

**Н. С. Малєєва**

кандидат психологічних наук,  
науковий співробітник лабораторії психології спілкування  
Інститут соціальної та політичної психології  
Національної академії педагогічних наук України

## ПРОВІДНІ МОТИВИ КОРИСТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ МОЛОДДЮ З РІЗНИМ РІВНЕМ ЗАХОПЛЕНОСТІ КІБЕРПРОСТОРОМ

*У статті висвітлено результати дослідження провідних мотивів користування соціальними мережами молоддю з різним рівнем мережевої захопленості. Описано відмінності провідної мотивації та інтенсивності користування соціальними мережами. Визначено, що мотивація користувачів соціальних мереж певним чином впливає на вибір, зміст та ефективність комунікативних практик, що розгортаються в процесі мережевої взаємодії.*

**Ключові слова:** соціальні мережі, мотивація, комунікативні практики, кіберпростір, залежність від соціальних мереж.

**Постановка проблеми.** Завдяки появі та розвитку всесвітньої мережі Інтернет перед користувачами мережевого простору відкривається велика кількість різноманітних можливостей. Від специфіки соціальної мережі, ступеню прояву довіри між співрозмовниками, від конкретних цілей і мотивації членів віртуальної мережі залежить, які саме комунікативні практики реалізуються в процесі онлайн-комунікації, якість та ефективність мережевого спілкування, реалізація мети перебування у кіберпросторі тощо. Крім того, користування соціальними мережами має суттєві негативні наслідки, такі як порушення етичних і моральних норм, агресивні форми комунікації, конфліктність, надмірна захопленість молоддю соціальними мережами та залежність від них. З метою пошуку шляхів профілактики кіберзалежності молодих людей і конструктивної організації ними комунікативного онлайн-простору більш детального вивчення потребують мотиваційні чинники звернення сучасної молоді до кіберпростору, зокрема до соціальних мереж.

Про особливості та властивості соціальних мережак нового типу спільнот, що виникають і функціонують у кіберпросторі, говорять О.П. Белінська, Т.О. Галіч, Г.В. Градосельська, Є.І. Нестерова, В.Ю. Нестеров, В.Л. Сілаєва. Психологічні феномени міжособистісної взаємодії, опосередкованої новітніми інформаційними технологіями, вивчали О.П. Белінська, О.Є. Войскунський, А. Голдберг, А.Є. Жичкіна, А.Л. Радкевич, серед вітчизняних вчених – І.В. Кузнєцова, Б.П. Лазоренко, Т.О. Ларіна, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдюнова, О.В. Петрунько, В.В. Посохова, Х.І. Турецька, М.В. Яворський та ін.

Проблема Інтернет-залежності як явища досліджується в контексті гендерних особливостей (Г. Вілдер, Р. Вільямс, С. Макі, С. Фаренга), особистісної ідентичності схильних до кіберзалеж-

ності (Х.І. Турецька), специфіки життєвого планування Інтернет-залежної молоді (В.В. Посохова), особливостей ігрової залежності (В.В. Зайцев, О.В. Литвиненко, Т.О. Мотрук, С.І. Степанова), залежності від соціальних мереж як виду Інтернет-адикції (М. Гріффітс, О.Є. Поліванова, М. Шоттон, К. Янг, С.Г. Яновська), мотивації користування (В.М. Фатурова). Попри значну увагу науковців до проблеми, досі бракує ґрунтовного вивчення особливостей конструювання мережної комунікації молоді, зокрема її провідної мотивації перебування онлайн [1–4; 6].

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є аналіз дослідження провідних мотивів користування соціальними мережами молоддю з різним рівнем мережевої захопленості.

Таким чином, для аналізу провідних мотивів користування соціальними мережами молоддю з різним рівнем захопленості кіберпростором нами були визначені такі **завдання**:

1. Визначити рівень захопленості молоді соціальними мережами.
2. Проаналізувати відмінності провідної мотивації користування соціальними мережами молоді з різним рівнем мережевої захопленості.
3. Розкрити роль мотиваційної сфери користувачів соціальних мереж у процесі розгортання мережевої комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** У дослідженні провідних мотивів користування соціальними мережами взяли участь особи віком від 18 до 35 років, активні користувачі соціальних інтернет-мереж із різним досвідом їх використання. Загальна кількість випробуваних становила 272 особи.

