

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет психології
Кафедра психології розвитку

ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНІ ЧИННИКИ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ
МОЛОДІ

Кваліфікаційна робота
Освітнього рівня «Бакалавр»

Студенки 4 курсу 2 групи
Денної форми навчання
(спеціальності 053 «Психологія»,
освітня програма «Психологія»)
Садівничої Надії Вікторівни

Науковий керівник:
Доктор психологічних наук
Професор кафедри психології розвитку
Мілютіна Катерина Леонідівна

Роботу рекомендовано до захисту на ЕК №1
Протокол № від року
Завідувач кафедри психології розвитку
Власова О. І.

Київ-2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ЗВ'ЯЗКУ ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ	8
1.1 Поняття та особливості феномену інтернет-мемів	8
1.2 Поняття толерантності до невизначеності	18
1.3 Застосування п'ятифакторної моделі для дослідження особистісних рис	28
1.4 Визначення та особливості поняття емоційного інтелекту	33
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ	39
2.1 Обґрунтування методичного інструментарію дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді	39
2.2 Організація і проведення дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді	44
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ	52
3.1 Реставрація відсутніх даних за допомогою множинної бутстреп-агрегованої моделі	52
3.2 Корекція складу бази даних, шляхом видалення респондентів, що виходять за межі визначеним для дослідження меж	53
3.3 Аналіз зв'язку частоти перегляду мемів, самостійного створення інтернет-мемів та частоти їх створення з віком та	55

статтю респондентів	
3.4 Аналіз особливостей мемних вподобань за частотою вподобань окремих форм сприймання інтернет-мемів	62
3.5 Аналіз зв'язків між факторами особистості та улюбленим типом мемів респондентів і частотою перегляду інтернет-мемів	64
3.6 Аналіз зв'язків емоційного інтелекту з мемними вподобаннями	68
3.6.1 Особливості розподілу емоційного інтелекту у вибірці	68
3.6.2 Аналіз характеру та сили залежності емоційного інтелекту з улюбленим видом мемів респондентів	69
3.6.3 Аналіз групової відмінності груп респондентів, які робили меми самостійно та ні з рівнем емоційного інтелекту	71
3.7 Аналіз зв'язку толерантності до невизначеності з відносно улюбленого жанру інтернет-мемів	73
3.8 Пошук лінійних зв'язків між частотою перегляду мемів та особистісно-емоційними чинниками у молоді за допомогою побудови регресійної лінійної моделі	74
Висновки до розділу 3	82
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність теми. Проблематика дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань у молодці є як ніколи актуальною. Активна зміна світових тенденцій часопродження, що зміщається з реального світу на віртуальний, набрала особливих обертів після початку пандемії в 2020 році. Довгий час люди змушені були звикати до нових умов існування та знаходити нові способи рекреації, розвивати нові копінг-стратегії та додатково соціалізуватись в інтернет-культуру. Розвиток стрімінгових платформ, соціальних мереж та загальна потреба в рекреації та емоційному відреагуванні на пандемію частково підштовхнула частину світу до знайомства з інтернет-мемами. У висновку інтернет-меми стали не лише невід'ємною складовою молодіжної культури, а й почати використовуватись як джерела протестів, рекреації, вираження емоцій та реакцій на події, включеності в окремі культури (наприклад, професійні).

Проте навіть якщо не зважати на рівень концептуального значення проблеми, досліджень особистісно-емоційних чинників мемних вподобань у молодці практично немає в усьому світі, особливо слабо ці ідеї розвиваються на вітчизняному поприщі.

Наразі основним джерелом досліджень мемних вподобань є не наукова спільнота, а люди, включені в саму інтернет-культуру, мемну культуру. Всі найактуальніші класифікації, які вчені потім використовували в своїх роботах, часто походять саме з таких публікацій [14] та навіть не сильно трансформувались з того часу. Якщо ж говорити виключно про наукову спільноту, то при пошуку інформації ми частіше зустрічаємось зі статтями про machine learning або ж з розглядом мемів на політичному поприщі. Відтак, незначна кількість наукових публікацій та досліджень в сфері психології як в вітчизняній, так і в зарубіжній літературі створює сліпу пляму, хоча потенціал використання звичної всім форми інформації для терапії є, безсумнівно, величезним.

Всі ці чинники спонукали нас розпочати власне експлораторне дослідження, яке допомогло б з'ясувати та намітити перші зв'язки мемних вподобань молоді з особистісно-емоційними чинниками у молоді.

Об'єкт – психологічні особливості сприймання мемів.

Предмет – вивчення рівня емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності в залежності від вподобань у мемах.

Мета дослідження: виявити особистісні характеристики осіб залежно від мемних вподобань та частоти перегляду мемів.

Відповідно до мети сформульовано наступні **завдання:**

- здійснити теоретичний аналіз наукової літератури з проблематики дослідження мемних вподобань, особистісних факторів, емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності;
- створити процедуру дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді;
- виконати реконструкцію пропущених даних, що ми отримали, дозволивши респондентам не відповідати на незручні та небажані запитання, з використанням бегінг-моделі;
- виявити особливості розподілу мемних вподобань відносно віку та статі респондентів;
- з'ясувати особливості бажаної форми мемів серед респондентів;
- виявити зв'язок між факторами особистості та улюбленим типом мемів респондентів і частотою перегляду інтернет-мемів;
- визначити силу та характер залежності емоційного інтелекту з улюбленим видом мемів респондентів;
- з'ясувати різницю між групами респондентів, що створювати самостійно меми та ні, за показником емоційного інтелекту;
- виявити зв'язок між толерантністю до невизначеності та мемними вподобаннями;

- пошук лінійних зв'язків між частотою перегляду мемів та особистісно-емоційними чинниками у молоді за допомогою побудови регресійної лінійної моделі.

Методи дослідження: 1) **теоретичні:** теоретико-методологічний аналіз наукової літератури відносно проблематики дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді; 2) **емпіричні:** авторський опитувальник щодо специфіки мемних вподобань; українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості TIPI (TIPI-UKR); україномовна адаптація опитувальника Баднера; Україномовна адаптація опитувальника рівня і структури емоційного інтелекту. 3) **статистичної обробки даних:** реконструкція пропущених значень на основі множинної бутстреп-агрегованої моделі, частотні таблиці, таблиці сполучення (додатково – ϕ та V-Крамера й Тау-b Кендалла). Ще одним методом аналізу було використано однофакторний дисперсійний аналіз. Також в нашому дослідженні ми спирались на міжгрупове порівняння з використанням t-критерію Ст'юдента, критерію Уелча, непараметричного критерію Манна-Уїтні, а також величини ефекту та довірчих інтервалів d-Коена. Також були використані критерії Лівена та Шапіро-Вілка для перевірки гомогенності та нормальності вибірки відповідно. Також було використано побудову лінійних регресійних моделей, що будуються на методі найменших квадратів з перевіркою всіх супутніх допущень та обмежень методу.

Емпірична база дослідження: Дослідження проведено на вибірці зі 111 осіб, яка зменшилась до 106 осіб після видалення частини респондентів, які не підходили за основними критеріями. З них 48 чоловіків та 58 жінок, віком від 18 до 25 років. Відбір досліджуваних, як і його проведення, відбувалось за допомогою інтернет-опитування.

Надійність та достовірність результатів: дослідження забезпечується правильним підбором статистичних методів обробки інформації, які можуть реалізуватись при невеликому розмірі нашої вибірки; сполученням кількісного і якісного аналізів отриманих результатів; використанням

коректно дібраного блоку методик емпіричного дослідження, адаптованих на вибірці сучасного українського населення українською мовою; відповідністю методології та інструментарію дослідження завданням та меті роботи.

Структура роботи: дипломна робота складається із вступу, трьох розділів із висновками до кожного із них, загальних висновків та списку використаних джерел, що налічує 79 найменування (із них 23 іноземною мовою). Повний обсяг курсової роботи становить N сторінок, основний зміст роботи викладено на 87 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 13 рисунків (на сторінках 54, 56, 57, 58, 59, 61, 63, 68, 71, 72, 79, 80, 81) та 33 додатки, до яких включені 20 скриптів та 9 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ

1.1. Поняття та особливості феномену інтернет-мемів

Історія мемів починається з перших людських ідей, які почали об'єднувати нас під одним началом. Формування племен відбувалось через ідеї виживання кожного індивіду у групі. Згодом до цього додалися й перші культурні ідеї, які показували людині різницю між «ми» та «вони». Так почали з'являтися різні слова для одних речей, почали розрізняти фетиші племен, а згодом це почало формувати масштабні ідеї як релігії та соціуми.

Наступним кроком вивчення міму став Річард Докінз. У 1976 він першим провів паралель між мемами та генами. На створення цього слова, його надихнули дві речі: «Меме (англ.)» походить більше від грецької «μίμημα» – або «схожість, повторення»; та простота цього слова, подібно до «ген» [21].

Тож «мем» чи «мім»? Правильною транскрипцією можна вважати другий варіант. Але для нашої культури влучним буде використання саме першого варіанту форми. По-перше: для нашої інтернет-культури вже закріпився варіант «мем» та «меми», тому більша частина літератури наслідують саме інтернет звучанню. По-друге, в нашій мові, подібно до ідеї Докінза, буде доцільно використовувати «мем» через звучання слова «ген», на яке опирався вчений. По-третє, форма «мем» більш самобутня та не перегукується з акторами-мімами і значить лише інформацію. Тобто, «мем» і «мім» можна вважати рівноцінними синонімами, які можна використовувати в залежності від бажання автора чи науковця, але ми наполягаємо на використанні саме першого варіанту.

Мем – структурна одиниця значимої соціокультурної інформації, яка здатна видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватись та перетворюватись. Головним критерієм того, що перед нами саме мем, може слугувати його здатність до «розмноженням» та розповсюдження. Для цього процесу мему

необхідна лише одна жива людина, в якій виникла будь-яка ідея, яку необхідно передавати надалі.

Меми знаходяться у постійній боротьбі за виживання, на яке вони спроможні лише у сприятливих умовах – субстраті соціуму. Відповідно до гена, Докінз описує ген, як одиницю інформації, що за допомогою подальшої реплікації може передаватись та видозмінюватись. Якщо розглядати книгу з новим словом, то мемом ставатиме не сама книга, яка є набором мемів, а саме нове слово. Подібне відбувається серед усіх культурних надбань. Таке ж положення підтримали й інші біологи [20, 21].

Тобто, будь-яке нове цікаве слово буде передаватись людиною й надалі, поступово витісняючи старе слово або словосполучення, що означало подібне. Якщо проаналізувати подібне нещодавнє слово, ми можемо побачити трансформацію від «ганебний вчинок» до «крінж», яке саме зараз домінує серед молоді. У дітей, що зростали у нульових та приблизно до першої половини десятих, можна побачити домінування слова «зашквар», яке означає приблизно те ж саме.

Якщо брати більш класичний приклад, можна побачити зміну образу вікінгів завдяки опері Вагнера «Перстень Нібелунга», після якої всі вікінги почали носити рогаті шоломи. За цими двома прикладами, ми змогли побачити що мем є безпосередньо одиницею, а не всією картиною. Один мем не здатний змінити мову, але здатний на неї впливати. Під впливом безлічі мемів, перебудовується й сама мова.

Ще однією особливістю мемів виступає їхнє «неавторство». Більша частина мемів походить не від конкретної людини, а від соціальної ідеї. Хоча це правило не обов'язкове, як це можна буде побачити далі.

Якщо роздивляться меми як психологічне явище, їх у 1994-му році зміг окреслити Генрі Плоткін. На відміну від суто екстеріоретичної ідеї Докінза, Плоткін вважав й інтеріоритичний аспект не менш важливим. Меми стали не суто зовнішнім соціокультурною інформацією, а й почали виводити назовні й внутрішнє знання людини [76]. Тобто тепер меми використовують не суто

абстрактний культурний субстрат, а наш мозок та минулий досвід. Мемі не перестали бути подібними до генів, лише додався другий механізм видозміни та еволюції.

На основі визначення Докінза, починає формуватись підхід до вивчення мемів та їх концептуальному зв'язку з генами – меметика. Одним з ідейних основоположників меметики можна вважати Річарда Броуді. Окрім того, що мем виступає суто одиницею, у своїй книзі «Психічні віруси» він також пише що «Мем впливає на події таким чином, щоб у свідомості інших людей виникало якомога більше його копій»[5]. Від цього моменту, меметика розглядає мемі як подібну до вірусу структуру, мета якої постійне розмноження та закріплення у свідомості. Подібно до прикладу автора з П'ятою симфонією, можна навести інший: при діалозі на будь-яку суб'єктивно важливу тему, будь-який його (діалогу) елемент або ж мем, при повторному його прояві, буде відносити до першого або найбільш критичного мему. Так, якщо говорити з психологом про нейроінтерфейси, будь-яке нагадування кореня «нейро-» деякий, або навіть постійно до першого діалогу.

Мемі також можуть ставати мемами та збільшувати своє інформаційне навантаження. Так слово «мем» стало мемом та навіть увійшло до Оксфордського словника у 1988 році [21, 62]. Мем, що став мемом, можна вважати метамемом. Так, якщо після обговорення дипломної роботи, хтось захоче розповісти третій людині інформацію про мем, який дізнався з роботи, ця інформація стане метамемом. Окремо вона впливатиме й на свідомість людини, яка після діалогу почне бачити мемі усюди.

У критичних моментах сприймання мемів може нагадувати апофенію. Люди починають бачити нелогічні прояви мемів у своєму житті, тобто стають підвладні феномену Баадера — Майнгоф. Один з таких гострих феноменів показаний у кінофільмі «Число 23». Головний герой усюди бачить це число. Після виходу фільму, його постійно наводять у приклад. Тобто, саме число 23 стало мемом, а фільм «Число 23» став метамемом.

Щодо розповсюдження мемів, цікавим є й швидкість. Вони здатні розповсюджуватись не лише від батька до сина, а й навпаки. Частіше вони розповсюджуються серед рівних страт та здатні кардинально видозмінюватись всередині одно покоління.

