистості, про що свідчить різниця у коефіцієнті неадекватності користувачів з різним рівнем ІСО. А відтак оптимізація оцінки зрозумілості текстів інтернету є завданням спеціального навчання щодо читання текстів віртуального середовища.

Важливим проміжним результатом розуміння на етапі емоційної ідентифікації є узгодженість емоційного ставлення до тексту інтернету, що вираховується як співставлення конотативних оцінок вторинного тексту. Статистичні результати констатуючого експерименту зазначені у таблиці (Табл. 7).

Результати, що представлені у табл. 7, дають підстави стверджувати, що користувачі з вищим та середнім рівнем ІСО ставляться до текстів інтернету здебільшого критично, тоді як опитувані з базовим рівнем ІСО оцінюють тексти переважно

схвально. Відтак, респонденти, яким властиво задовольняти свої потреби через інтернет все ж розуміють, що відповідний потенціал інтернет-текстів є досить обмеженим, але, хоча це й парадоксально, продовжують широко використовувати інтернет-ресурси для реалізації власних потреб. На відміну від них, ті, хто користуються інтернетом для задоволення обмеженого кола потреб та здійснення лише кількох видів діяльності, оцінюють тексти інтернету більш позитивно. Акумуляція такого позитивного підкреплення у свою чергу має закономірно призвести до розширення сфер діяльності у віртуальному середовищі та зростання рівня ІСО.

**Таблиця 7.** Оцінка узгодженості емоційного ставлення до текстів інтернету залежно від інтернет-спрямованості особистості

Рівень інтернет-спрямованості особистості	% узгоджених ставлень до текстів інтернету										Середній % узгоджених ставлень	% респондентів, що висловили своє ставлення	Домінуюче ставлення
	А	Б	В	Г	Д	Е	Є	Ж	З	І			
Високий	30	24	22	22	12	27	22	29	39	25	25.1	65.3	Критичне – А, В, Г, Є, З, І Схвальне – Б, Д, Е, Ж
Середній	28	22	17	19	19	15	23	21	26	15	19.2	71.5	Критичне – А, Г, Д, Е, Є, З, І Схвальне – Б, Ж
Низький	27	16	17	16	16	15	13	6	23	10	16.7	61.4	Критичне – А, Г, Є, З, І Схвальне – Б, В, Д, Е, Ж

Нейтральні оцінки в усіх групах є малочисельними. Найбільше відрізняється ставлення до тексту технічного чату з оптимістичним прогнозом щодо розвитку транспорту, який користувачі з розвинутою мотивацією сприймають здебільшого критично, тоді як досліджувані з ІСО базового рівня схильні довіряти отриманій інформації. Така ж тенденція спостерігається й щодо політичного посту, але менш виражено. Вочевидь, з розвитком інтернет-спрямованості користувачів знижується їх рівень довіри до текстів інтернету (зниження рівня довіри засвідчує зростання критичності, зокрема щодо текстів В, Д, Е з табл. 7).

Загалом, найлегше оцінювати власне ставлення до тексту вдається користувачам з ІСО середнього рівня (72.0% досліджуваних цієї групи зробили це), проте найбільш узгодженими і послідовними є оцінки користувачів з вищим рівнем ІСО (25.1%), на відміну від користувачів з базовою мотивацією (16.7%). Відтак простежується тенденція збільшення узгодженості оцінки з розвитком інтернет-спрямованості особистості. Якісні розбіжності в оцінці текстів пов'язані як з рівнем інтернет-спрямованості особистості, так і з жанрово-тематичними характеристиками текстів інтернету. Зокрема, найскладнішим для користувачів з ІСО вищого рівня виявилось емоційне узгодження щодо тексту жартівливого мему про тротуар. Ці складності закладені конотативною структурою тексту і посилені його презентативністю (асоціативністю), оскільки вербальна частина повідомлення має схвальний характер (створений позитивними конотаціями слова «ідеальний»), тоді як візуальна частина акцентує негативні емоції (пов'язані з поганою дорогою). Досліджувані з ІСО вищого рівня зрозуміли обидва емоційні повідомлення, що й пояснює складності емоційного узгодження. Труднощі узгодженості емоційного ставлення користувачів з ІСО базового рівня стосуються більшою мірою політичних текстів критичного характеру, конотативна структура яких є досить прозорою. Певно, складності оцінки виникли через проекцію політичної позиції читачів на авторські конотації. Невміння відрізнити власне ставлення від авторського є показником низького рівня розвитку читацьких вмінь і напрямком потенційної корекційно-розвивальної роботи. Найбільше схвальних оцінок отримали рекламний текст про пояс та відгук. В цих текстах позитивна авторська оцінка сформована ціною рекламованого товару (яку більшість користувачів оцінили як низьку, прийнятну) та позитивним змістом відгука.