Для визначення рівня залежності досліджуваних від соціальних інтернет-мереж був використаний опитувальник, спрямований на розкриття міри захопленості Інтернетом (PI3) В.В. Посохової [5]. Отримані дані були нами розподілені відповідно

до шкал, які надають можливість визначити три типи користувачів соціальних мереж. За показниками рівня інтенсивності користування молодими людьми соціальними інтернет-мережами було виявлено такі групи (рис. 1):

– вільних від залежності – 170 осіб, що складає 63% користувачів;

– передзалежних – 80 осіб, а саме 29% користувачів, що мають певні проблеми, пов'язані з надмірним захопленням соціальними мережами;

– схильних до залежності від соціальних мереж – 22 особи, що становить 8% користувачів.

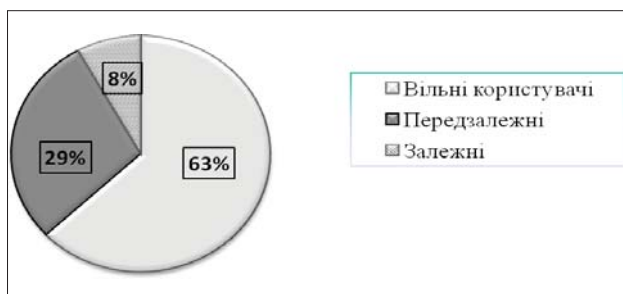


Рис. 1. Відсотковий розподіл молоді за показниками рівня захопленості соціальними мережами

Отже, ми можемо побачити, що 63% – а це більшість від загальної кількості опитаних – користуються соціальними мережами, не набуваючи рис залежної поведінки. Вони виявляють зацікавленість до онлайн-спілкування, вбачають послуги, якими користуються у соціальних мережах, корисними та цікавими, такими, що значно оптимізують процес комунікації в цілому, та водночас не вважають мережне спілкування пріоритетним.

Для визначення провідної мотивації користування соціальними мережами (комунікативними інтернет-сервісами) ми використали *анкету мотивації використання Інтернету* В.М. Фатурової [6], спрямовану на визначення найбільш розповсюджених мотивів, провідної тематики інформації та найбільш популярних мережеских послуг, що найбільше цікавлять користувачів кіберпростору. Відповіді визначають у відсотках частку респондентів, що відзначають наявність перерахованих мотивів власної діяльності у кіберпросторі. Таким чином, досліджувані могли обирати декілька відповідей одночасно, тому їх загальна сума перевищує 100%. Нижче подано результати розподілу

Таблиця 1

#### Мотиви перебування молоді у кіберпросторі залежно від інтенсивності користування соціальними мережами (%)

Мотиви користування соціальними мережами	Рівні інтенсивності користування соціальними мережами			Всього осіб, що керуються цими мотивами
	незалежні	передзалежні	залежні	
<b>діловий</b>	<b>46,4%</b>	<b>28,7%</b>	<b>13,6%</b>	38,6%
<b>пізнавальні:</b>				
– освітній	34,1%	7,5%	9,1%	24,3%
– науковий	27,6%	2,5%	0%	18,4%
– підвищення розвивального інтелекту, соціальної ерудиції	27,0%	10%	9,1%	20,5%
– пошук «негативної» інформації (порно, насильство, тероризм тощо)	5,2%	10%	9,1%	6,6%
– пошук цікавої або розважальної інформації	60%	52,5%	22,7%	54%
<b>комунікативний:</b>				
– обмін повідомленнями з онлайн-друзями	74,7%	71,2%	41%	70,6%
– обмін відео, аудіо	41,1%	41,2%	32%	39,7%
– комунікація під час онлайн-гри	5,2%	20%	13,6%	9,9%
– коментувати записи онлайн-друзів	10%	28,7%	18,2%	15,4%
<b>самоствердження:</b>				
– самоактуалізація	6,4%	8,8%	13,6%	7,7%
– «досягнення»	4,1%	16,3%	13,6%	8,1%
– підвищення самооцінки	4,1%	12,5%	13,6%	7,4%
<b>ігровий та рекреаційний:</b>				
– ігри	15,8%	21,3%	0%	16,9%
– музика	28,8%	23,4%	0%	25,7%
– відеокліпи, фільми	17%	11,3%	0%	14,7%
<b>афіліативний:</b>				
– знаходити нових друзів	8,2%	20%	0%	11,4%
– приєднуватися до нових віртуальних референтних груп за інтересами	4,1%	11,3%	0%	5,9%
– зустріти своє кохання або партнера для близьких стосунків	2,9%	6,3%	4,5%	4%
<b>самореалізація</b>	5,2%	0%	9,1%	11,4%
Всього користувачів:	100%	100%	100%	100%