Меми також можуть утворювати великі комплексні групи. Це все необхідно для виживання окремих ідей, які не змогли вижити окремо. Великі інститути формуються за допомогою цих груп. Так політична система або релігія сформувались подібним чином. Для другої характерною ознакою є: віра, існування будь-якого варіанту загробного життя, феномени, що не доступні людському розуму та інше[20]. Релігії хоч і відрізняються один від одного, але є породженням одного механізму. Тобто, як і різні ссавці, вони схожі між собою загальними патернами, але відрізняються деталями.

На теренах України та взагалі Пострадянського простору, меми вивчались не досить належним чином. Зазвичай це стосувалось або біології, відповідно до робіт Докінза, або соціології та культурології, тобто речей, що безпосередньо стосуються суспільства.

Що ж стосується головної теми роботи, а саме – інтернет-мемів, то ми можемо побачити стрімкий ріст інтересу саме філологів та маркетологів до цього феномену. Вони ж і відрізняють головну концептуальну різницю між мемом та інтернет-мемом. Психологічний аспект споглядання та сприймання мемів і досі залишається мало вивченим. Хоча епідемія та самоізоляція також сприяє звертання уваги психологів до цієї проблематики.

Перехід більшої частини соціокультурної інформації до мережі знаменував й зміну мемів. З появою інтернету, меми почали з'являтися і зникати набагато швидше аніж це було раніше. Також вони втратили і можливість формувати стійкі мемокомплекси. Інтернет-культура надзвичайно лабільна і навіть хаотична структура, яка знаходиться у постійному русі та зміні. Якщо раніше номінації «Мем року» відповідали все ж річній тенденції, то зараз така номінація втрачає сенс. Так, наприклад, BBC щороку з 2012 до 2017 випускали підбірки найкращих відео та мемів з

кроком в один місяць, то зараз вони взагалі перестали робити подібні підбірки[69, 70]. До того ж, меми тих часів існували набагато довше, аніж меми зараз, життя яких скоротилось вже до тижнів.

Ще однією відмінністю інтернет-мему від мему звичайного, є його початкова креативність та відсутній компонент постійного копіювання. Інтернет-меми з самого початку створенні для того, щоб одразу змінити об'єкт та надати йому нового сенсу. Самі інтернет-меми можуть з'явитись незалежно один від одного та й взагалі від чогось. Культурно-соціологічна основа інтернет-мему також втратила свою обов'язковість. Якщо раніше основою мемів ставали «фотожаби» або карикатури реальних людей та подій, то зараз інтернет-меми можуть з'являться абстрактно. Також не можна забувати про те, що інтернет-меми стали набагато більш популярними, аніж власне меми за Докінзом. Тому вони у звичайному житті втратили частину «інтернет-», залишивши його лише у науковому дискурсі [33]. Надалі в цій роботі «мем» буде використовуватись лише у значенні «інтернет-мем», якщо не буде зазначено інше.

Структурний компонент інтернет-мемів також маловивчений та змінюється ненабагато повільнішими кроками, у порівнянні з власне мемами. Класифікувати меми на теренах України спробувала Оксана Дзюбіна. Автор наводить приклади іноземних мемів, що може негативно впливати на їх розуміння та культурний відгук. А отже приклади автора будуть замінені на більш вдалі українські меми. Сама класифікація відповідатиме моделі вченої. Після свого аналізу мемів у мережі, вона висунула наступну класифікацію мемів:

1. Суто текстові меми. Їх етимологія може бути пов'язана як з суто креолізованим мемом, так і мати самостійне походження, шляхом перетворення початкової фрази та після формування нового значення.

Текстові меми можна поділити на:

- a. Меми-слова (Фофудія/Доколе)
- b. Меми-словосполучення (Ввічливі люди)

с. Меми-вирази (А сьогодні в завтрашний день не все можуть смотреть...)

2. Креолізовані або змішані меми (картинка та підпис). Це найбільш типовий та популярний приклад інтернет-творчості, який часто використовують навіть для звичайної комунікації. Це часто нероздільна структура, яка повинна зберігати сенс у синтезі картинка-підпис[19]. Тобто, якщо в нас є зображення Азарова, то необхідно писати текст відповідно його стилю спілкування, бажано на політичну тематику. Але це правило можна порушувати, якщо це виправдано формуванням нового мему зі створенням нового семантичного простору.

Але така класифікація не повністю вичерпна. Так до неї можуть додавати меми-картинки та відеомеми. До мемів-картинок можна відносити як суто культові зображення (Зображення хати Кайдашевої сім'ї, яка набуває популярності щорічно перед скаладанням ЗНО), так і «фотожаби» та зміненні картинки (наприклад: молодіжний Тарас Григорович Шевченко). Відеомеми являють собою як раз пародійний або випадково комічний відеоролик[55], зараз такими мемами стають різноманітні ролики з TikTok, але їх відрізняє надзвичайно коротке існування. В окремих випадках відео «завірусовується» та живе кілька днів, або тижнів. Зазвичай це стосується відеовикликів, коли потрібно повторити певну дію. Тоді початковий мем живе у його копіюванні.

Також автори можуть додати до класифікації «гіфку» [55], або динамічно-зациклений шамток відео. Її особливістю є відсутність звуку на зображенні. Це можна вважати перехідною ланкою між креолізованим фото-мемом та відео-мемом. Також ми б додали до цієї класифікації субкомпонент – Сoub-мем. Він трохи відрізняється від гіфки поверненням звуку, але все ж виконує подібні функції. Це ще одна ланка між гіф-мемом та вже суто відеомемом.

Також в певних розважальних статтях окремо виділяють аудіомеми. Найчастіше це уривки вірусних пісень, або деяких цитат. Вони відповідають

креонольному мему між текстовим мемом (тому що не потребують відеоряду) та відеомемом (тому що відео може додавати нових сенсів) [26].

Ще однією класифікацією, що може пролити світло на питання розподілення мемів, виступає класифікація журналіста Олександра Горбачова. Це найбільш детальна класифікація мемів. Тож:

1. Двокомпонентні меми, які вище відповідають креольним мемам (текст+картинка).

2. Персонажні меми, вони існують навколо певного образу або конкретної персоналії. Такими мемами можуть виступати: «Похмурий кіт» та «Саша Грей». Такі меми часто не потребують підпису, тому що персонажі відомі всім. Такі меми зазвичай живуть довго та швидко відновлюються у субстраті.

3. Гіфки, про які вже було сказано вище.

4. Синтаксичні меми. Вони частково відповідають мемам-цитатам. Вони мають чітку структуру, яка не повинна порушуватись (Я *іменник*, я нічого не хочу вирішувати, я хочу *дієслово*).

5. Ситуативні комікси. Подібні до синтаксичних мемів, але замість чіткої структури слова, існує чітка послідовність картинок.

6. Компаративний мем, суть якого полягає у співставленні або різних відомих мемів, або суто соціокультурних мемних елементів. Найтипівішим таким мемом виступає «Очікування/Реальність».

8. Текстові меми. Вони втратили суть лише цитати та зараз найчастіше з'являються у формі діалогу.

9. Метамеми. Їх суть полягає у посиланнях на інші меми або мемні одиниці. Їх розуміння часто потребує знання інтернет культури. Наприклад, таким мемом може виступати неправильна назва персонажу 1 та картинці 2, що зображує схожого, але не того ж персонажа.

10. Психологічні комікси, які зображують певні ситуації набором класичних інтернет-зображень. Можуть бути зрозуміли без слів.

11. Екзистенційні меми, які повинні викликати у людини певні думки щодо свого життя, або певний спектр емоцій, який слід обдумати. «А ви колись задумувались над тим, навіщо ж існує наука?»

12. Ностальгічні меми. Їх мета відповідає назві. Вони повинні викликати почуття ностальгії з подальшими теплими емоціями. «А ви пам'ятаєте?»[14].

Меми також можна класифікувати й за їх положенням на векторі часу:

1. Вже класичні меми, що підтвердили свою можливість закріпитись у інформаційному полі більшості користувачів інтернету. Так, популярним і нині є мем зі «збогійним» лемуром.

2. Актуальні меми, які виступають засобом громадянської реакції на суспільні події. Вони часто мають стихійний характер, швидко з'являються, швидко зникають. Але можуть мати й періодичну форму. Так, меми про закриття метрополітену Києва зникли швидко. А скоро нас очікує оновлена хвиля мемів про шашлики та Великдень.

3. Застарілі та мертві меми. Популярні деякий час тому меми, що вже втратили актуальність та майже не з'являються в семантичному полі користувачів. Так, меми про Гру Престолів «померли» разом із завершенням самого серіалу [7].

Відповідно до будь-якого явища, мем має не лише зовнішні, а й внутрішні характеристики. Так, найбільш влучна класифікація внутрішніх характеристик мему, належить Світлані Канашиній. Вона виділяє наступні характеристики:

1. Вірусність – це здатність мему до стрімкого розповсюдження та стрімкого набирання популярності. Тобто, будь-яка картинка, що пересилається тисячі разів на хвилину, може вважатись вірусною. Вірусність може підсилювати й можливість працювати як з шаблоном, що веде до подальшого розвитку мема.

2. Здатність до реплікації – це здатність мему, який вже розглядається як вірус, до «випадкових мутацій» під час свого розповсюдження. Тут можуть бути як контекстні зміни, що викликані зміною початкового семантичного

поля, так і його фізичні характеристики (розтягування картинки, нарізання на фотожаби, неправильний перенесення тексту й так далі).

3. Серійність мему, або його здатність будувати спільне семантичне поле з іншими мемами. Це збільшує час існування мему. Певне продовження мему може навіть оновити його життя. Так мем про закохану на прогулянці, де хлопець озирається на іншу дівчину, отримав нове життя після оновлення шаблону.

4. Емоційність мему – його основний спосіб передачі. Він націлений на емоційний відгук людини, який хотілось би передати ближньому. Вони поділяються всередині за різними емоційними ознаками, але виконують завжди подібну функцію.

5. Мінімальність форми мему, тобто його редуковане зображення. Він повинен мати хоч якийсь смислове навантаження, тому що інакше він не буде зрозумілим. Але не бути перевантаженим, тому що такі меми не викликають суспільного інтересу.

6. Полімодальність мемів визначається їх здатністю до передачі власної інформації різними шляхами. Так, суто візуальний мем може бути зображений словами, стати основою для відео, або навіть перетворитись на аудіомем. Полімодальність виражається не лише у можливості мему перетворюватись на різні форми передачі інформації, а й у можливостях різних форм саме інтернет-комунікації. Вона також має не суто текстовий варіант, а част переходить у відео- та аудіо- формати.

7. Меми найчастіше виступають відповіддю на актуальні події. Чим більш актуальний мем, тим більше у нього шансів закріпитись на певний час у медіа-просторі. Але такі меми дуже прив'язані до загального поля уваги, та зникають після закінчення ажіотажу.

8. Гумор – основна характеристика інтернет мему. Мем повинен смішити людей. Хоч мем живе недовго, але кожний мем відповідає приблизно однаковій структурі, що наближає їх до нової форми існування анекдотів. Комічний ефект мемів досягається завдяки тим самим механізмам,

що у жартах та анекдотах[1]. Як завдяки семантичним перетворенням, так і синтаксичним прийомам, та навіть завдяки структурі жарту «сетап»/ «зав'язка» та «панчлайн»/ «стрімка розв'язка».

9. Елемент фантазії. Безліч мемів створена завдяки абстрактним або неймовірним ситуаціям. У мемах можуть співіснувати як і реальні персоналії. Так, наприклад, діалог Порошенка з деревом у коміксі буде сприйматися спокійно.

10. Медійність, або інтегрованість мему у саму структуру інтернету та комунікації. Відповідно до основних характеристик інтернет-комунікації: анонімності, масовості та швидкості передачі, інтернет-меми здатні надзвичайно швидко розповсюджуватись, піднімаючи теми, що стають забороненими у суспільстві.

11. Мімікрія. Друга головна характеристика мему. Навіть не зважаючи на все різноманіття форм та проявів інтернет-мемів, він все одно відповідає соціокультурному мему та використовує подібне зображення та способи існування. Будь-який мем подібний до звичних форм контенту: комікс, банер, або відеоролик [25].

Але не зважаючи на масовість інтернет-мему в мережі, деякі автори наполягають на неможливості використання саме цієї форми мемів у публічному та рекламному полі. Так, суспільство може бути не готове до використання мемів у реальному житті через їх більш цинічний характер жарту, можливості більш негативної реакції соціуму після виходу з мережі, обмеженості контексту використання, та залежності ефективності використання від загальної концепції соціального образу людини або компанії [50]. Та на нашу думку, такі обмеження використання швидко відійдуть на задній план. Тому що навіть зараз великі компанії більш активно використовують меми під час піар-кампаній.

Отже, як було показано цьому розділі, меми являють собою одиницю інформації соціокультурного поля. Інтернет-меми є однією з форм мему, що відрізняється від нього більш стрімким темпом життя, більш стрімким

розповсюдженням та унікальною формою існування суто в мережі. Також інтернет-меми мають більш популярний характер, аніж меми соціокультурні. Через це, зі «звичайними» мемами тепер асоціюються саме інтернет-меми.

1.2 Поняття толерантності до невизначеності

Сучасний світ – мінлива формація, яка потребує постійної готовності до пізнання нового. Процес пізнання нового часто призводить до зменшення розуміння факту того, як розвивається людство, соціум та окремих індивідів. Людина здатна пізнати зовсім різні аспекти існування та взаємодії з різними верствами як населення однієї країни, так і з представниками інших. Індивідуалізація та заміна доволі суворих стін між країнами, замінилась на глобалізацію та лише примарні кордони. Тобто, за життя людина пізнає досягнення не лише своєї культури, а взаємодіє з безліччю інших варіантів поведінки. Саме це призводить до збільшення невизначеності способу взаємодії зі світом, так і взагалі до життя індивіда. Невизначеність можна вважати навіть звичним станом для людини [17].