Відтак, оцінкою зрозумілості текстів інтернету прямо пов'язана з рівнем інтернет-спрямованості особистості. Чим більше активно творить користувач інтернету свій контент, тим простішими йому здаються й інші тексти кіберпростору. Користувачам з ІСО вищого рівня тексти інтернету здаються простішими, ніж досліджуваним з базовою мотивацією використання Мережі. Крім того визначено, що користувачі з вищим рівнем ІСО дещо легковажно ставляться до текстів інтернету. Найлегшими для розуміння, на думку опитуваних з розвинутою мотивацією використання Мережі, виявилися тексти

жанрів, найбільш поширених та характерних для інтернету. На відміну від того, респондентам з мотивацією базового рівня здалися найлегшими тексти, що є однаково поширеними як в інтернеті, так і в реальному медіа світі. Зафіксовано, що досліджуваним з усіх груп тексти інтернету здаються майже вдвічі простішими, ніж це виявилось для них насправді. Парадоксально, що найбільше помиляються в оцінці текстів саме користувачі з вищим рівнем ІСО. Певно, звичка реалізовувати свої потреби в інтернеті, аж ніяк не сприяє адекватності оцінки шляхів їх задоволення. Виявлено, що користувачі з вищим рівнем ІСО ставляться до текстів інтернету здебільшого критично, тоді як опитувані з базовим рівнем ІСО оцінюють тексти переважно схвально. Відтак наявність такого позитивного підкреплення у свою чергу має закономірно призвести до розширення сфер діяльності у віртуальному середовищі та зростання рівня ІСО. Крім того виявлено, що розвитком інтернет-спрямованості користувачів знижується їх рівень довіри до текстів інтернету. Також зафіксована тенденція збільшення узгодженості оцінки з розвитком інтернет-спрямованості особистості.

Підсумуємо показники успішності розуміння текстів інтернету залежно від рівня інтернет-спрямованості особистості у табл. 8.

**Таблиця 8.** Залежність успішності розуміння текстів інтернету (у відсотках) від рівня інтернет-спрямованості особистості

Рівень ІСО	Етап рецепції		Етап інтерпретації		Етап емоційної ідентифікації	
	АРТІ	ТОР	АІТІ та ПІТІ	ОЗТІ	УЕСТІ	
Високий	83	50.0	40	27.9	49.9	25.1
Середній	84	42.0	40	26.4	56.4	19.2
Низький	78	38.3	30	24.2	54.2	16.7
Різниця між високим та низьким рівнем (%)	5	11.7	10	3.7	-4.3	8.4
Коефіцієнт кореляції	0.18	0.14	0.09	0.17	0.18	0.16

*Примітка:* прийнятний рівень значущості  $t=0,06$  при  $n=1432$  та  $p=0,05$

Отже, успішність розуміння текстів інтернету на етапі рецепції залежить від рівня інтернет-спрямованості особистості.

Жанрово-тематичні уподобання досліджуваних та динаміка їх зацікавленості опосередковано розкривають їх уявлення щодо корисності текстів інтернету для задоволення потреб. Крім того у досліджуваних з високим рівнем ІСО виявлена тенденція зниження активності рецепції зі зростанням кількості прочитаних текстів, що детермінована ефектом первинності та швидким пересиченням необхідною інформацією. Щодо опитуваних з середнім рівнем ІСО, то зафіксовано, що сплески активності рецепції викликають у них «корисні» тексти. Динаміка активності рецепції респондентів з базовим рівнем ІСО детермінована соціальними та моральними стереотипами про публічний текст. Також було встановлено, що більш мотивовані читачі зазвичай роблять більш точні прогнози за назвою ( $r=0.14$ ) та ілюстрацією ( $r=0.09$ ). Підтверджено, що поглиблення мотивації користування інтернетом та розширення звичних видів та форм діяльності у віртуальному середовищі позначається утворенням інтуїтивної системи ціннісних фільтрів – «пузиря фільтрів». Виявлено низьку якість поверхневого розуміння, що дозволяє адекватно прогнозувати у кращому випадку лише половину текстів інтернету.