мотивів перебування молоді у соціальних інтернет-мережах.

Аналізуючи мотиви, що спонукають користувачів до перебування у соціальних мережах залежно від рівня адикції, можна стверджувати, що у *групі вільних користувачів* домінують мотиви: обмін повідомленнями з онлайн-друзями – 74,7%; пошук цікавої або розважальної інформації – 60%; діловий мотив – 46,4%; обмін відео- й аудіоконтентом – 41,1%, музика – 28,8%.

За допомогою обміну повідомленнями вільні користувачі реалізують потребу у спілкуванні, прив'язаності та підтримці. Тому в соціальних мережах для них важливу роль відіграють зручні та спрощені умови для нових знайомств і можливість спілкуватися з великою кількістю друзів одночасно. Це говорить про їх відкритість до спілкування, бажання розширювати власний комунікативний простір, встановлювати дружні стосунки. Для них також важливе значення мають міжособистісні стосунки зі своїми друзями та знайомими. Вони охоче створюють колективні діалоги, стежать за новинами та діляться фотографіями, відео- й аудіоконтентом, хочуть бути в курсі їх повсякденного життя, новин і пліток тощо.

Доволі високий відсоток користувачів, що демонструють наявність ділового мотиву, говорить про те, що вони практикують у соціальних мережах свою діяльність. Основною метою цих користувачів є професійна самореалізація, навчання, просування та реклама своєї діяльності, формальна комунікація з колегами тощо. Водночас, окрім ділових справ, вільні користувачі використовують соціальні мережі з метою відпочинку, переглядаючи та обмінюючись із онлайн-друзями цікавою та розважальною інформацією.

Розважальний контент допомагає їм розслабитися, переключитися та відволіктися, зробивши перерву у роботі або навчанні, знизити рівень напруги, що виникає протягом насиченого дня. Крім того, підвищення настрою та позитивні емоції сприяють підвищенню стресостійкості, гармонізації емоційної сфери.

У *групі передзалежних користувачів* виражений мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями – 71,2%; пошуку цікавої або розважальної інформації – 52,5%; обміну відео- й аудіоконтентом – 41,2%. Порівняно з вибіркою користувачів, вільних від залежності, діловий мотив (28,7%) та музичний (23,4%) виражені менше. Майже вдвічі вищим є показник вираженості мотиву пошуку «негативної» інформації (порно, насильство, тероризм), а саме 10%, порівняно з 5,2% для попередньої вибірки й афіліативного мотиву (знаходити нових друзів) – 20%, порівняно з 8,2% у вільних від мережевої залежності молодих людей.

Отримані дані демонструють прагнення передзалежних користувачів більше відпочивати у соці-

альних мережах від своєї повсякденної діяльності та більше розважатися, спілкуватися. Соціальні мережі приваблюють їх можливістю легких та ні до чого не зобов'язуючих знайомств, що пояснює їх вибір мотиву обміну повідомленнями, афіліативного мотиву. За необхідності онлайн-комунікацію можна в будь-який момент припинити, що певним чином знецінює важливість комунікації як такої. Тож, за бажанням, лише натиснувши декілька клавіш, вони мають можливість бути в центрі уваги, отримувати задоволення, нові враження та яскраві емоції, яких їм не вистачає у реальному житті та спілкуванні.