Історія толерантності до невизначеності людини сягає далеко в минуле. Корнілова пише про джерела філософського знання про невизначеність існування людини ще у роботах Рене Декарта. Для нього людина виступала продуктом хоч детермінованого творення, але вже недетермінованого існування. Тобто створений за образом і формою ідеального розуму, вже перестав бути йому підвладним. Людина повинна самостійно вирішувати свою наступні кроки [29].

Як ми могли побачити, це питання займає більш філософську нішу питання про детермінованість та недетермінованість людської поведінки. Але такі межі питання вже відкривають шлях до вивчення цієї реальності людського існування у контексті психології.

Науковий етап вивчення цього феномену налічує вже більш ніж сім десятиліть. Невизначеність паралельно вивчали як фізики та біологи, так й

соціологи з психологами. Але попри широкі дисциплінарні межі вивчення, та довгий проміжок часу, популярності ця тема не зазнала і нині.

Хоч ця тема заволоділа розумами великих психологів, але якогось критичного зсуву так і не відбулось. Іронічно, але тема невизначеності досить має невизначений характер. Попри спільне зерно визначення «невизначеності», його межі досі мають розмитий вигляд.

Історія вивчення цього феномену починається з імені Ельзи Френкель-Брансвік, яка у 1949 у своїй статті «Intolerance of ambiguity as an emotional and perceptual personality variable» змогла надати перше конкретне визначення крайній формі нетолерантності до невизначеності: «Це тенденція приходити до судження за типом: «чорне-біле» та робити поспішні висновки у відриві від реальності» [64]. Тобто, це визначення можна розглядати як спробу пояснити певні психічні особливості індивіда, який обрав не найбільш оптимальну тактику адаптації до мінливих умов реальності, без повного критичного їх аналізу та роздуми над своїми подальшими діями у суто дихотомічній реальності, яка також не здатна пролити світло на всю картину.

Перша та вже класична спроба визначити рівень толерантності до невизначеності належить Стенлі Баднеру, який у 1962 представив світові свою модель виміру. Для побудови моделі, він визначив толерантність до невизначеності як «Intolerance of ambiguity», або «нетолерантність до двозначності». Тобто, він розглядав невизначеність як неможливість вибору між декількома варіантами розвитку ситуації. Також він вважав, що нетолерантні до невизначеності люди, сприйматимуть її не як певну фруструючу ситуацію, а саме як пряме джерело загрози.

Відповідно до його роботи, можна виділити лише три види неоднозначних ситуацій, які неможливо зрозуміти однозначно, це:

1. Абсолютно нова ситуація. В такій ситуації людина не здатна зрозуміти базові опорні механізми, та не може діяти звичайним чином, тому що його на цей час не існує.

2. Складна ситуація. На відміну від зовсім нової ситуації, у складній ситуації існує дуже багато змінних та факторів, які людина повинна прорахувати та відповідно до результату свого аналізу, адекватно діяти.

3. Та ситуації протиставлення. На відміну від складної ситуації, де на людину діє безліч факторів, але які можна об'єднати в один вектор, у цій ситуації кожний вибір призводить до певних наслідків [59].

Першою спробою використати побудувати особистісний портрет людини з нетолерантністю до невизначеності, можна вважати роботу Стівена Бохнера. Він першим експериментально перевіряв теоретичну модель Френкель-Брансвік. Проаналізувавши її модель, Бохнер виділив наступні можливі психічні якості індивіда, що впливають на рівень нетолерантності до невизначеності:

До первинних характеристик він відніс:

1. Необхідність жорсткої дихотомії, або «необхідність категоризації»;
2. Необхідність знати чіткий результат та уникнення ситуацій, що призводять до біполярного розподілу, або «потреба у визначеності»;
3. Неможливість розуміння протилежних характеристик в одного об'єкта. Наприклад «хороших» та «поганих» рис характеру в однієї людини;
4. Позитивне сприйняття розподілу життя на «чорно-білий» вектор;
5. Бажання бачити лише знайоме аніж незнайоме;
6. Неможливість сприймання знайомих стимулів при їх фізичній видозміні, наприклад, при обертанні знайомих карток;
7. Прив'язування свого рішення до першого варіанту думки при різних неоднозначних ситуаціях;
8. Прийняття конкретного рішення до ознайомлення з ситуацією в цілому.

До вторинних характеристик він відніс: 1) авторитарність; 2) догматичність; 3) ригідність; 4) замкнутість у собі; 5) етнічну упередженість; 6) знижений креативний компонент; 7) підвищену тривожність; 8) підвищене бажання до покарання; 9) агресивність.

В основу його експерименту було покладено гру з розкладанням фотокарток різного каміння за групами на час та відповідь на питання про важливість категоризації та важливість достовірності інформації

Впродовж дослідження було знайдено той факт, що люди, які звикали до класифікації карток за методикою та проводили більше часу з дослідником, показували кращі результати. Тобто, звичність до більшого спектра взаємодії, впливала на підвищення рівня толерантності до невизначеності. Також було показано, що час та правильність класифікації карток дійсно корелює з толерантністю. Так менш толерантні люди, або люди, що потребують менше категоризації та упевненості у конкретному результаті, повільніше та гірше розкладали картки з камінням [58].

Ці три роботи демонструють нам перший етап дослідження проблеми толерантності до невизначеності. Перші кроки вивчення феномену відповідали суто психофізіологічним проявам та мало корелювали з суто психічними характеристиками людині. Результати робіт потребували додаткового підтвердження та нових шляхів обробки даних.

За Гусевим, другий етап вивчення проблем толерантності до невизначеності припадає на 1970-ті роки, коли представники різних шкіл та напрямів психології почали вивчати цей аспект відповідно до своєї області знання [17]. Саме з того часу толерантність до невизначеності починають розглядати у різних обгортках. Навіть у часи застою вивчення питання з'являються все нові способи визначення толерантності.

Як початок відліку епохи концептуально-різного дослідження толерантності до невизначеності, можна взяти рік виходу статі МакДоналда, який уперше приводить приклади саме методологічної різниці визначення різними науковцями одного феномену. Це знаменує перехід до розділення вивчення феномену не між окремими науковцями, а саме між психологічними школами.

Спочатку інтерес до вивчення поняття виходив саме з концепції, яка пояснює нетолерантність до невизначеності через авторитарний характер

особистості, що відповідає вченню Френкель-Брансвік. Але автор показує на доволі стрімкий перехід до більш особистісного вивчення цієї проблеми завдяки роботам Баднера та Бохнера. Хоч вони мали спільні ідеї до зведення всього до редукованої моделі, але сильно відрізнялись обумовленістю толерантності. Так Баднер зводив нетолерантність до особливостей саме ситуації, а Бохнер апелював до якостей особистості з меншим внеском впливу зовнішніх умов.

Хоч три названі вище концепції мають спільне зерно, теоретично та емпірично вони повністю різні. Власне МакДоналд наводить дуже влучний приклад порівняння ригідної людини, основна характеристика якої хоч і корелювала з нетолерантністю, та не була пов'язана з нею, та власне нетолерантною людиною.

Так, обидві людини схильні якомога швидше прийняти певне рішення щодо ситуації. Та ригідна особистість прийняв певне рішення, робить його для себе остаточним та починає використовувати незалежно від ситуації. Нетолерантна до невизначеності людина все ж буде здатна адаптувати своє фінальне рішення відповідно до певної ситуації. Тобто, така людина здатна бути все ж гнучкою. Але так, ригідність та нетолерантність дійсно часто корелювали.

Сам МакДоналд надавав перевагу до вивчення нетолерантності до невизначеності, як абстрактну характеристику, що непов'язана з суто психологічними характеристиками людини, та складає власну психологічну реальність[71].

Найбільшим опонентом думки МакДоналда через 5 років виступив Р. Нортон. Він вважав толерантність до визначеності не окремою психічною реальністю, а більше інтегральною характеристикою, яку для повного вивчення необхідно пов'язувати з іншими характеристиками та особливостями поведінки індивіда. Так він створив предикторну модель нетолерантною людиною, до неї увійшли наступні фактори:

1. Волонтери найбільш часто є толерантними до невизначеності людьми. Досліджуваним пропонувалось допомогти згодом з дослідженням, жодної іншої інформації не було надано. Люди з низькою толерантністю найчастіше відмовлялись допомогти. Це може бути пояснено здатністю толерантних людей брати участь у невизначених ситуаціях. Та розкриває одну важливу теоретичну проблему: нетолерантні люди взагалі набагато рідше беруть участь у таких дослідженнях;

2. У людей з різною толерантністю критерії оцінки мистецтва кардинально різні. Так люди з низькою толерантністю оцінювали витвори мистецтва позитивно, у випадку візуальної повноти, динаміки та доволі великим розміром. Люди ж з високою толерантністю позитивно оцінювали твори відповідно до їх незвичності, логічності та невеликого розміру;

3. Вербальна поведінка нетолерантних людей відповідає однозначним висловам. Так, при певній критичній ситуації, такі люди у спробі пом'якшити негативний ефект, використовуватимуть прямі методи вербального впливу та стійкі словосполучення;

4. Толерантні до невизначеності люди поводять себе більш театральну, вони частіше жартують, використовують алегорії, розповідають анекдоти та підкріплюють слова жестами та зміною інтонації, частіше намагаються впливати на фантазію співрозмовника [45].

Тобто, як ми можемо побачити, такі люди більш активно взаємодіють з оточенням. Це приводить нас до ситуації, в якій можна побачити зв'язок толерантності до невизначеності та емоційного інтелекту.

Після етапу бурхливого розвитку ідей щодо психічної та психосоціальної природи толерантності до невизначеності у 70-х роках, відбувся стрімкий спад інтересу до цієї проблеми.

Другий бурхливий етап відповідає 90-м рокам, коли у країнах Заходу почали вивчати більш практичний бік застосування знань про толерантність до невизначеності, наприклад, у представників різних професій.

Вже класичною роботою можна вважати статтю Джеймса Меррілла та інших. У ній вивчалось те, як студенти-медики можуть впоратись з невизначеністю та двоякою ситуацією.

Це дослідження важливе для психології більше, аніж для медицини. Це одна з небагатьох багатовимірних концепцій толерантності до невизначеності, як перевіряється завдяки міждисциплінарному дослідженні.

За результатами дослідження в першу чергу можна побачити підтвердження факту існування багатомірного пояснення інтолерантності до невизначеності. При прямому опитуванні, вдвоє більша частина студентів-першокурсників виявила негативне ставлення до ситуацій з невизначеністю, коли стан пацієнта не відповідав чіткому опису у книзі. Але тим часом студенти старших курсів виявили більше бажання використовувати більш структуровані програми для навчання.

Тобто, результати дещо парадоксальні. Хоч тенденцію до зниження важливості чіткого опису хвороби пацієнта в альманаху пояснити можна вже набутим досвідом та зменшенням аспекту невідомого, то підвищене бажання мати більш чітко-структуровану практику залишається менш поясненим.

Також у статті описується вплив декількох невдач поспіль на етапі навальної практики. Студенти, які не могли контролювати стан пацієнта використовуючи свої знання, менш толерантно ставились до невизначеності через підрив самооцінки, стрімке зменшення мотивації та передчасного очікування невдачі.

Тобто, можна буде побачити варіанти, коли студент медик не хоче працювати з певним типом пацієнта, в залежності від минулого досвіду з ним. Фруструюча ситуація неможливості допомогти людині буде негативно впливати як на мотиваційний, так і на трудовий компонент діяльності.

Так, ми могли побачити більше студентів-медиків з низькою толерантністю серед таких видів медичних працівників, які мало контактують с людьми, наприклад – анестезіологів. Або серед медичних працівників, які працюють з кардинально іншим типом пацієнтів[73].

Для психології ці дані також несуть дуже багато інформації. Так, відповідно до фрустрації при роботі з різними пацієнтами/клієнтами, ми можемо побачити подібну тенденцію і серед студентів-психологів. Можливо, що студенти, які пізнали невизначені ситуації, матимуть нижчу толерантність до невизначеності та змінюватимуть свої вподобання до протилежних та потенційно суб'єктивно менш цікавих областей знання, але в яких результат роботи заздалегідь відомий.

На вітчизняному та російському просторі, інтерес до вивчення толерантності до невизначеності почав проявлятися у другій половині 90-х років, та мав більш епізодичний характер, аніж стійку систему наукового знання.

На теренах України, однією з найбільш ранніх робіт, що вивчає саме толерантність до невизначеності, можна вважати роботу Елеонори Носенко та Марини Шаповал. Вони вивчали взаємозв'язок толерантності та творчої обдарованості індивіда.

В основу їх дослідження було покладено інформацію про відмінність студентів ВНЗ з домінуючим компонентом креативного начала, зі студентами більш конкретно-наукового напрямку.

За результатами їх дослідження дійсно прослідковувалась значна різниця між представниками різних ВНЗ. До того ж, стаття не вплинула на результат, а отже толерантність можна трактувати якщо не як окрему характеристику особистості, то як інтегровану характеристику у системі психоемційного розвитку індивіду та його «Я». До того ж, впродовж дослідження вивчались й інші компоненти особистості, які могли вплинути на кінцевий результат [45].

Вітчизняна наука окремо повторює кроки до полісемантичності визначення «толерантності до невизначеності». У роботі, що була описана вище, українські дослідники визначили нетолерантність до невизначеності у синтезі з емоційною складовою. Тобто, нетолерантні особи матимуть більш високий рівень негативних емоцій у ситуації невизначеності[45].

Це ще раз об'єднує методичне навантаження роботи про можливий взаємозв'язок певного рівня емоційного інтелекту та нетолерантності до невизначеності.