Успішність інтерпретації також залежить від рівня інтернет-спрямованості особистості ( $r=0.17$ ). Успішність інтерпретації респондентів з розвинутою мотивацією пов'язана з активністю їх рецепції і не залежить від специфіки текстів. Щодо опитуваних з середнім та базовим рівнем ІСО якість та повнота їх інтерпретації текстів інтернету також не пов'язана зі своєрідністю інтернет-тексту, а скоріше за все корелює з їх уявленнями щодо суб'єктивної корисності даного тексту.

Успішність розуміння текстів інтернету на етапі емоційної ідентифікації певною мірою залежить від рівня інтернет-спрямованості особистості. З поглибленням віртуального життя користувачі оцінюють тексти інтернету більш однорідно. Їм легше вдається усвідомлювати власне ставлення до текстів інтернету, воно стає більш узгодженим. Проте, усі читачі більше ніж у половині випадків недооцінюють складність текстів інтернету, поділяють тексти на схвальні та критичні. З розвитком інтернет-спрямованості адекватність оцінки текстів не зростає, а, навпаки, погіршується, проте зростає усвідомленість оцінки (тому між ОЗТІ та ІСО позитивна кореляція 0.18). Натомість рівень узгодженості

емоційного ставлення покращується ( $r=0.16$ ). Досліджуваним з усіх груп тексти інтернету здаються майже вдвічі простішими, ніж це виявилось для них насправді.

## Висновки

Високий рівень інтернет-спрямованості особистості сприяє активізації рецепції та точності очікувань реципієнтів, позначаючись поліпшенням орієнтації у кіберпросторі, адаптації до його умов, більш успішним прогнозами змісту текстів інтернету, більш послідовним ставленням до вербального середовища Мережі. Проте якість та повнота трактування текстів інтернету майже не прогресує з поглибленням мотивації використання інтернету, а адекватність оцінки складності текстів інтернету навіть знижується.

У подальших дослідженнях плануємо проаналізувати значимість об'єктивних чинників (зумовлених специфікою текстів інтернету) в процесі розуміння текстів інтернету.

## Література

- Ван, Шилу. (2013). Інтернет-зависимость у участников компьютерных игр. *Дисс. канд. психол. наук*. Москва. 216 с.
- Войскунский, А.Е. (2013). Актуальность психологии Интернета. Ю.П. Зинченко, А.Е. Войскунский, Т.В. Корнилов (Ред.), *Материалы Всероссийской научной конференции «Идеи О.К. Тихомирова и А.В. Брушлинского и фундаментальные проблемы психологии (к 80-летию со дня рождения)*. (Москва, 30.05.2013 – 1.06.2013), (с. 50–52). Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.
- Горошко, Е.И. (2009). Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. *Жанры речи*, 6, 11–27.
- Дейк, ван, Т.А., & Кинч, В. (1988). Стратегии понимания связного текста. *Новое в зарубежной лингвистике*, 23, 153–211.
- Ерохин, Д.О. (2011). Информационная среда как фактор формирования ценностей молодежи. *Дисс. канд. психол. наук*. Москва.
- Карр, Н. (2013). *Пустышка. Что Интернет делает с нашими мозгами* (Пер. с англ. П. Миронова). Санкт-Петербург: BestBusinessBooks.
- Компанцева, Л.Ф. (2009). *Интернет-лінгвістика*. Київ: Наук.-вид. відділ НАСБ України.
- Леонтьев, А.А. (2001). *Язык и речевая деятельность в общении и педагогической психологии*. Москва: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК».
- Лукина, Н.А. (2013). Психологические особенности опосредованного Интернетом межличностного общения студентов. *Дисс. канд. психол. наук*. Самара.