Крім того, у соціальних мережах вони приділяють багато уваги пошуку різноманітної інформації, як цікавої та розважальної, так і «негативної» (порно, насильство, тероризм). Це говорить про збільшення рівня агресії, роздратованості, певної асоціальності, що підкріплюють коментувальні практики, що є для них характерними. Втім, саме через захопленість сервісами розваг, ігор і знайомств молоді люди часто втрачають контроль над часом перебування в мережі та не завжди можуть вчасно припинити спілкування навіть за необхідності [1; 2].

Основними мотивами перебування у соціальних мережах залежних користувачів є мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями – 41%. Він значно знижується порівняно з передзалежною (71,2%) та вільною від залежності (74,7%) групами, однак всередині групи є найбільш вираженим. Обмін відео- й аудіоконтентом обирає 32% респондентів; пошук цікавої або розважальної інформації – 22,7% адиктив. Порівняно з попередніми двома групами респондентів, у представників залежної відзначається зниження ділового мотиву – 13,6% (у вільних користувачів – 46,4%, у передзалежних – 28,7%), однак виражений мотив самоактуалізації – 13,6% (порівняно з 6,4% у вільних та 8,8% у передзалежних користувачів). Серед афіліативних мотивів виражений лише мотив зустрічі свого кохання або партнера для близьких стосунків.

Вибір мотиву обміну повідомленнями з онлайн-друзями та невираженість афіліативного мотиву свідчить про те, що адиктив не цікавить можливість встановлення нових контактів у соціальних мережах, пошук мережевих друзів, комунікація у референтних групах за інтересами. Вони прагнуть оточувати себе добре знайомими, надійними та перевіреними контактами. Таким чином, вони задовольняють свою потребу у контролі, стабільності та передбачуваності свого перебування у мережевому просторі й онлайн-комунікації.

Вибір мотиву самоактуалізації говорить про те, що соціальні мережі відіграють важливу роль у повсякденному житті представників цієї групи. У першому розділі ми зазначали, що мережевий

простір є сприятливим соціальним середовищем для самоактуалізації особистості, розвитку особистісних можливостей і прихованого потенціалу. У мережі є багато можливостей для креативного й оригінального самовираження, пошуку свого місця, самореалізації. Проте захопленість віртуальним життям і поступовий розвиток залежності стають причинами втрати інтересу до реального життя та спілкування, відсторонення від подій, що відбуваються поза межами соціальних мереж.

У процесі онлайн-комунікації користувачі почуваються більш вільно та розкуто, можуть відкрито виражати свої думки та погляди, що сприяє реалізації багатьох можливостей, розкриттю їх особистісного потенціалу, рис і якостей. Мережі є для них тим середовищем, де вони можуть бути такими, якими вони є, а не такими, якими їх бачає бачити їх оточення. Очевидно, що для них важливе значення має не стільки обмін готовим контентом, скільки генерування своїх авторських постів, у яких вони можуть виражати власні погляди, ділитися враженнями та важливими думками зі своїми мережевими друзями [3].

Це може пояснювати розвиток адикції від соціальних мереж, оскільки з часом вони починають залежати від оцінок і ставлення мережевої спільноти. Крім того, їм потрібно постійно підтримувати свій статус, що вимагає активної діяльності та частого перебування онлайн, моніторингу новин і пошуку різноманітної інформації. Все це стає причиною перевтоми, дратівливості, напруженості, що може відобразитися на ефективності та характері мережевої комунікації, створювати додаткові проблеми у реальному житті, спілкуванні та проявлятися власне симптомами розвитку мережевої залежності [4].

Аналізуючи отримані дані, ми можемо констатувати, що для *вільних від мережевої залежності* користувачів, порівняно з іншими групами, переважачим є пізнавальний мотив (рис. 2).