Детальний теоретичний аналіз методологічної індетермінованості визначення толерантності можна знайти у роботі Володимира Зінченко. У ній він наводить приклад вже давнього дослідження феномену невизначеності у науково-психологічному дискурсі, який попри всі спроби досі залишається не дуже цікавим більшості психологів. Він засуджує спроби якомога більш об'єктивізувати психологічне знання, забувши про сам суб'єкт та його можливі характеристики. Він спонукає читача перейти від принципу детермінізму, до ідей індетермінізму. Тобто, від ідей причини-наслідку, які можуть бути затьмарені примарними спробами редукувати психіку людини до набору стимулів та реакцій, а залишити невизначеність, як важливий компонент пізнання [23]. Тобто, для нього толерантність до невизначеності стає основною характеристикою готовності людини до пізнання нового досвіду та його аналізу суб'єктивними центрами та можливої повторній об'єктивації та подальшої передачі.

Знаючи про надзвичайно велику кількість підходів до визначення толерантності до невизначеності, Катерина Лобачевська намагається дати своє пояснення цього феномену. За основу свого визначення, вона взяла ідеї Д. А. Леонтьєва, який бачив толерантність як можливість особистості протистояти наростанню відчуття тривоги, в залежності від невідомого компоненту певної одноразової ситуації, та окремо виділяв «Angst», як стан постійного відчуття непередбачуваності настання будь-яких життєвих подій [58]. Тож, відповідно до його визначення, вона пояснює толерантність як особистісну характеристику, яка проявляється у можливості протистояти тривожним тенденціям у залежності від настання неявного результату, шляхом переосмислення реальності в суб'єктивно зрозумілу детермінованість, яка надає змогу рухатись у детерміноване майбутнє відповідно до потреб та мотивів індивіда [58].

У дослідженні Раїля Шаміонова було чітко показано існування детермінованого симптомокомплексу готовності до змін, готовності до адаптації, адаптивності та толерантності до невизначеності. У готовності до змін присутній чіткий соціальний компонент. Підвищена зацікавленість до невідомого підвищує адаптивний потенціал особистості. Також, люди з підвищеною толерантністю менш піддаються соціально-демографічній детермінованості. Також на толерантність впливає й минулий досвід особистості. Люди, що адаптувались у минулому, краще адаптуються й до ситуацій майбутнього, що проявляється у зниженні загального тривожного фону[53].

Але толерантність до невизначеності проявляється не лише у робочих, емоційних тенденціях. У роботі Тетяни Корнілової, толерантність на інтолерантність до тривожності має вигляд двох тенденцій. У першому випадку вона вбачала позитивне ставлення до невідомої ситуації, кращому способу взаємодії з невідомим та можливістю приймати нові, невідомі варіанти рішення ситуацій. Інтollerантність визначається як суто негативне ставлення до нових ситуацій, бачення загрози у невідомому та бажання пояснити все як для себе, так і для оточуючих. Але ці показники розглядались не як протилежні полюси, а як різні структурні елементи.

Так, толерантність до невизначеності спонукала людей взяти підказку, тим часом як інтолерантність у людей, що брали підказку була знижена. Також люди, що приймали варіант невизначеності, частіше та більш спокійно могли змінювати свій вибір. Це свідчить про більш широке поле орієнтирів для таких людей, але зменшеним рівнем рефлексії щодо своїх рішень. Також в цій роботі було знайдено зв'язок з емоційним інтелектом, про який буде прописано пізніше[32].

Тож, попри існування безлічі визначень толерантності до невизначеності, найкращим для нашої роботи буде наступне: Толерантність до невизначеності – особистісна характеристика людини, яка пов'язана з її

емоційним інтелектом та іншими рисами особистості. Це готовність людини до прийняття невідомого та зниженим рівнем тривожності щодо цих подій.

1.3 Застосування п'ятифакторної моделі для дослідження особистісних рис

«Велика п'ятірка» або п'ятифакторна модель особистості – це модель характеристик особистості, що виражається у п'ятифакторному розподілі психічних особливостей людини. Самі фактори «п'ятірки» відповідають певним дихотомічним рисам з біполярним розподілом. Якщо писати окремо про певні характеристики людини, то вони відповідають обраній стратегії поведінки особистості у різних ситуаціях.

Сама модель початково розвивалась у психолінгвістичному руслі та відповідає як можливості суб'єктивного відображення людиною власних внутрішніх характеристик, так і полісемантичному зображенні індивідом іншого представника.

Якщо вивчати джерела знань про саму модель, можна побачити, що одним із засновників ідеї лінгвістичного аналізу рис особистості вважається Френсіс Гальтон, який презентував цю ідею у 1884-му році. Йому належить один з перших варіантів формування фундаментальної лексичної гіпотези. В основі цієї гіпотези покладено ідею про те, що найбільш фундаментальні суб'єктивні відмінності у типах людських транзакцій матимуть своє відображення у закодованих термінах однієї мови, або навіть у всіх мовах світу. Тобто, він вважав, що людські риси, незалежно від культури носія, матимуть повне семантичне відображення у словниках носіїв певної мови. Для тогочасної англійської мови він підрахував приблизно тисячу дефініцій певних рис особистості, кожна з котрих має свій відтінок та знаменує існування невелику різницю конотацій відповідно синонімічним термінам [65].

Традицію словникового виділення рис особистості продовжили у 1936-му році Гордон Олпорт. Визначення «особистісні риси» одним з перших

описав саме Г. Олпорт. Риси особистості він розумів як певні схильності або диспозиції, які відображають типову поведінку в широкій варіативності ситуацій.

На основі цього Г. Олпорт та його колеги Р. Кеттел та Г. Айзенк розвивали диспозиційну теорію особистості, за якої особистість розглядається і розуміється як певний набір рис, об'єднаний в одній свідомості. Риси хоч окремі, але постійно «взаємодіють» одна з одною. Риси особистості не просто пасивне надбання, а активатор нашої системи. Вони змушують нас діяти. Людина не буде чекати подразника, який вплине на неї, індивід сам почне діяти згідно з рисами [15].

Г. Олпорту та та Герману Оберту належить найперше та найбільш впливове психолінгвістичне дослідження, під час якого було проаналізовано більшу частину словника англійської мови та було створено каталог з більш ніж 18000 термінів, у яких зустрічався опис рис особистості. Згодом, на основі цього каталогу було виділено чотири списки, у першому з яких було виявлено 4500 слів, які були описані як стабільні характеристики особистості[66].

Це були найбільш типові слова, якими люди описували як своє життя та діяльність, так і діяльність інших людей.

Ця колосальна модель була спрощена у 1940-му році Реймондом Кеттелом. Він виділив синонімічні ряди та скоротив їх до 160 слів, які він у свою чергу вважав базовими. Після власного словниково аналізу, Кеттел додав ще 11 визначень. Після оцінки іншими психологами, у моделі Кеттела можна було виділити 42 змінні характеристики особистості, які були визначенні як «поверхневі характеристики». Ці характеристики були згруповані у 12 пар, а згодом і доповненні Кеттелом до 16 незалежних біполярних факторів. Так було сформовану першу багатofакторну модель особистості.

Власне, Кеттел вважав, що характеристики особистості виступають ментальною структурою оцінки поведінки і відповідає узгодженості дій з основною метою поведінки [26].

У 1949 Дональд Фіске вперше скоротив величезну 16-ти факторну модель до лише 5 інтегральних факторів, яким можна було б пояснити особливості поведінки особистості, але його концепція була проігнорована науковою спільнотою. Через 12 років цю спробу повторили Е. Тьюпс та Р. Крістал, які на досить широкій вибірці повторили пошук факторів особистості, та знову виділили 5 характеристик особистості: 1) позитивну імпульсивність; 2) дружелюбність; 3) надійність; 4) емоційну стабільність та 5) культуру. Але ці спроби привернути увагу наукового до п'ятифакторної моделі зазнавали краху[60].

Але у 1963 Ворен Норман змінив вектор наукового моделювання особистості. Після факторного аналізу, він знову презентував можливість п'ятифакторного опису особистості. Його дослідження опиралось на більш ранні спроби дослідження цього феномену психолінгвістами. Виділені ним 5 факторів у тому чи іншому вже зустрічались у минулих роботах вчених. Окрім того, вони мали і стабільний характер впродовж життя людини[35].

До його моделі увійшли такі фактори як:

- Соціальна імпульсивність, або екстравертованість особистості. Тобто, направленість особистості на активну взаємодію з зовнішнім або внутрішнім світом;
- Дружелюбність, або прагнення людини на позитивну взаємодію з людьми, або ж її вороже ставлення до інших;
- Добросовісність, або ж можливість людини до організації діяльності та взаємодії з іншими, або повна недбалість до своїх обов'язків;
- Емоційну стабільність, або вміння людини контролювати прояв свої емоцій та почуттів, або ж її невротизм та неадекватність емоційних проявів певним ситуаціям;

- Рівень культури, найближчим аналогом якого може виступати саме відкритість новому досвіду, яка виражається у можливості людини до адаптації до нового та використання творчого потенціалу, або ж навпаки, зменшення кругозору та певне упереджене ставлення до нового.

Але справжнє наукове відродження п'ятифакторної моделі особистості було знаменоване роботою Льюїса Голдберга. У 1981 році світові було вперше представлено назву «Велика П'ятірка» для класифікаційної моделі біполярних рис особистості. Класифікація, яку він представив у роботі саме цього року, відповідає класифікації Нормана, як найбільш загальній. Але у роботі, присвяченій пошуку універсальних рис характеристики, незалежно від мови, він наводить наступні обмеження свавільного використання методики в залежності від різних культур:

1. Треба визначити основні характеристики мови та які слова слід обирати відповідно до них: 1) Дискретні (Категоріальні) або 2) Розмірні (Порядкові).

За словами автора, більшість сучасних мов має у своєму категоріальному два способи опису індивіда: завдяки іменникам (критик), що відповідає дискретному варіанту, так і завдяки прикметникам (критичний), що відповідно означає розмірний характер. Тобто, перед формування такої лінгвістичної моделі, слід оцінити потенціал мови. Краще буде категоризувати типи людей за певними рисами, або ж навпаки, представити їх у вигляді неперервної ознаки на одній площині з існуванням кількох паралельних варіантів цієї площини? Наприклад, англійська мова більше має більше саме розмірних описів особистості (завдяки прикметникам), а отже цей підхід до формування факторів буде більш точним. Але для мови, де домінує опис індивіда завдяки іменникам, краще використовувати дискретну систему;

2. Треба визначитись з виглядом ознаки: уніполярним або біполярним.

Ще одним психолінгвістичним компонентом будь-якої мови може слугувати можливість створення заперечень або антонімічних форм

іменників та прикметників. З цього випливає питання, чи слід нам використовувати форми певних ознак як паралельних антонімів або як біполярну систему. Тобто, критичність – некритичність повинна оцінюватись у парі на одній біполярній площині, чи як дві частини однієї системи? Автор надає перевагу біполярній системі однієї площини, але наголошує на тому, що гарна модель повинна вміти репрезентувати свої фактори і як дві окремі реальності;

3. Фактори повинні трактуватись ортогонально (некорельовано) або непрямо (корельовано)?

Тобто, кожний з факторів повинен розглядатись в одній сукупній взаємоскорельованій структурі, або з варіантом оцінки особистості завдяки одному окремому фактору, що незалежний від інших?

Хоч ортогональна система краще підходить для прогностичного аналізу певних структур, краще використовувати непрямий спосіб трактування. По-перше, це більш властиво більшості мов, де до кожної з характеристик можна підібрати синоніми, які можуть описати окремий аспект системи. По-друге, більшість з мов можна представити у вигляді певної ієрархічної системи слів, якими можна більш або менш абстрактно схарактеризувати людину.

4. Структура вивчення має бути абстрактною чи конкретною?

Це найскладніше питання з найпростішою відповіддю. Кожна з характеристик повинна мати широке визначення та репрезентацію у мові носіїв, але не мати величезну кількість побічних семіотичних ознак. Наприклад «Екстраверсія» достатньо абстрактна, щоб включати до неї всілякі способи зовнішньо-скерованої дії, але достатньо конкретна, щоб виключити з неї масову взаємодію з усім соціумом [66].

Але найбільш відомою диспозиційною моделлю вважається варіант Пола Кости та Роберта МакКрея. Вони розробили методику психологічної діагностики особистості NEO PI-R. В основу цієї моделі покладено 5 «великих» факторів, який можна описати завдяки 6 субфакторам:

1. Нейротизм – загальна негативна емоційність, яка може бути схарактеризована підвищеною тривожністю, невиправданим гнівом, депресивним фоном, підвищеним рівнем самоаналізу, непомірними бажаннями та вразливістю;

2. Екстраверсія – направленість діяльності людини назовні, яка характеризується соціально-прийнятними рисами: дружелюбність, підвищеним рівнем компанійної поведінки, такі люди впевнені у собі, активно шукають захопливих моментів для підвищення життєрадісності;

3. Відкритість відповідає відкритості новому досвіду, до яких входить підвищений рівень уяви, загальна артистична направленість особистості, здатність людини до емоційного аналізу, постійний пошук пригод, підвищений рівень інтелекту та загальна свободолюбивість;

4. Доброзичливість – це високоморальні та скромні люди, які надають перевагу кооперації або навіть альтруїзму. Вони відрізняються підвищеним співчуттям.

5. Добросовісність – властива цілеспрямованим та обережним людям, що люблять порядок та здатні до ефективного використання власних ресурсів для обережного досягнення мети [36].

Відповідно до культурних особливостей української вибірки, у основу роботи було покладено українську адаптацію тесту short GPI, за авторством Марини Климанської та Інні Галецької. Шкалювання у ньому відповідають моделі NEO PI-R Кости-МакКрея, але за відсутністю більш дифференційованої систему субфакторів.

Тобто, у висновку хотілось би зазначити наступне:

- Індивід може бути описаний завдяки стабільному набору факторів, який може мати у структурі лише п'ять бінарних визначень з різними конотаціями;

- Риси мають стабільний характер існування та визначають тип поведінки людини відповідно певним внутрішнім характеристикам. Це спосіб взаємодії індивіда з навколишнім середовищем.

- Сама модель може вважатись ієрархічною, тому що в систему аналізу людини в основному закладено п'ять «великих» факторів з можливими варіантами існування малих «субфакторів».