- Лутовинова, О.В. (2013). Языковая личность в виртуальном дискурсе. *Автореф. дисс. докт. филол. наук*. Волгоград.
- Мелешников, А.А. (2010). Восприятие личности по фотографии при общении в Интернет: на материале сайтов знакомств. *Дисс. канд. психол. наук*. Ярославль.
- Наумова, Т.А. (2008). Образ «Я» Интернет-зависимых и Интернет-независимых социальных агентов в виртуальном пространстве. *Дисс. канд. психол. наук*. Ярославль.
- Немеш, О.М. (2015). *Практична психологія віртуальної реальності*. (Монографія). Київ: Видавничий дім «Слово».
- Пиголенко, І.В. (2007). Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ «КПІ»). *Автореф. дисс. канд. філос. наук*. Київ. Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова.
- Посохова, В.В. (2006). Соціально-психологічні особливості формування життєвих планів Інтернет-залежної молоді. *Автореф. дисс. канд. психол. наук*. Київ: Ін-т соц. та політ. психології АПН України.
- Романов, И.В. (2005). Влияние интернет-среды на индивидуально-психологические качества пользователей научно-информационных сайтов. *Дисс. канд. психол. наук*. Иваново.
- Смолл, Г., & Ворган, Г. (2011). *Мозг онлайн. Человек в эпоху интернета* (Пер. с англ. Б. Козловского). Москва: Колибри, Азбука-Атикус.
- Турецька, Х.І. (2011). Особистісна ідентичність схильних до Інтернет-залежності осіб. *Автореф. дисс. канд. психол. наук*. Київ: НАПН України; Ін-т соц. та політ. психології.
- Харченко, Н.В. (2019). Психологія розвитку аудіювання у дітей дошкільного віку. *Автореф. дис. д-ра психол. наук*. Переяслав.
- Шевченко, И.С. (2002). Вариативность самопрезентации личности в Интернет-общении. *Автореф. дисс. канд. психол. наук*. Казань.
- Шпитцер, М. (2014). *Антимозг: цифровые технологии и мозг* (Пер. с нем. А.Г. Гришина). Москва: АСТ.
- Щипицина, Л.Ю. (2011). Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка). *Автореф. дисс. докт. филол. наук*. Воронеж.
- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Riva, G., & Galimberti, C. (Eds.). (2001). *Cyberpsychology: Mind, cognition and society in the Internet age*. Amsterdam: IOS Press.
- Dresner, E. (2005). The Topology of Auditory and Visual Perception, Linguistic Communication, and Interactive Written Discourse. *Language@Internet*. URL [http://www.languageatinternet.de/articles/2005/161/index\\_html/](http://www.languageatinternet.de/articles/2005/161/index_html/)
- Ferrara, K., Brunner, H, & Whitemore, G. (1991). Interactive written discourse. *Written Communication*, 8, 8–34. <https://doi.org/10.1177/0741088391008001002>
- Herring, S. (2010). Computer-Mediated Conversation: Introduction and Overview. *Language@Internet*. URL [http://www.languageatinternet.de/articles/2010/2801/index\\_html](http://www.languageatinternet.de/articles/2010/2801/index_html)
- Kraut, R. et al. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.9.1017>
- Mantovani, G. (1996). *New Communication Environments: From Everyday to Virtual*. London: Taylor & Francis.

- Maslow, A. (1987). *Motivation and Personality* NY: Addison-Wesley.
- Young, K.S. (1998). *Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet Addiction – and a Winning Strategy for Recovery*. New York: John Wiley & Sons.

## References

- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deyk, van T.A., & Kinch, V. (1988). Strategii ponimaniya svyaznogo teksta [Strategies for understanding of coherent text]. *Novoye v Zarubezhnoy Lingvistike – New in Foreign Linguistics*, 23, 153–211 [in Russian].
- Dresner, E. (2005). The Topology of Auditory and Visual Perception, Linguistic Communication, and Interactive Written Discourse. *Language@Internet*. URL [http://www.languageatinternet.de/articles/2005/161/index\\_html/](http://www.languageatinternet.de/articles/2005/161/index_html/)
- Ferrara, K., Brunner, H., & Whittemore, G. (1991). Interactive written discourse. *Written Communication*, 8, 8–34. <https://doi.org/10.1177/0741088391008001002>
- Goroshko, Ye.I. (2009). Internet-zhanr i funktsionirovaniye yazyka v Internete: popytka refleksii [The Internet genre and the functioning of a language on the Internet: an attempt at reflection]. *Zhanry rechi – Speech Genres*, 6, 11–27 [in Russian].
- Herring, S. (2010). Computer-Mediated Conversation: Introduction and Overview. *Language@Internet*. URL [http://www.languageatinternet.de/articles/2010/2801/index\\_htm](http://www.languageatinternet.de/articles/2010/2801/index_htm)
- Karr, N. (2013). *Pustyshka. Chto Internet delayet s nashimi mozgami [Soother. What the Internet does with our brains]*. St. Petersburg: BestBusinessBoks [in Russian].
- Kharchenko, N. (2019). Psykholohiia rozvytku audiiuvannia u ditei doshkilnoho viku [Psychology of the Development of Listening Comprehension in Children of Preschool Age]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Pereiaslav [in Ukrainian].
- Kompantseva, L.F. (2009). *Internet-lingvistyka [Internet linguistics]*. Kyiv: Nauk.-vyd. viddil NA SB Ukrainy [in Ukrainian].
- Kraut, R. et al. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.9.1017>
- Leontiev, A.A. (2001). *Yazyk i rechevaya deyatelnost v obshchenii i pedagogicheskoy psikhologii [Language and Speech Activity in Communication and Educational Psychology]*. Moscow: Moskovskiy psikhologo-sotsialnyy institute; Voronezh: NPO «MODEK» [in Russian].
- Lukina, N.A. (2013). Psikhologicheskiye osobennosti oposredovannogo Internetom mezhlichnostnogo obshcheniya studentov [Psychological features of the Internet-mediated interpersonal communication of students]. *Candidate's thesis*. Samara [in Russian].
- Lutovinova, O.V. (2013). Yazykovaya lichnost v virtualnom diskurse [Linguistic personality in Virtual Discourse]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Volgograd [in Russian].
- Mantovani, G. (1996). *New Communication Environments: From Everyday to Virtual*. London: Taylor & Francis.
- Maslow, A. (1987). *Motivation and Personality*. NY: Addison-Wesley.
- Meleshnikov, A.A. (2010). Vospriyatiye lichnosti po fotografii pri obshchenii v Internet: na materi ale saytov znakomstv [Perception of personality by photography while communicating on the Internet: on the material of dating sites]. *Candidate's thesis*. Yaroslavl [in Russian].