На відміну від них, у *передзалежних і залежних* молодих людей спостерігається зниження піз-

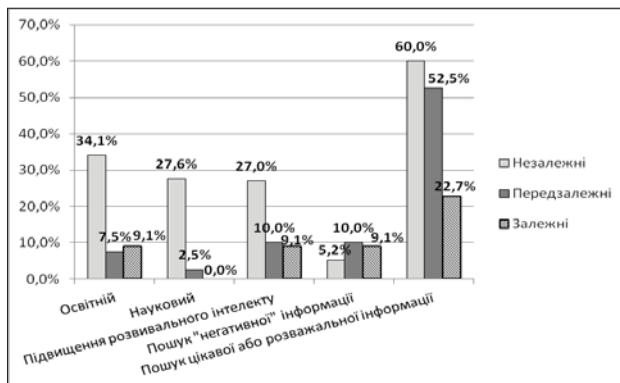


Рис. 2. Розподіл пізнавальних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

навального мотиву. Користувачі все менше часу приділяють пізнанню, своєму розвитку та самовдосконаленню. З усієї групи пізнавальних мотивів вони надають перевагу пошуку цікавої або розважальної інформації, який обирає 52,5% передзалежних та 22,7% залежних респондентів. Це пояснюється тим, що соціальні мережі вони використовують переважно для емоційної розрядки, пошуку нових знайомств і вражень, розваг та відпочинку від своєї повсякденної діяльності тощо. Тому вони обирають для себе ті онлайн-сервіси, що не вимагають додаткового напруження, зусиль і концентрації уваги.

Крім того, у групі передзалежних і залежних користувачів спостерігається значне підвищення мотиву самоутвердження (див. рис. 3). Крім самоактуалізації, про яку йшлося вище, їх цікавить у соціальних мережах підвищення самооцінки, що становить 13,6% для адиктів та 12,5% для передзалежних, порівняно з вільними користувачами (4,1%), а також мотив досягнення: 13,6% для залежних та 16,3% для передзалежних (4,1% для вільних від адикції).

Це говорить про те, що для них соціальні мережі є тим простором, у якому вони можуть відкритися та довіритися іншим, поділитися своїми досягненнями й успіхами, продемонструвати їх. Крім того, у процесі розгортання комунікативних

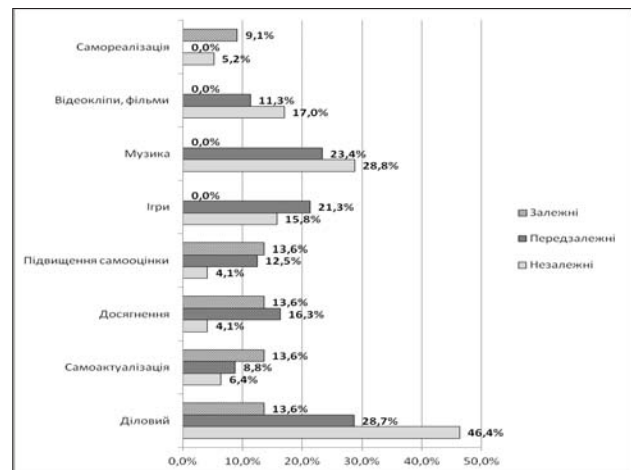


Рис. 3. Розподіл ділових, ігрових, мотивів, самореалізації та самоутвердження залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

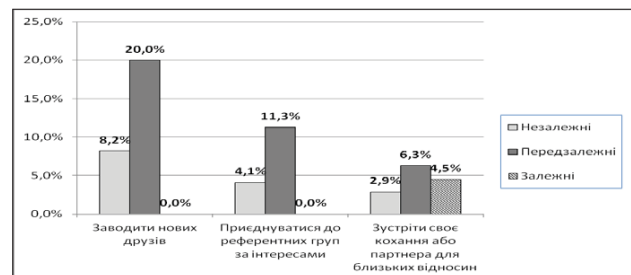


Рис. 4. Розподіл афіліативних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

практик вони можуть бути гідно оцінені мережевою спільнотою, що є для них особливо важливим. Онлайн-друзі та знайомі регулярно висловлюють своє схвалення, підтримку та свої оцінки на віртуальній сторінці або в особистих повідомленнях, коментарях тощо. Очевидно, це позитивно впливає на розкриття їх здібностей, самооцінку та самоствердження, однак прагнення постійно залишатися у центрі уваги, отримувати підтримку та позитивні емоції, у свою чергу, сприяє ще більшому зануренню молодих людей у події віртуального життя.