- Велика п'ятірка містить психолінгвістичний компонент, а тому адаптація та коректне використання слів у ній повинна займати перше місце. Саме тому було обрано україномовну методику.

1.4. Визначення та особливості поняття емоційного інтелекту

Відповідно до кожної з тем, що були описані вище, знання про емоційний інтелект мають лише спільні риси та відрізняються як від часового контексту проблеми, так і від вченого до вченого. А тому, найбільш вдалою ідеєю буде ознайомлення з культурно-часовими детермінантами вивчення цього питання.

Саме розуміння поняття емоційний інтелект тісно пов'язане власне з емоціями. І в залежності від трактування емоційного компонента, буде змінюватись і загальне поняття про відповідний інтелект.

Якщо розглядати початок зародження експериментальної психології, ми побачимо тривимірну модель емоцій, яку запропонував Вільгельм Вундт. Він відділяв прості відчуття, як просте відображення певним суб'єктом об'єктивної реальності. Під дією часу, сили та полярності відчуття, вони формують емоційний комплекс, який ми можемо назвати «емоцією». В контексті такого визначення, емоційний інтелект виступає як здатність суб'єкта до аналізу окремих компонентів «емоцій» та побудові причинно-наслідкового зв'язку між комплексним відображенням та власне об'єктом, що викликав їх [11].

В якості доповнення до трьохвимірної моделі, формується ідея двокомпонентної теорії емоцій, яку вперше розробив Джон Уотсон, основоположник біхевіоризму. Він розділяв емоції на прості, які відповідають тваринному світові та ведуть до виживання індивіда, та складні, які формуються під час соціальної взаємодії. Самі емоції є не відображенням

ситуації, а прямою відповіддю на неї. Під час загрози, тварини та людина відчують гнів або страх. Самі емоції призводять до переривання діяльності та зменшення рівня організованості індивіда, але постемоційні стани можуть позитивно впливати на основну діяльність. Тож, відповідно до ідей Уостона, можна побачити, що емоційний інтелект являє собою можливість людини формувати знання про соціально-прийнятні емоції, стримувати психоемоційне збудження та краще працювати під час постемоційних станів.

М. Алферова наводить приклад побудови концепції емоційного інтелекту аналізуючи роботи багатьох авторів. Так, наприклад, при аналізі робіт П. Фресса та Ж. Піаже, можна побачити, що емоції виступають в якості прояву зниженого рівня адаптованості людини до ситуації, коли мотиваційний компонент затьмарює реальний потенціал дії. Це приводить нас до ситуації аналізу емоційного інтелекту, як можливості індивіда до прогнозування ситуації та побудові тих самих причинно-наслідкових зв'язків, але вже не реакції на ситуацію, а мотиваційного компоненту що покладений в саму ситуацію та емоційну відповідь на їх співвідношення [2].

Тим часом також розвиваються й теорії інтелекту. Перші варіанти інтелектуальної моделі, наприклад, за Спірменом, не включали стійку диференціацію на різні види та типи інтелекту. Він вважав, що будь-які тести інтелекту вимірюють загальний інтелектуальний потенціал людини, який виражений одним генералізованим фактором «G». Це інтелектуальні можливості індивіда, що проявляються у його здатності акумулювати інтелектуальну енергію, перерозподіляти її між різними формами діяльності та швидко повертатись на акумульований рівень після інтелектуальних операцій. Другим фактором інтелекту виступав його специфічний для певної діяльності варіант «S» фактор. Згодом, після критики його теорії, він допрацював свою модель та явив світові ієрархічну інтелектуальну модель, де він додав декілька інтелектуальних здібностей, у тому числі й лінгвістичні та вербальні [51]. Тобто, «емоційний» інтелект повинен був відповідати суто

специфічному варіанту прояву у контексті певної емоційної або соціальної діяльності людини під час використання лінгвістично-вербальних ресурсів.

За Андрєєвою, ще у 20-ті роки минулого століття, варіант формування подібної до емоційного інтелекту структури, що розвивалась у контексті взаємодії, або соціальному інтелекті, належить Р. Торндайку. Він бачив соціальний інтелект, як певну здатність людини адекватно діяти під час взаємодії між людьми. Він намагався виміряти соціальний інтелект завдяки карткам із зображенням певної емоції або можливості розпізнати емотивний компонент завдяки его вербальному опису [3].

Спроба подібного вимірювання соціального інтелекту належить Дж. Гілфорду та М. О'Саллівану. Вони також вимірювали соціальний інтелект завдяки карткам з емоційним зображенням та описами певних ситуацій. Вони продовжили та розширили традиції Торндайка та не виокремлювали емоційний інтелект з соціального[44].

Перша спроба науково виокремити емоційний інтелект належить П. Селовею та Дж. Маєру. Вони вважали, що емоційний інтелект є здатністю людини виявляти та аналізувати як власні емоційні прояви, так і прояви інших людей, а потім використовувати цю інформацію для адаптації своїх дій. Емоційний інтелект можна розділити на три вектори: 1) здатність до розрізнення емоцій; 2) здатність до урегулювання емоційного компонента; 3) використання інформації про емоції. Згодом додалась думка про те, що емоційний інтелект є здатністю людини також будувати психоемоційний зв'язок з іншими предметами або суб'єктами. Зміна типу та якості зв'язку призводить до зміни емоційного фону.

Найбільш відомий тест емоційного інтелекту на теренах вітчизняного простору належить Дмитру Люсіну. Він вважає, що емоційний інтелект необхідно трактувати як можливість людини розуміти та керувати як власними емоціями, так і емоціями інших людей. Тобто, у структурі емоційного інтелекту можна визначити 4 фактори, які можуть бути згруповані між собою: 1) можливість розуміти емоції; 2) можливість

керувати емоціями; 3) оперувати власними емоціями та 4) оперувати чужими емоціями [40].

Інтерес до вивчення емоційного інтелекту з кожним роком лише збільшується. За даними Всесвітнього економічного форуму в Давосі, емоційний інтелект входить у топ-10 необхідних навичок майбутнього. Вони замінять собою активне слухання, як одну з нині центральних робочих навичок [67].

Також вже проходять порівняння емоційного інтелекту з вищезазначеними у роботі феноменами. Так, у «Великій п'ятірці» присутня шкала як невротизму, так й варіанти взаємодій з оточенням, які корелюють з рівнем розвитку емоційного інтелекту. Відповідно до цього, у парному зв'язку можна побачити варіант взаємодії з толерантністю до невизначеності, особливо у вербальному компоненті або компоненті взаємодії з певними типами пацієнтів.

Тобто, у висновку хотілось зазначити, що проблема вивчення емоційного інтелекту почалась вже достатньо давно, але прийти до певного консенсусу у вивченні цього питання так і не вдалось. Ми можемо побачити, що спільним компонентом емоційного інтелекту, незалежно від його визначення, залишається здатність людини до розпізнавання та контролю емоцій, незалежно від їх носія. А виправданість використання у моделі дослідження аспекту емоційного інтелекту виражається у його кореляції з іншими психічними феноменами та у майбутньому потенціалі дослідження.

На думку М. Манойлової емоційний інтелект заключається у здатності до розуміння своїм та чужих (інших людей) почуттів та емоційних, а також їх регуляції й прийнятті []. Виходячи з цієї концепції вона розробила опитувальник рівня та структури емоційного інтелекту, який навіть було адаптовано на українській вибірці для роботи з поліцейськими в 2019 році.

Основною ідеєю діагностики за М. Манойловою є виділення двох аспектів ЕІ, що заключаються у визначенні та розумінні емоційних станів

себе та оточуючи та їх маніпуляцією. Тому і метою емоційного інтелекту вона виділяє трансформацію та зростання, власне, сфери емоційного людей.

Висновки до розділу 1

Даний розділ розкриває важливість вивчення соціокультурного та історичного контексту вивчення певних психічних феноменів, таких як: «мем» та «інтернет-мем»; толерантності до невизначеності; типологію особистості за моделлю «В5» та емоційний інтелект.

Ці пов'язані між собою шкали мають практичне значення у контексті вивчення такого значного культурного аспекту сучасної молоді, як «інтернет-мем». Особливо в умовах глобалізації та постійної вимушеної ізоляції.

Знання про культурну важливість мемів приводить нас до необхідності використання перевірених часом та культурою методів психологічної оцінки носіїв нового культурологічного знання.

Отже, у висновку слід ще раз наголосити на наступне:

1. Мем – структурна одиниця значимої соціокультурної інформації, яка здатна видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватись та перетворюватись.

Поняття «інтернет-мем» має деякі відмінності від «мему»: 1) більш коротке життя; 2) збільшена кількість «мутацій»; 3) швидше розповсюдження; 4) більша популярність визначення, а тому «мемом» зараз вважають частіше суто «інтернет-меми»

2. Відповідно до особливості роботи, було проаналізовано безліч варіантів визначення толерантності до невизначеності. Після консолідації термінів, ми визначили толерантність до невизначеності як особистісну характеристику людини, яка пов'язана з її емоційним інтелектом та іншими рисами особистості. Це готовність людини до прийняття невідомого та зниженим рівнем тривожності щодо цих подій.

3. «Велика п'ятірка» – це модель характеристик особистості, що виражається у п'ятифакторному розподілу психічних особливостей людини. Їй відповідають наступні фактори: 1) нейротизм; 2) екстраверсія; 3) відкритість новому досвіду; 4) доброзичливість; 5) добросовісність.

4. Відповідно до мети роботи, попри велику кількість визначень емоційного інтелекту, найбільш доцільно використати варіант М. Манойлової: емоційний інтелект необхідно трактувати як здатність людини до того, щоб диференціювати, усвідомлювати та трансформувати почуття та емоційні стани свої та чужих людей.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ

2.1. Обґрунтування методичного інструментарію дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді

Для дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді в якості емпіричного інструментарію було обрано методики, які могли б дозволили виміряти наступні критерії: емоційний інтелект, толерантність до невизначеності та особистісний профіль.

Окрім того, додатково був складений перелік запитань авторської методики, який дозволив би виміряти рівень та специфіку вподобання мемів респондентів. Анкета для дослідження вподобань інтернет-мемів складається з блоку з шести запитань, з яких було розпочате дослідження:

1. В першу чергу було поставлено одне з основних контрольних запитань про те, чи дивиться людина меми, як такі.
2. Далі ми запитували респондентів як часто вони переглядають інтернет-меми. Це запитання мало 5 варіантів відповіді та місце для власного твердження респондента, якщо жоден з запропонованих варіантів не є підходящим.
3. Третє запитання було відкритим та в подальшому лягло в одну з основних шкал, які ми використовували в аналізі. Тут ми просили респондентів надіслати посилання чи написати назви своїх улюблених мемів. Таким чином ми не лише змогли дізнатись інформацію про конкретні улюблені меми, проте й провели асоціативний ряд саме з ними у подальших відповідях респондентів.
4. Четверте запитання стосувалось звичного способу переглядання інтернет-мемів.

5. Також ми запитували у респондентів чи робили вони самі колись меми. Ця інформація буде особливо корисною для перевірки різниці профілів тих, хто робить меми та ні, з потенціалом практичного впровадження цієї інформації.

6. Останнє запитання було про те, як часто люди роблять меми, у випадку позитивної відповіді на п'яте питання.

Важливо звернути увагу й на те, що хоч дослідження й проводилось за допомогою інтернет-опитування, проте перед початком опитування ми вказали людям на можливість не відповідати на будь-яке з питань, якщо воно є незручним, незрозумілим чи небажаним для них.

Жодне з питань не було обов'язковим, можна було ставити будь-яку кількість відповідей, які респондент вважає вірними або дописати свій варіант відповіді (за початкового відсутності такого).

Окрім того, під блоком цього опитувальника було окреме місце для коментарів, куди кожен бажаючий міг написати відгук стосовно питань. Таким чином ми спробували мінімізувати «автоматичне» проходження, коли респондент просто натискає всі кнопки підряд та не звертає увагу на зміст самих запитань.

Для дослідження особистісних чинників ми обрали українську адаптацію короткого п'ятифакторного опитувальника особистості ТІРІ (ТІРІ-UKR). Наразі це найновіша (та єдина) україномовна адаптація даного опитувальника на українській вибірці, результати якої були опубліковані лише у 2019 році.

Дана методика базується на 10-пунктовому опитувальнику рис особистості, розробленого С. Гослінгом, П. Ренфру і В. Свонном, більш відомого під назвою ТІРІ. Окрім того, були перевірені зв'язки цієї методики з іншими українськими аналогами, що теж базуються на теоретичній 5-

факторній моделі особистості, розробленої ще Г. Олпортом, Р. Кеттелом та Г. Айзенком.

Серед однозначних переваг даної методики є її доступність та короткий обсяг. Наразі українська психометрія перебуває в кризі. А за відсутності власних розроблених та адаптованих опитувальників, дослідники зазвичай користуються власноруч перекладеними старими російськими й радянськими аналогами. Характерною їх особливістю, крім відсутності репрезентативності, є довжина та велика кількість питань, які є не лише впізнаваними, а й необґрунтовано перевантаженими.

Тому короткий та локанічний україномовний аналог наразі є найкращою альтернативою. Адже ми отримуємо не тільки більш надійні дані, а й не змушуємо респондентів втомлюватись від великої кількості питань, за відповіді на які вони не отримують винагороди.

Інший момент, який ми зобов'язані врахувати – толерантність до невизначеності Баднера може бути пов'язана з факторами опитувальника Великої П'ятірки: позитивно з відкритістю досвіду та екстраверсією, негативно - з нейротизмом. Такі дані були отримані під час адаптації та порівнянням з великим опитувальником. Проте так як TIPI-UKR теж базується на 5-факторній моделі, важливо буде слідкувати за зв'язками між цими змінними.

Сам опитувальник складається з 10 запитань стосовно того, як яку людину себе бачить респондент. В кожному питанні наведені пари семантично близьких визначень, стосовно яких респондент оцінює себе за 7-бальною шкалою (аналог шкали Лайкерта) від «абсолютно не погоджуюсь» до «абсолютно погоджуюсь» [68].