- Naumova, T.A. (2008). *Obraz «Ya» Internet-zavisimykh i Internet-nezavisimykh sotsialnykh agentov v virtualnom prostranstve* [The image of the «I» of Internet-dependent and Internet-independent social agents in the virtual space]. *Candidate's thesis*. Yaroslavl [in Russian].
- Nemesh, O.M. (2015). *Praktychna psykholohiya virtualnoyi realnosti* [Practical psychology of Virtual Reality]. Kyiv: Vydavnychyy dim «Slovo» [in Ukrainian].
- Posokhova, V.V. (2006). *Sotsialno-psykholohichni osoblyvosti formuvannya zhytlyevykh planiv Internet-zaleznoyi molodi* [Socio-psychological features of the formation of life plans of Internet-addicted youth]. *Extended abstract of Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
- Pyholenko, I.V. (2007). *Internet-tekhnoholihi yak zasib formuvannya tsinnisnykh oriyentatsiy student-stva na shlyakhu do informatsiyoho suspilstva (na prykladi NTUU «KPI»)* [Internet Technologies as a Means of Forming Students' Value Orientations on the Way to the Information Society (on the example of NTUU «KPI»)]. *Extended abstract of Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
- Riva, G., & Galimberti, C. (Eds.). (2001). *Cyberpsychology: Mind, cognition and society in the Internet age*. Amsterdam: IOS Press.
- Romanov, I.V. (2005). *Vliyaniye internet-sredy na individualno-psikhologicheskoye kachestva polzovateley nauchno-informatsionnykh saytov* [The influence of the Internet environment on the individual psychological qualities of users of scientific information sites]. *Candidate's thesis*. Ivanovo [in Russian].
- Shevchenko, I.S. (2002). *Variativnost samoprezentatsii lichnosti v Internet-obshchenii* [Variability of personal self-presentation in Internet communication]. *Extended abstract of Candidate's thesis*. Kazan [in Russian].
- Shhipicina, L.Ju. (2011). *Kompleksnaya lingvisticheskaya harakteristika komp'yuterno-oposredovannoy kommunikatsii (na materiale nemeckogo yazyka)* [Complex Linguistic Characteristics of Computer-mediated Communication (based on the German Language)]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Voronezh [in Russian].
- Shpittser, M. (2014). *Antimozg: tsifrovyye tekhnologii i mozg* [Anti-brain: Digital Technologies and the Brain]. (Trans. by A.G. Grishina). Moscow: AST [in Russian].
- Smoll, G., & Vorgan, G. (2011). *Mozg onlayn. Chelovek v epokhu interneta* [The brain is online. Man in the era of the Internet]. Moscow: Kolibri, Azbuka-Atikus.
- Turetska, Kh.I. (2011). *Osobystisna identychnist skhylnykh do Internet-zalezhnosti osib* [Personal identity of People Prone to Internet Addiction]. *Extended abstract of Candidate's thesis*. Kyiv [in Ukrainian].
- Van, Shilu (2013). *Internet-zavisimost u uchastnikov kompyuternykh igr.* [Participants in computer games have Internet addiction]. *Doctor's thesis*. Moscow [in Russian].
- Voyskunskiy, A.Ye. (2013). *Aktualnost psikhologii Interneta* [The relevance of the psychology of the Internet]. In Yu.P. Zinchenko, A.E. Voiskunsky & T.V. Kornilov (Eds.), *Materialy Vserossiyskoj nauchnoj konferentsii «Idei O.K. Tikhomirova i A.V. Brushlinskogo i fundamentalnyye problemy psikhologii (k 80-letiyu so dnya rozhdeniya)*. (Moscow, 30.05.2013 – 1.06.2013). – *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference «Ideas by O.K. Tikhomirova and A.V. Brushlinsky and the fundamental problems of psychology (on the 80<sup>th</sup> anniversary of his birth)*». (Moscow, 30.05.2013 – 1.06.2013), (pp. 50–52). Moscow: Moskovskiy gosudarstvennyy universitet imeni M.V. Lomonosova [in Russian].