Зазначимо, що в групі *залежних користувачів* не виражені ігровий і рекреаційний, афіліативний мотиви (рис. 4). В адиктивних молодих людей згадає інтерес до перегляду фільмів або відео, прослуховування музики та комунікації у мережевих іграх. Це може пояснюватися тим, що до мережевого простору вони ставляться як до середовища самореалізації, а не відпочинку та розваг.

У них загалом значно знижується мотив обміну повідомленнями з онлайн-друзями, відсутній інтерес до пошуку нових друзів, віртуальних референтних груп за інтересами. Водночас серед афіліативних мотивів простежується певний інтерес до перспективи зустріти своє кохання чи партнера, що дозволяє їм вибудовувати близькі стосунки у мережі. Це можна пояснити тим, що вони намагаються створити безпечні умови для відкритої онлайн-комунікації, що нададуть можливість встановлювати довірливі дружні контакти, краще пізнавати своїх співрозмовників і за бажання розвинути стосунки або припинити їх без зайвих зусиль.

Таким чином, отримані результати не підтвердили наше припущення стосовно того, що узалежнені користувачі більше часу проводять за онлайн-комунікацією, зокрема у мережевих онлайн-іграх чи пошуку нових друзів. Для групи передзалежних користувачів характерним є домінування мотивів обміну повідомленнями з онлайн-друзями, обміну відео- й аудіоконтентом, пошуку нових віртуальних друзів.

Водночас комунікативний мотив, особливо обмін повідомленнями з онлайн-друзями й обмін відео- та аудіоконтентом, виражений у всіх групах

респондентів (рис. 5). Передзалежні користувачі, порівняно з двома іншими групами, виявляють інтерес до комунікації під час онлайн-гри (20%) та коментування записів – 28,7%. У свою чергу, адикти керуються мотивацією обміну мультимедійним контентом (32%) та обміном коментарями (18,2%).

Цікавим є те, що сучасні молоді люди, маючи всі можливості для задоволення потреби у спілкуванні в реальному житті, все одно регулярно обирають інтернет-практики. Це можна пояснити тим, що комунікативні практики в мережному просторі розгортаються у спрощеному, порівняно з життям, що існує поза його межами, реєстрі. Інтернет-комунікація має певну специфіку.

Користувачі встановлюють нові контакти без додаткових зусиль, просто перебуваючи в одній тематичній групі, онлайн-грі, інших мережевих сервісах. Це дозволяє говорити про важливість комунікативних інтернет-практик, що розгортаються в межах інтернет-простору як частини повсякденної комунікації молоді. Їх значимість особливо відчувається в умовах надмірної завантаженості, постійної відсутності вільного часу для частих зустрічей із друзями та родичами, великої відстані, яка з легкістю долається співрозмовниками за допомогою використання сервісів інтернет-мережі.

Крім того, для сучасної особистості, що активно опановує інформаційно-комунікативний простір, соціальні мережі стали не просто звичним і зручним засобом для задоволення потреби у комунікативному обміні з певним колом знайомих і друзів. Вони розкривають практично необмежені можливості для комунікації з цілим світом. Перебуваючи в центрі свого власного комунікативного інтернет-простору, яким є віртуальна сторінка, за допомогою сприйняття мережевого контенту та наповнення його власним, особистість вибудовує відносини з іншими користувачами. Вона більше прислухається до інших, починає краще розуміти себе та своє місце у світі в процесі розгортання комунікативних інтернет-практик, що сприяє більш ефективній взаємодії з оточуючими.

Таким чином, спільним для всіх груп користувачів є комунікативний мотив, за допомогою якого вони реалізують потребу у спілкуванні, підтримці, взаєморозумінні. У групі вільних користувачів домінують діловий і пізнавальний мотиви, а також пошук цікавої або розважальної інформації. Соціальні мережі для них є не лише частиною повсякденного життя та комунікації, а й середовищем для пізнання, самоосвіти, саморозвитку, самореалізації, відпочинку та розваг.