Таким чином ми отримуємо по два запитання на кожен фактор з частиною прямих та обернутих запитань, що демонструють нам самоствавлення респондента до своєї особистості. Ймовірна похибка

самооцінювання була врахована дослідниками під час адаптації завдяки проведенню перехресного опитування інших людей стосовно особистісних проявів респондентів.

Основний акцент під час аналізу буде зроблено на аналізі шкал відкритості новому досвіду та емоційній стабільності, адже виходячи з гіпотез та завдань дослідження ми вважаємо, що саме ці риси будуть яскравіше виражені у людей, що регулярно дивляться та роблять меми.

З метою дослідження рівня емоційного інтелекту досліджуваних ми виокремили окремий блок анкети під опитувальник рівня і структури емоційного інтелекту «МЕІ», україномовна адаптація якого була зроблена та опублікована в 2019 році В. Барко, В. Остаповичем та П. Олешко.

Найголовнішою перевагою цього опитувальника, як і з ТІРІ-UKR, є те, що шкали та питання є більш актуальними для сучасного українського населення. Ми не будемо повторювати аргументацію про відсутність аналогів як таку, проте вважаємо важливим обговорити особливості самої адаптації. Так, ця методика адаптувалась для роботи з поліцейськими, референтною групою вимірів теж були саме співробітники національної поліції.

З одного боку це може викликати питання, адже професійна спрямованість не має прямого зв'язку з нашим дослідженням особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді. В такому випадку варто згадати, що популярним способом адаптації протягом багатьох років виступали виключно студенти, хоч і у великій кількості. Проте отримані дані все одно розповсюджувались на генеральну сукупність, а опитувальники були загальнозживаними. Тому наразі адаптована методика діагностики ЕІ Майнової є найкращим аналогом.

Структура опитувальника зроблена таким чином, що досліджуваному надається 40 запитань з 5-бальною шкалою Лейкарта. В ході підрахунку результатів ми отримуємо 4 субшкали та 3 інтегральні індекси:

1. шкала 1 – «Усвідомлення своїх емоцій і почуттів»;
2. шкала 2 – «управління своїми емоціями та почуттями»;
3. шкала 3 – «усвідомлення емоцій і почуттів інших людей»;
4. шкала 4 – «управління емоціями та почуттями інших»;
5. внутрішньо-особистісний аспект (його можна вважати межею самоконтролю, вмінням усвідомлювати, впливати та приймати власні емоційні стани);
6. міжособистісний аспект (проявляється в навичках ідентифікації, розуміння та впливу на почуття інших людей);
7. інтегральний індекс (формується з усіх шкал опитувальника та є інтеграцією або так званим компаративним значенням емоційного інтелекту респондента).

Кожна субшкала складається з 10 запитань, 5 з яких є прямим та ще 5 – зворотними. Підрахунок зворотних шкал відрізняється від класичного варіанту, коли найбільшим числам присвоюються найменші значення і навпаки [56]. Тут, сума балів по зворотним шкалам віднімається від суми балів прямих шкал.

Таким чином, значення емоційного інтелекту ми отримуємо в діапазоні від -20 до +20 та співставляємо з таблицею рівня значущості. Стандартні для вибірки значеннями, при тому, знаходяться в діапазоні від -3 до +8, тож буде цікаво порівняти як ці результати перегукуватимуться з середнім та медіаною молоді.

Далі, з метою дослідження толерантність до невизначеності респондентів ми вирішили використовувати україномовну адаптацію опитувальника толерантності до невизначеності Баднера, яка була опублікована вже відомими нам В. Барко та В. Остаповичем в 2019 році.

Ця методика початково теж адаптувалась саме для використання в межах національної поліції України, проте як і у випадку з опитувальником рівня і структури емоційного інтелекту, ми вважаємо його найкращим з наявних аналогів [57].

Єдині сумніви які у нас виникають, викликані формулюванням частини питань, що стосуються вчителів, фахівців тощо. Хоч це і є майже дослівний переклад російськомовної анкети, додаткового аналізу стосовно точності формулювання при адаптації проведено не було. Проте навіть за таких умов опитувальник є найбільш лаконічним, і загальнодоступним – що є значущим фактором для подібних студентських дипломних досліджень.

2.2. Організація і проведення дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді

Перед описом самої структури анкети ми вважаємо важливим оговорити умови та особливості проведення дослідження. В якості способу збору даних ми взяли онлайн-опитування. Такий варіант наразі є найбільш розповсюдженим.

В першу чергу це пов'язано з карантинними обмеженнями в світі та активний перехід комунікацій в інтернет та соціальні мережі. В другу чергу онлайн опитування дозволяє без перешкод збирати дані не лише на території, на якій ми проживаємо, а й шукати респондентів в інших містах. Час та місце проходження теж обирають самі респонденти, тому умови проходження будуть для них більш комфортними.

Анкета, через яку ми збирали дані, була розміщена на одному з найбільш популярних сервісів «Google Forms». Завдяки тому, що майже всі люди мають аккаунти електронних скриньок на сервісі Google, проходження анкети стає інтуїтивно простою та зрозумілою. Іншим важливим фактором можна виділити те, що ця платформа забезпечує анонімність респондентів.

Адже отримати контакти респондента тут можна лише за його згоди, що має сприяти більшій щирості та відвертості у відповідях.

Також, перед обговоренням структури дослідження необхідно вказати ще декілька організаційних нюансів. В своєму дослідженні ми вирішили відмовитись від популярної практики виставлення всіх відповідей як обов'язкові.

Ми усвідомлюємо, що не всі писання є приємними, бажаними та цікавими для респондентів, тож вони можуть не хотіти надавати чи не знати відповідей. З цією метою жодне з питань не було обов'язковим. Якщо ж змушувати респондентів відповідати, то ми все одно отримаємо нечесні, хибні або випадкові відповіді, що в загальному погіршить наші результати [60].

В подальшому цей аспект може мати декілька шляхів вирішення:

- 1) видалення респондентів при незначній кількості пропущених значень;
- 2) реконструкція пропущених значень шляхом моделювання даних; за можливості необхідно буде врахувати зміст коментарів, що зможуть залишати респонденти.

Ще один важливий момент полягає в тому, що в кінці кожного розділу анкети ми залишали місце для коментарів досліджуваних. Таким чином можна отримати зворотній зв'язок та врахувати всі їх зауваження стосовно змісту або функціоналу анкетування.

Якщо не враховувати інформацію про дослідження та дослідника, а також загальні застереження щодо анонімності та можливості в будь-який момент відмовитись від проходження, першим етапом дослідження був збір даних про мемні вподобання респондентів за описаною вище авторською анкетною. Ми поставили саме ці запитання на початок з декількох причин.

По-перше, при відповідях на подальші питання стосовно своєї особистості, досліджувані все ще знаходились під враженням після згадування своїх улюблених мемів, тож їх відповіді з більшою вірогідністю будуть асоційовані саме з ними, а не зовнішніми умовами, в яких вони проходили дослідження. Це є надзвичайно важливим для інтернет-опитувань, де дослідник ніяк не може вплинути на всі зовнішні стимули в середовищі респондентів.

По-друге, одне з перших питань дослідження заключалось в тому, що ми просили вказати респондентів свої улюблені меми. Це можна зробити вказавши посилання на мем або ж написавши його назву.

В першому випадку респондентам довелося би перейти зі сторінки з опитувальником на іншу для пошуку, що може знизити мотивацію проходження. А у випадку, якщо посилання з певних причин закривалося, то дослідження довелося би перепроходити спочатку, що впливатиме вже не тільки на мотивацію, а й на результати. Тож поставивши цей блок запитань на початок ми мінімізували часові втрати респондента, якщо він захоче залишити нам посилання на меми, та зробили запобіжник від подальшого забруднення результатів.

У висновку ми отримали велику кількість мемів від досліджуваних, які далі перекодовували залежно від критеріїв, описаних а класифікації основних мемів [63]. Такий варіант не є найкращим, адже необхідно витратити багато часу для перегляду кожного мема та визначення його основних параметрів. Крім того, мають місце бути суб'єктивні помилки. Проте наразі цей варіант є для нас найбільш прийнятним.

Єдина альтернатива – визначати тип мему через навчені нейронні мережі. Проте навіть найкращі зразки описані в наукових публікаціях зазвичай можуть визначати лише певні види та типи інтернет-мемів і також роблять це з певним відсотком похибки. Проте так як побудова побідних нейронних мереж є дуже складною та потребує декілька фахівців не

психологічної спеціальності – ми зупинились на ручному перекодуванні з оцінкою експериментатора.

Далі було представлено декілька розділів з питаннями психологічних опитувальників, а в кінці йшов короткий блок з загальними питаннями: про стать та вік респондентів. В першому випадку ми запитували до якої статі належать респонденти, запропонувавши два варіанти відповіді – «чоловік» та «жінка». На випадок, якщо людина захоче додатково вказати свій гендер або описати певні сумніви з цього питання була надана можливість вписати щось інше. Питання віку було відкритим та також необов'язковим, якщо респондент не захоче вказувати цю інформацію.

Підсумовуючи, структура опитувальника була наступною:

- 1) Інформація про тему та мету дослідження, про дослідника та загальне інформування про вільну участь, можливість не відповідати чи покинути дослідження.
- 2) Блок питань про мемні вподобання респондентів.
- 3) Українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості TIPI (TIPI-UKR)
- 4) Україномовна адаптація опитувальника рівня і структури емоційного інтелекту «MEI»
- 5) Україномовна адаптація опитувальника толерантності до невизначеності Баднера
- 6) Загальні питання про респондентів (стать та вік)
- 7) Контактні дані дослідника, за якими можна зв'язатись з питаннями та пропозиціями

Розповсюдження посилання на готову анкету відбувалось серед студентських чатів в соціальній мережі Telegram. До опитування були залучені студенти третього та четвертого курсів біологічного, філософського та факультету психології КНУ імені Тараса Шевченка. Також до анкетування були запрошені студенти п'ятого курсу Київського медичного університету.

Ми не можемо гарантувати, що дослідження проходили тільки респонденти з цих груп, адже поширити посилання на дослідження могли будь-які треті особи. Тому в якості запобіжного заходу ми будемо видаляти всіх респондентів, що виходять за необхідні нам вікові межі 18-25 років. Саме такі межі були встановлені базуючись на середньому віці студентів вищих навчальних закладів, які і стали основою нашої вибірки.

Наступним кроком після завершення збору анкет була обробка отриманих даних. Підрахунок результатів ми робили за допомогою мови програмування R (version 4.0.5) у середовищі RStudio (version 1.4.1103). Вибір саме на цей інструмент для аналізу даних має декілька причин:

1) Завдяки правилам General Public License ця мова програмування в якості загальнодоступного коду безкоштовно поширюється та встановлюється на будь-яку операційну систему.

2) R написано на мові C та Fortran, тому він має сильніші об'єктно-орієнтовані засоби програмування (та аналізу відповідно), ніж більш популярний в Україні SPSS.

3) Що стосується документації, R має легко доступні пояснювальні файли. Окрім того, спільнота користувачів R постійно створює оновлення програмного забезпечення, що сприяє більш ефективній роботі.

4) R – мультиплатформенний. Тому можна працювати з масивами даних з різних пристроїв, не втрачаючи при цьому прогрес.

5) Завдяки відкритому вихідному коду ця мова програмування забезпечує відтворюваність аналізу.

Для аналізу даних ми використовували наступні статистичні пакети:

1. CGPfunctions (v. 0.6.3) – побудова частини таблиць сполучення та їх візуалізацію;
2. readxl (v. 1.3.1) – експорт xlsx-файлу з базою даних відповідей респондентів;

3. `jtools` (v. 2.1.3) – побудова графів розподілу оцінок з 95% довірчим інтервалом та отримання спеціальної документації лінійних моделей (показник F, інформація про модель тощо);
4. `gvlma` (v. 2.1.3) – перевірка функції верхнього рівня для глобальної перевірки припущень лінійних моделей;
5. `ggplot2` (v. 3.3.3) – графічна візуалізація даних: побудова графіків, таблиць та гістограм;
6. `data.table` (v. 1.13.6) – з цього пакету було використано аргумент `na.omit`, за допомогою якого було видалено зайвих респондентів;
7. `sjmisc` (v. 2.8.6) – перевірки розподілу та загальних статистик змінних, а також створення таблиць з частотами (частотні таблиці);
8. `RColorBrewer` (v. 1.1-2) – створення кольорової палітри, яка в подальшому використовувалась під час побудови графіків;
9. `viridis` (v. 0.6.0) – видозміна кольорової гами, частина побудованих графіків;
10. `hrbrthemes` (v. 0.8.0) - компіляція додаткових тем для пакету "ggplot2", включаючи функцію перевірки правопису для полів сюжетних міток, введення додаткових шрифтів для візуалізації даних;
11. `MOTE` (v. 1.0.2) – цей пакет відображає омега в квадраті з аналізу ANOVA та його нецентральний довірчий інтервал на основі розподілу F.
12. `dplyr` (v. 1.0.5) – з використанням цього статистичного пакету ми змогли використовувати знак присвоєння `%>%`, що є необхідним для передачі інформації між векторами, базами даних та функціями з різноманітних пакетів;
13. `car` (v. 3.0-10) – за допомогою цього пакету здійснювались більшість перекодування змінних. Окрім того, через цей пакет виконувалась частина перевірки якості регресійних моделей (тест Дарбіна-Вотсона, побудова лінійності залишків з `crPlots`, тест для оцінки не константності помилок варіації, перевірку залежності викидів від рівня або розширення графіків вивчення можливої залежності на стьюдентифіковані залишки).