Yerokhin, D.O. (2011). Informatsionnaya sreda kak faktor formirovaniya tsnostey molodezhi [Information environment as a factor in the formation of youth values]. *Doctor's thesis*. Moscow [in Russian].

Young, K.S. (1998). *Caught in the Net: How to Recognize the Signs if Internet Addiction – and a Winning Strategy for Recovery*. New York: John Wiley & Sons.

## ДОДАТКИ

### Текст А

НЕ ПРОПУСТИ!  
Шнековая  
соковыжималка  
Hotpoint Ariston SJ 15XL UPO

СУПЕРЦЕНА

3 999 ₴

Купить

### Текст Б

prom Каталог товаров Я ищу... Товары на сайте Оплата и доставка Контакты

dino Dino

Код: D902-140  
Ремень 693160000 K2 Чёрный

В наличии

141 грн.

Купить

+38001479253 Купить в 1 клик

380 позвонит менеджер  
Отправить сообщение  
Добавить в избранное

Дино: Италия-Франкфурт  
Где-то работает  
Все предложения продавца

Рейтинг продавца  
★★★★★  
100% положительных из 21 отзыва

Сертифицированная компания  
3 года на портале  
10 минут — время ответа компании

Способы оплаты: Оплата картой Visa, Mastercard... Еще 2 способа




Способы доставки: Самовывоз, Доставка курьером... Еще 3 способа

Условия возврата: Региональная доставка

Защита покупки на 3 000 грн

Чат

## Текст В


<a href="#">mam</a> Активний учасник	 <b>Безпілотні трамваї</b> Через пару десятків років весь транспорт перейде на електрику. Відмінуть звичні тролейбуси. Їх місце займуть безпілотні трамваї. В Китаї запустили перший безпілотний трамвай. <a href="http://www.epravda.com.ua/news/2017/08/2/627680/">http://www.epravda.com.ua/news/2017/08/2/627680/</a>
<a href="#">yarko3</a> Banned	 <b>Відповідь: Безпілотні трамваї</b> Можливо не весь на електрику. Частина машин може залишитися на метані/пропані, який будуть синтезувати з атмосферної вуглекислоти і води.
<a href="#">mam</a> Активний учасник	 <b>Відповідь: Безпілотні трамваї</b> Скоріше на торфї ) Хто побагаче буде на Теслах ганяти...

## Текст Г

🔒 <https://forum.finance.ua/topic167532.html>

🔍 Google  наука  кино  идеи  торг  поездки  информация

---

  
R2  
Робот новин  
Повідомлень: 84870  
З нами з: 14.05.04  
Подякував: 0 раз.  
Подякували: 119 раз.  
[Профіль](#)

🕒 Додано: Вів 24 бер, 2015 14:08

**Безпека дорогого коштує: Південно-Західна залізниця найняла**


Пропонуємо до обговорення:

ДТГО "Південно-Західна залізниця" уклало угоду з ТОВ "ФПО" на послуги охорони об'єктів та територій

Дивися повний текст Безпека дорогого коштує: Південно-Західна залізниця найняла охорону за 11 мільйонів.

[Відповісти](#) [Цитата](#)

---

  
Yur1984  
Повідомлень: 1124  
З нами з: 21.05.14  
Подякував: 429 раз.  
Подякували: 384 раз.  
[Профіль](#)


🕒 Додано: Вів 24 бер, 2015 14:08

Денги как воровали, так и воруют. Причем через те же фирмы тех же людей.