У групі передзалежних користувачів виражений мотив пошуку цікавої або розважальної інформації, діловий і музичний мотив, пошук нових віртуальних друзів та ігрова комунікація. Молоді люди

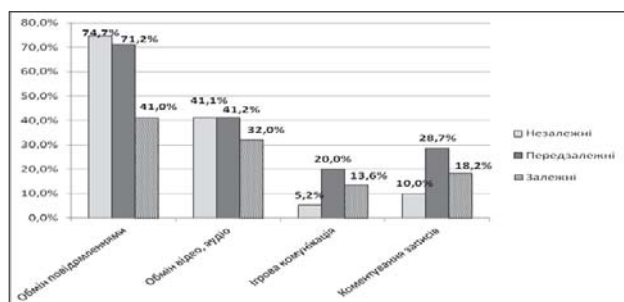


Рис. 5. Розподіл комунікативних мотивів залежно від інтенсивності користування молоддю соціальними мережами (%)

прагнуть яскравих емоцій від спілкування та розваг, бажають різноманіття, нових знайомств і відпочинку у віртуальному просторі від повсякденної діяльності.

Передзалежні та залежні молоді люди керуються мотивом підвищення самооцінки. Водночас одним із основних мотивів перебування у соціальних мережах адиктів є самоактуалізація, тобто розвиток і реалізація власного потенціалу. Вони прагнуть проводити у мережі весь вільний час, і онлайн-комунікація набуває для них все більшої значимості. У них звучується коло інтересів, втрачається інтерес до пізнання, самоосвіти, до власного розвитку та міжособистісного онлайн-спілкування. Як наслідок, надмірна зануреність у події віртуального життя зумовлює втрату інтересу до реального життя та спілкування, відсторонення від подій, що відбуваються поза межами соціальних мереж. Все це сприяє появі перевтоми, дратівливості, напруженості, що негативним чином позначається на ефективності та характері мережевої комунікації, створює додаткові проблеми у реальному житті, спілкуванні.

#### Література:

1. Малєєва Н.С. Комунікативні практики залежної від соціальних мереж молоді: дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.05. К., 2017. 210 с.
2. Малєєва Н.С. Комунікативні практики уязвлених від соціальних мереж користувачів. Актуальні проблеми психології: Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України: Загальна психологія. Історична психологія. Етнічна психологія. К., 2016. Т. 9. Вип. 10. С. 205–215.
3. Малєєва Н.С. Особливості соціальних мереж як засобу комунікації у сучасному суспільстві. Зб. до II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Особистість як об'єкт психологічного впливу». Кривий Ріг, 2016. С. 86–89.
4. Малєєва Н.С. Соціальні мережі як чинник розвитку кіберадикції. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Соціально-психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери: виклики сьогодення». Київ – Мелітополь, 2016. С. 23–26.
5. Посохова В.В. Соціально-психологічні особливості формування життєвих планів Інтернет-залежної молоді: дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.05. К., 2006. 159 с.
6. Фатурова В.М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості: дис. ... канд. психол. наук. К., 2004. 212 с.

#### **Малеєва Н. С. Ведущие мотивы использования социальных сетей молодежью с разным уровнем увлеченности киберпространством**

*В статье освещены результаты исследования ведущих мотивов использования социальных сетей молодежью с разным уровнем сетевой увлеченности. Описано отличия ведущей мотивации и интенсивности использования социальных сетей. Определено, что мотивация пользователей социальных сетей определенным образом влияет на выбор, содержание и эффективность коммуникативных практик, которые разворачиваются в процессе сетевого взаимодействия.*

**Ключевые слова:** социальные сети, мотивация, коммуникативные практики, киберпространство, зависимость от социальных сетей.

#### **Malieieva N. S. The leading motives of using social networks by youth with different level of cyberspace addiction**

*The article represents the results of the research of the leading motives of using social networks by youth with different levels of social network addiction. The differences in the leading motivation and intensity of using social networks are described. It is noted that users motivation of social network influences the choice, content and effectiveness of communicative practices which unfolding during network interaction.*

**Key words:** social networking, motivation, communication practices, cyberspace, social networking addiction.