Також базуючись на аргументі `vi` було виконано розрахунок дисперсійно-інфляційних та узагальнених дисперсійно-інфляційних коефіцієнтів для лінійних, узагальнених лінійних та інших моделей;

14. `base` (v. 4.0.5) – цей пакет містить в собі всі базові аргументи для аналізу даних: створення фреймів баз даних, перетворення змінних у фактори, більшість простих математичних операцій (вирахування квадратів, множення тощо), робота з пропущеними значеннями та виведення загальних підсумків;

15. `stats` (v. 4.0.5) – за допомогою цього пакету була виконана генерація функцій для предикторів з результатів моделей. Окрім того, з його допомогою було здійснено виведення описової статистики, таблиці сполучення, побудова лінійних регресійних моделей, виконання тестів на нормальність розподілу та значущість χ^2 -квдрату;

16. `graphics` (v. 4.0.5) – цей статистичний пакет було використано для створення частини гістограм, кривих – тобто візуалізації даних;

17. `caret` (v. 6.0-86) – за допомогою цього пакету ми викликали функцію `preProcess`, яка дозволяє робити трансформації змінних та є важливою частиною виклику методу реконструкції даних `'bagImpute'`;

18. `jmv` (v. 1.2.23) – за допомогою цього пакету були виконані: групове порівняння (t-критерій Ст'юдента, критерій Уелча, непараметричний критерій Манна-Уїтні та величина ефекту й довірчих інтервалів d-Коена) з перевіркою нормальності розподілу та гомогенності вибірки, сполучення категоріальних змінних. Окрім того, з використанням цього пакету ми створювали однофакторний дисперсійний аналіз;

В якості методів обробки даних були обрані наступні: реконструкція пропущених значень на основі множинної бутстреп-агрегованої моделі, частотні таблиці, таблиці сполучення (додатково – ϕ та V-Крамера й Тау-b Кендалла). Ще одним методом аналізу було використано однофакторний дисперсійний аналіз. Також в нашому дослідженні ми спирались на міжгрупове порівняння з використанням t-критерію Ст'юдента, критерію

Уелча, непараметричного критерію Манна-Уїтні, а також величини ефекту та довірчих інтервалів d-Коена. Також були використані критерії Лівена та Шапіро-Вілка для перевірки гомогенності та нормальності вибірки відповідно. Також було використано побудову лінійних регресійних моделей, що будуються на методі найменших квадратів з перевіркою всіх супутніх допущень та обмежень методу.

Висновки до розділу 2

В цьому розділі було описано основні принципи побудови дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді. Так, ми встановили особливості побудови дослідження: дозвіл на пропуск питань, що респонденти вважають занадто емоційними, недоречними тощо. Окрім того, завдяки розміщенню блоку запитань про мемні вподобання на початок анкети ми з більшою вірогідністю отримаємо відповіді, більш асоційовані саме з мемними вподобаннями.

У розділі були визначені всі особливості пошуку, підбору й форматування методик, для дослідження особистісно-емоційних чинників. В нашому випадку це: 1) авторський опитувальник мемних вподобань; 2) українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості TIPI (TIPI-UKR); 3) україномовна адаптація опитувальника рівня і структури емоційного інтелекту «МЕІ»; 34) україномовна адаптація опитувальника толерантності до невизначеності Баднера.

У тексті розділу також були зазначені особливості анкетування, вибору баз та середовищ збору даних, відповідно від бажаної цільової аудиторії, яку ми відбирали відповідно віку респондентів. Також були враховані всі особливості інтернет-опитувань, їх потенційні переваги та недоліки.

Було вказано, що аналіз даних виконувався з використанням мови програмування R у середовищі RStudio та причини вибору саме цього

варіанту статистичної обробки. А також, всі статистичні пакети, що були задіяні для аналізу та для чого.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНО-ЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ МЕМНИХ ВПОДОБАНЬ МОЛОДІ

3.1. Реставрація відсутніх даних за допомогою множинної бутстреп-агрегованої моделі

Перший етап в дослідженні особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді можна частково назвати підготовчим. Як ми вказували раніше – особливістю анкетування було те, що досліджувані могли не відповідати на ті питання, що вважають занадто особистими, якщо не мають відповіді чи з будь-якої іншої причини. Таким чином ми змогли отримати більш чесні дані.

Саме тому першим кроком аналізу була перевірка наявності цих самих пропущених значень, де ми з'ясували, що 23 респондента зі 111 вирішили не відповідати на частину запитань, а саме: не наводити приклади улюблених мемів, не вказувати як часто роблять меми та проігнорували частину запитань з опитувальника рівня та структури емоційного інтелекту:

- Четверте питання: «У конфліктних ситуаціях я приховую свої емоції та почуття».
- Восьме питання: «Я вважаю за краще контролювати людей».
- П'ятнадцяте питання: « Я дозволяю підлеглим узяти на себе керівну роль і при цьому їх не контролюю».
- Тридцять друге питання: «Мені складно висловитися щодо поведінки іншої людини, яка заважає мені».
- Тридцять третє питання: «Я довіряю своїм почуттям, коли приймаю серйозні рішення».

Таким чином, перед нами постало запитання – видаляти респондентів чи реконструювати шкалу. Позбавляйтесь п'ятої частини вибірки, особливо враховуючи те, що ми втратимо ще частину респондентів під час перевірки

соціально-демографічних чинників, при такому маленькому її обсязі, нам видається некоректним. Адже ми втратимо значну частину даних масиву.

Методом заповнення пропущених значень ми обрали «bagImpute», який дозволяє для кожної з наявних змінних реалізовувати побудову бегінг-моделі (інакше кажучи – множинної бутстреп-агрегованої моделі). Тобто вона використовує всі інші змінні в якості предикторів, за аналогією з регресійними деревами (Додаток Г, Скрипт Г1). Чому ми відкинули альтернативні методи було детальніше описано в попередньому розділі.

Проте саму реконструкцію ми провели в два етапи, виокремивши з бази даних частини, в межах яких цей метод реалізувався би в повній мірі. Так, запитання про мемні вподобання реконструювались в групі виключно запитань про меми (відновлено дані 13 респондентів – 17 пропущених комірок). Питання ж з методики структури та рівня емоційного інтелекту «Mei» відновлювались в межах методики. В результаті ми змогли відновити всі пропущені значення, базуючись на вже наявних даних (відновлено дані 10 респондентів – 12 пропущених комірок).

3.2. Корекція складу бази даних, шляхом видалення респондентів, що виходять за межі визначених для дослідження меж

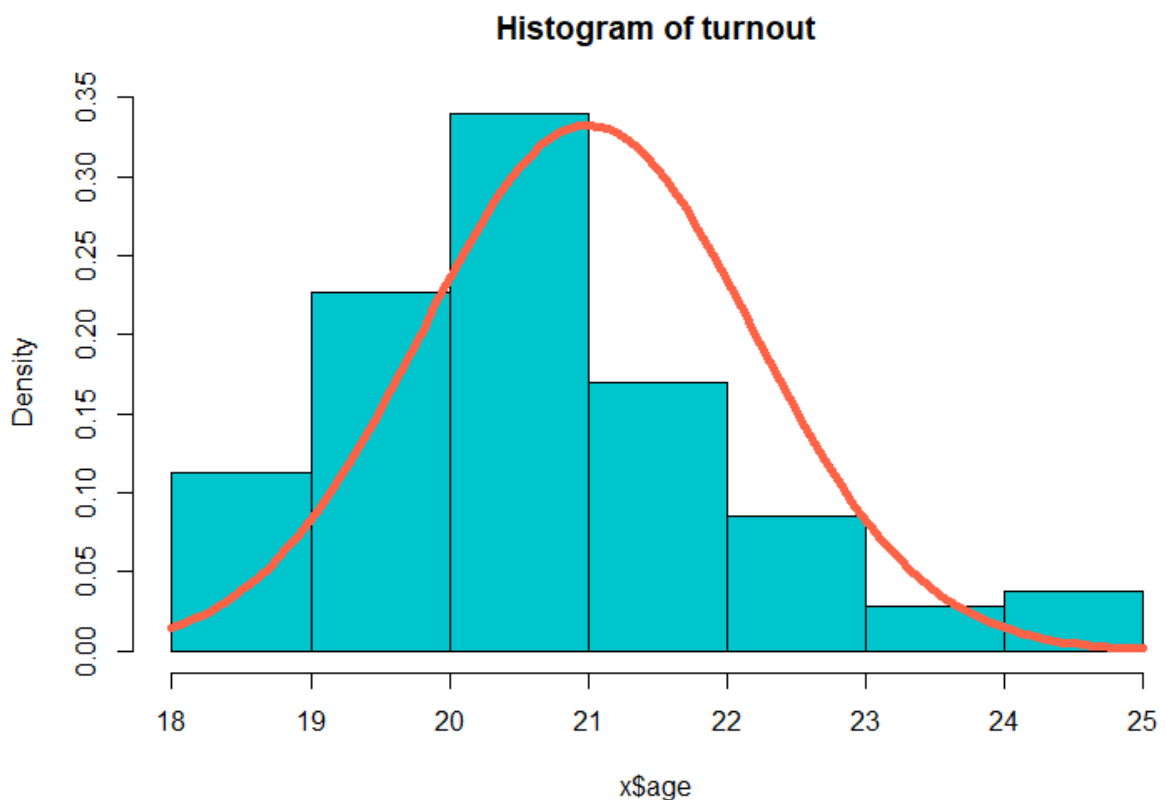
Інша частина підготовчого етапу полягала не в реконструкції, а навпаки, у видаленні даних (Додаток Д, Скрипт Д1). Це було необхідно для того, аби забезпечити основні умови дослідження: 1) рівномірний статевий розподіл; 2) відповідність віковим межам; 3) приналежність до групи людей, що дивляться інтернет-меми.

Як ми говорили у другому розділі, наше дослідження охоплює молодь віком від 18 до 25 років, отже всіх респондентів, що виходять за ці вікові межі довелось видалити. Таким чином ми зменшили нашу вибірку до 106 осіб. Це не пошкодить обраним засобам аналізу, на відміну від потенційного

видалення п'ятої частини через пропущені значення, адже основна маса респондентів залишилась збереженою.

Що ж стосується частотного розподілу, то з першого погляду не все так однозначно. Основна маса респондентів мають вік від 19 до 23, тому для кращого розуміння цього аспекту вибірки необхідно одразу перевірити змінну віку на нормальність розподілу.

Для цього ми скористались двома інструментами: гистограмою розподілу з накладеним на неї графіком щільності нормального розподілу та перевіркою за допомогою тесту на нормальність розподілу Шапіро-Вілкса (Додаток Е, Скрипт Е1).



Гістограма 3.1. Гістограма розподілу з накладеним на неї графіком щільності нормального розподілу з відповідними параметрами для перевірки нормальності розподілу віку

Як ми бачимо з гістограми, в цілому розподіл виглядає досить непогано, хоч і є деякий перекіс в сторону менших вікових значень. Центр кривої нормального розподілу знаходиться майже по центру. Єдиний момент, який викликає питання – це відрізок між значеннями 21 та 22, який значно просідає відносно очікуваних параметрів (Гістограма 3.1).

Більш детальну інформацію ми отримали завдяки критерію нормальності розподілу Шапіро-Вілкса. Він продемонстрував низьке значення $p < 0.001$, що передбачає порушення припущення про нормальність та відхилення нульової гіпотези тесту.

Далі ми виконали перевірку частотного розподілу статі респондентів, що має наступне співвідношення – 45,95% та 54,05% відповідно. Таким чином це співвідношення є нормальним відносно загальнолюдського відсоткового розподілу за статтю. Отже за цим критерієм ми видозмінювати вибірку не будемо. Окрім того, всі респонденти відповіли «так» на питання про те, чи вони дивляться меми. Отже за цим критерієм прибирати респондентів теж непотрібно.

3.3. Аналіз зв'язку частоти перегляду мемів, самостійного створення інтернет-мемів та частоти їх створення з віком та статтю респондентів

З метою перевірки зв'язку мемних вподобань з віком та статтю респондентів ми скористались методом крос-табуляції (більш відомі як таблиці сполучення). В першу чергу ми перевіряли зв'язок з тим, як часто респонденти взагалі дивляться меми.

Як ми бачимо з графіку – переважна більшість респондентів дивиться меми щодня. Якщо не враховувати викиди крайніх значень, таких як відповіді двох респондентів 18 років, основна частина респондентів відповіла «щодня» (Гістограма 3.2).



Гістограма 3.2. Згрупований графік залежності частоти перегляду мемів від віку респондентів

Важливо також зазначити, що варіант «рідше, ніж раз на місяць» та ще менше не обрав ніхто з вибірки. Отже можна припустити, що люди переважно дивляться мему щодня, і зрідка менше одного разу на тиждень.

Такі результати частково є очікуваними, адже наразі інтернет-мему є одночасно і рекреацією, і реакцією на важливі суспільні або особисті події в житті. Ми вже писали про те, що перегляд мемів можна частково прирівняти до проявів копінг-стратегій, тому частота перегляду мемів для нас є очікуваною.

Що ж стосується статевого розподілу – тут ми бачимо подібну картину домінування результату щодня і незначну кількість результатів «частіше, ніж раз на тиждень». Проте візуально жодної різниці між групами помітити неможливо (Додаток).

Наступним кроком ми перевіряли сполучення статі та віку з тим, чи роблять люди мему власноруч. Ця перевірка наразі є досить важливою, адже

в подальшому ми будемо шукати різницю між групами респондентів, що роблять меми та ні, з потенціалом планування використання створення мемів не лише як рекреаційної діяльності, а й в якості елемента терапевтичної роботи.

Отже, для початку ми зробили крос-табуляцію статі та того, чи робили люди меми власноруч. Як ми бачимо, різниці між чоловіками і жінками, що не робили меми власноруч немає. Різницю для тих, хто робив меми виділити також неможна. Той відрив, який ми бачимо на графіку пояснюється відсотковою різницею наявності чоловіків і жінок у вибірці. Єдиний виносочок, який ми точно можемо вказати, виходячи з графіку, – це те, що більша кількість людей таки роблять чи робили меми самостійно (Гістограма 3.3).