Обіцяв - виконай! Порошенко каже "курс не має бути вище 10".  
<https://www.youtube.com/watch?v=fLDQY7hZMPs>

[Відповісти](#) [Цитата](#)

---

  
lgorten  
Повідомлень: 3162  
З нами з: 01.11.11  
Подякував: 29 раз.  
Подякували: 926 раз.  
[Профіль](#)

🕒 Додано: Вів 24 бер, 2015 14:16

С "кормушкой" может быть непонятка в связи с последними движениями, посему решили ускорить процесс обогащения :)

[Відповісти](#) [Цитата](#)

Текст Д

## Довжина тротуару ідеальна для моїх пробіжок



Текст Е

***Пост-бумеранг: як одна публікація може зробити диво?***

*Жив собі невеличкий сайт про київський мікрорайон Відрадний. Збирав на день по 50–70 відвідувачів, які без особливого ентузіазму читали публікації про новини з життя у цій місцевості. Та одного разу я (адмін сайту) вирішила поєднати в одному пості пораду писати про те, що цікаво самому автору, з простим маркетинговим ходом. Лінк за лінк – за таким принципом почала діяти розкрутка нової публікації.*

## Текст Є

НГ: «Смерчі» за східною ціною  
17 серпня 2012, 09:34



Фото: АР

Україна все ж могла постачати зброю Вірменії, вважають у Баку. Офіційні особи України спростували інформацію про прихований продаж зброї Вірменії через Молдову, про що днями повідомили українські ЗМІ. Проте експертне співтовариство Азербайджану дотримується думки, що спроба вчинення подібної угоди могла мати місце, – пишуть Сохбет Мамедов і Світлана Гамова в російській Независимой газете.

## Текст Ж

**Суханова Вика.** Получили соковыжималку, уже успели протестировать и спешу написать отзыв. Очень много читала о пользе сока именно со шнековой соковыжималки. Поэтому выбрала эту! Делали сок из морковки, яблок, сельдерея, тапинамбура, апельсин, грейфрут. Все очень хорошо передается. Жмых достаточно сухой (я с него ещё иногда что-то делаю), по сравнению с центробежной соковыжималку. Очень рекомендую.

**Достоинства:** Сок потрясающе вкусный

**Недостатки:** нет

### Текст 3

*Іхали козаки чоловік 120... Продовжіть далі... (33 коментаря на 5.10.18 Учасники 185 883).*



[Кротевич Василь Станіславович](#) *Ой підманули, ой підманули Галю)*



[Yura Nechiporyuk](#) *Підманули Галю стаття 117*



[Галина Небор Таак](#), *ану швидко розясніть, шо то за статті такі)))*



[Oksana Varanyuk](#) *Та най їдуть далі)))*



[Люда Рахимова](#) *Підманули Галю стаття 117*



[Володимир Володимир](#) *Всім дівчатам у селі тепер не до танців*



[Олексій Кузик](#) *Чого тільки Галя фігурує в цих дурнуватих цитатах? Тим більше написаних абсолютно безграмотно?*



[Olek Hal](#) *верталися до дому бо в галі прищ на сраці)*



[Наташа Брюханова](#) *і доїхали на війну, і війну прикінчили, – і вернулись до своїх Галь. а юристам пора шукати номер статті «про укладення шлюбу»*



[Леонід Сидоренко](#) *і стали шоб на захарченка посрать))*



[Іванна Козак](#) *Випили горілки, літрів Пн*

### Текст І

***Петро Порошенко був (була) в ефірі. 20 вересня о 10:35***

*Перша реакція світу на окупацію Криму виявилася напрочуд млявою та беззубою. Та навіть тепер – після тисяч спричинених Росією жертв на Донбасі, після МН17, після Сирії, після Солсбері – на Заході чимало охочих зазирнути Путіну в душу, чи ще не знаю куди. Глибоко помиляється той, хто думає, ніби російська агресія*

забезпечує нам автоматичну підтримку на Заході. За підтримку треба боротися щодня.

За чотири з половиною роки нам вдалося не просто створити і зберегти потужну трансатлантичну коаліцію на підтримку України, а й значно розширити і зміцнити її.



1,6 тис. коментарів

818 Shares

81 тис. Переглядів



[Vlad Svidlo](#) 15:22 Порох умница, если б еще «простые люди» чаще мозг включали чтоб понять что он делает для страны



[Larissa Ziaziun](#) 9:49 Пора вже обирати нормальний Парламент! А тих, хто виходить з залу під час виступу Президента, в зал більше не впускати, а гнати звідтам! Пора вже зняти з тих негідників недоторканість!

## АНОТАЦІЯ

**Мета дослідження.** У статті представлено результати емпіричного дослідження впливу інтернет-спрямованості особистості (зміни особистості в інтернеті, її типова поведінка у кіберпросторі) на розуміння нею текстів інтернету.

**Методики дослідження.** Для цього використано теоретичні методи і методики: дедуктивний, індуктивний методи, аналіз та синтез, узагальнення, систематизацію; емпіричні методи: експеримент (семантизуючий та рецептивний), метод семантичних і прагматичних інтерпретацій, контент-аналіз, процедуру суб'єктивного шкалування; математичні методи: первинної статистики, статистичного виводу, з врахуванням статистичних показників моди та розмаху варіації, кореляційний аналіз; а також низку інтерпретаційних методів, що ґрунтуються на принципах системного, діяльнісного, когнітивного, психолінгвістичного підходів.

**Результати.** Автор виділяє залежно від мотивації та креативності поведінки користувача в інтернеті три типи інтернет-спрямованості особистості.

До базового рівня інтернет-спрямованості належать користувачі, що звертаються до інтернету з метою задоволення базових потреб щодо їжі, фізіології, безпеки та приналежності до певної спільноти, маючи на меті пошук відповідної інформації. Вищий рівень інтернет-спрямованості особистості передбачає, що користувач звертається до інтернету, маючи на меті задоволення вищих потреб, пов'язаних з повагою від оточуючих та самовдосконаленням й самореалізацією, що вимагає вже не лише споживання, а й створення контенту. Середній рівень є проміжним між ними.

**Висновки.** В результаті емпіричного дослідження за участю 716 респондентів з різних регіонів України було виявлено, що високий рівень інтернет-спрямованості особистості сприяє активізації рецепції та точності очікувань реципієнтів, позначаючись поліпшенням орієнтації у кіберпросторі, адаптації до його умов, більш успішним прогнозами змісту текстів інтернету, більш послідовним ставленням до вербального середовища Мережі. Проте якість та повнота трактування текстів інтернету майже не прогресує з поглибленням інтернет-спрямованості, а адекватність оцінки складності текстів інтернету навіть знижується.

**Ключові слова:** розуміння, текст інтернету, сприйняття, інтерпретація, емоційна ідентифікація, мотивація, поведінка користувача, інтернет-спрямованість особистості.

**Акімова Наталія, Барабаш Вікторія & Усик Елена. Роль інтернет-направленности личности в процессе понимания текстов интернета**

#### **АННОТАЦИЯ**

**Цель исследования.** В статье представлены результаты эмпирического исследования влияния интернет-направленности личности (изменения личности в интернете, ее типичное поведение в киберпространстве) на понимание ею текстов интернета.

**Методики исследования.** Для этого использованы теоретические методы и методики: дедуктивный, индуктивный методы, анализ и синтез, обобщение, систематизацию; эмпирические методы: эксперимент (семантизирующий и рецептивный), метод семантических и прагматических интерпретаций, контент-анализ, процедура субъективного шкалирования; математические методы: первичной статистики, статистического вывода, с учетом статистических показателей моды и размаха вариации, корреляционный анализ; а также ряд интерпретационных методов, основанных на принципах системного, деятельностного, когнитивного, психолингвистических подходов.

**Результаты.** Автор выделяет в зависимости от мотивации и креативности поведения пользователя в интернете три типа интернет-направленности личности. К базовому уровню интернет-направленности относятся пользователи, которые обращаются к интернету с целью удовлетворения базовых потребностей в пище, физиологии, безопасности и принадлежности

к определенному сообществу путем поиска соответствующей информации. Высокий уровень интернет-направленности личности предполагает, что пользователь обращается к интернету с целью удовлетворения высших потребностей, связанных с уважением, самосовершенствованием и самореализацией, что требует уже не только потребления, но и создания контента. Средний уровень является промежуточным между ними.

**Выводы.** В результате эмпирического исследования с участием 716 респондентов из разных регионов Украины было выявлено, что высокий уровень интернет-направленности личности способствует активизации рецепции и точности ожиданий реципиентов, сопровождается улучшением ориентации в киберпространстве, адаптации к его условиям, более успешными прогнозами содержания текстов интернет, более последовательным отношением к вербальной среде Сети. Однако качество и полнота интерпретации текстов интернета почти не прогрессирует с эволюцией интернет-направленности, а адекватность оценки сложности текстов интернета даже снижается.

**Ключевые слова:** понимание, текст интернета, восприятие, интерпретация, эмоциональная идентификация, мотивация, поведение пользователя, интернет-направленность личности.