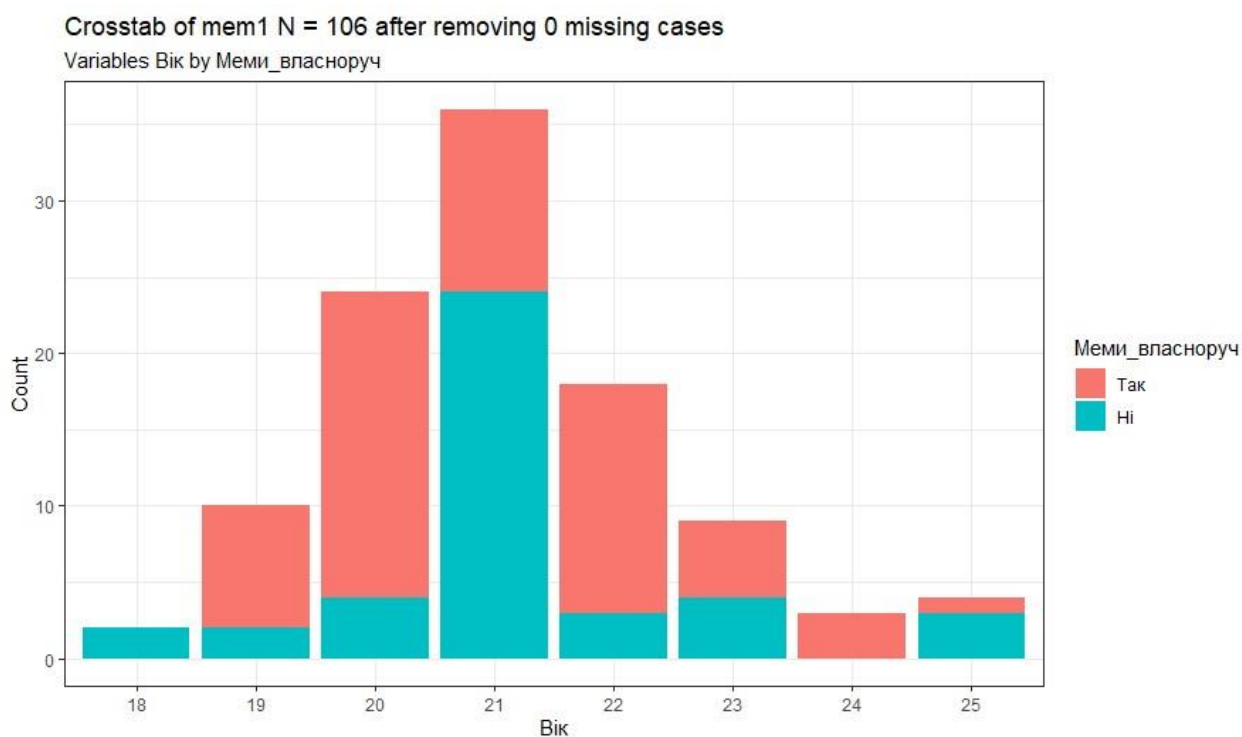
Гістограма 3.3. Згрупований графік залежності самостійного створення інтернет-мемів від статі респондентів

Що ж стосується сполучення самостійного створення мемів та віку, то тут результати були менш однозначними. Так, цей графік підтверджує ідею про переважання у вибірці тих, хто робив меми власноруч над тими, хто не

робив. Проте якщо ми поглянемо на сам розподіл, то виявимо, що для 21 року ця закономірність не працює. (Гістограма 3.4).

Якщо зважати на те, що це найбільш навантажена позиція шкали – стає особливо дивно, що вона має відмінні від інших показників результати. Наразі складно робити припущення що саме впливає на цей результат – нерівномірність розподілу вибірки або ж це випадковий викид загальної тенденції.

Проводячи ж паралель з відповіддю на результати сполучення частоти перегляду мемів та віку з цим сполученням можна сказати, що такий ймовірно все ж не є викидом. Адже попереднього разу розподіл результатів був достатньо однозначним. Наразі є це питання ми лише можемо винести в список тих, які сформулюють подальші дослідження особливостей мемних вподобань, залежно від особистісно-емоційних чинників.



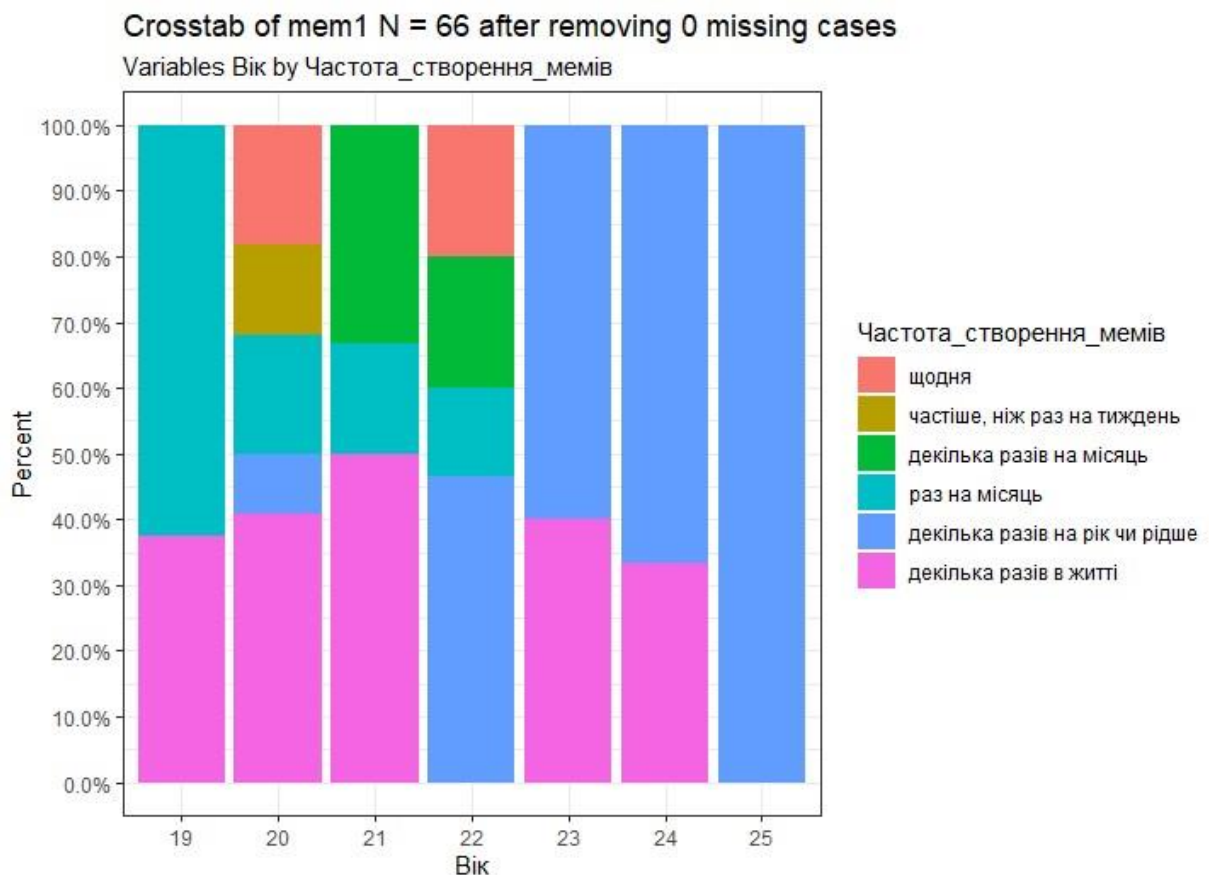
Гістограма 3.4. Згрупований графік залежності самостійного створення інтернет-мемів від віку респондентів

І остання змінна, з якою ми створювали таблиці сполучення з показниками віку та статі – це як часто люди роблять мемі власноруч.

Особливо цікаво перевірити схожість та різницю з попередніми результатами по тому, чи роблять люди мему самі взагалі.

Перед створенням самих крос-табуляцій ми попередньо видалили з фрейму бази даних всіх респондентів, які ніколи не створювали мему власноруч, тому при читанні графіку та інтерпритації необхідно буде це врахувати. Видалення даних же не поширюється на всю базу даних, а лише на фрейм, який ми створили для цього аналізу.

Для початку переглянемо співвідношення з віком. Як ми бачимо з графіку – лише незначна кількість респондентів вказала, що робить мему щодня. Дві третини респондентів вказали, що робили мему лише декілька разів в житті або ж робить їх не частіше кількох разів за рік (Гістограма 3.5).



Гістограма 3.4. Згрупований графік залежності частоти створення мемів від віку респондентів

Достатньо активно інтернет-меми створює молодша частина вибірки – молодь віком від 19 до 22 років. Хоча, не зважаючи на те, найбільший пік частоти, коли інтернет-меми створюються щодня чи хоча б декілька разів на тиждень перепадає на віковий діапазон 20-22 роки.

Подібні результати можуть проявлятися з декількох причин:

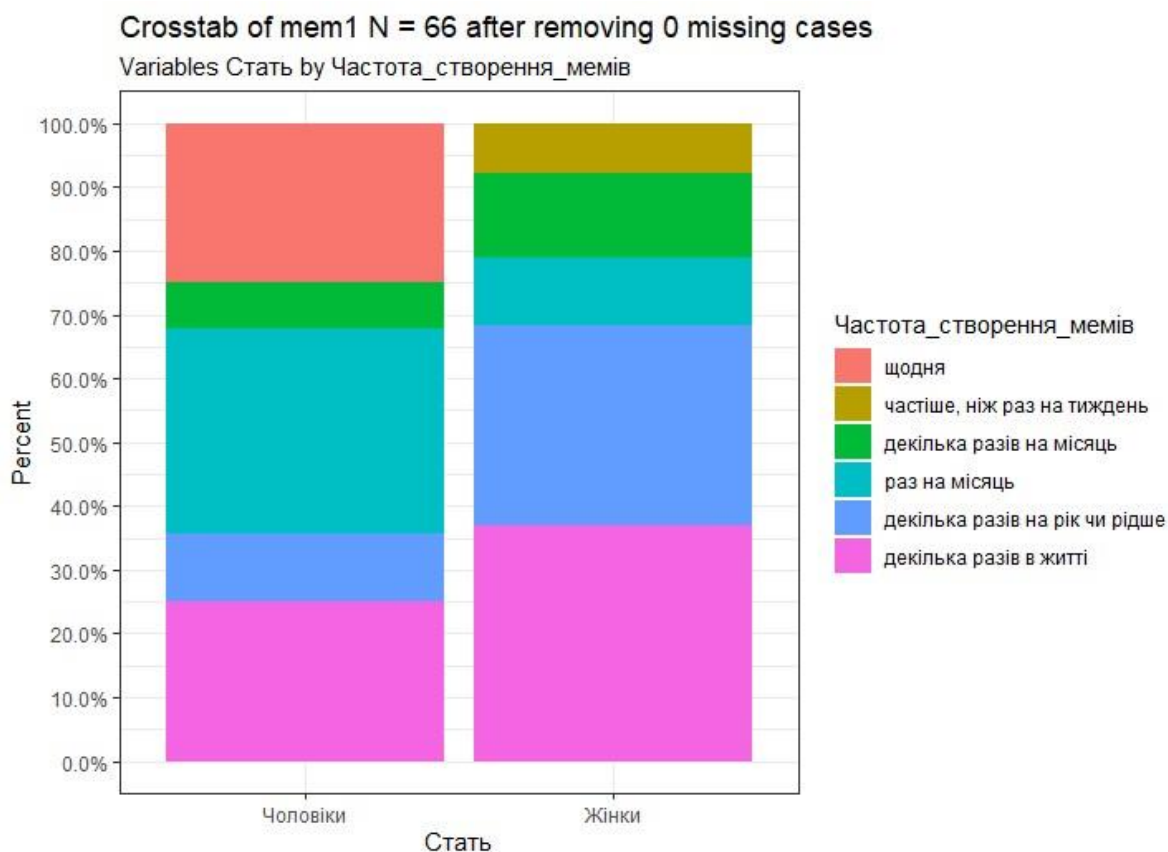
1) інтернет-меми все ж можуть використовуватись більше як рекреаційна діяльність, тому люди значно більше надають перевагу їх дивитись, ніж створювати;

2) зазвичай при згадці мему люди уявляють певний готовий продукт – зображення чи відео, що мають гумористичний характер та передають певні ідеї. В той же час усні меми, які люди створюють постійно, навіть у вигляді голосових чи текстових повідомлень друзям, в якості інтернет-мемів не розглядаються. Хоча частково теж є інтернет-мемами;

3) така картина також може говорити нам про потенційну кількість людей, які використовують меми та гумор як копінг-стратегії. В такому випадку такий низький відсоток стає логічно описаним.

Після розгляду сполучення віку та частоти створення інтернет-мемів ми перевірили зв'язки зі статтю. При візуальному огляді відсоткового співвідношення видно, що жінки роблять меми рідше, ніж чоловіки. Так, близько 70% жінок робили меми всього декілька разів в житті, або роблять це не частіше кількох разів на рік. І лише 30% жінок роблять меми частіше або принаймні раз на місяць (Гістограма 3.6).

Якщо ж поглянути на результати чоловіків, то видно, що лише 35% респондентів роблять меми рідко (декілька разів в житті або на рік). Більшість же робить їх регулярно, принаймні раз на місяць. Більше 20% чоловіків роблять меми щодня.



Гістограма 3.6. Згрупований графік залежності частоти створення інтернет-мемів від статі респондентів

Це досить цікаве спостереження, адже тепер ми можемо припускати, що використання створення мемів в терапії може краще сприйматись саме чоловіками. Це не говорить про потенційну ефективність, проте ми можемо говорити про рівень потенційної вмотивованості та зацікавленості чоловіками саме в такому виді діяльності в рамках психологічних практик.

Після опису всіх таблиць сполучення варто обговорити перевірку якості зв'язків та їх статистичної значущості [61]. Стандартною практикою перевірки таких моделей є використання критерію χ^2 , що дозволяє встановити неперервність розподілу виходячи з розподілу суми квадратів наших залежних змінних.

В нашому випадку ми не можемо робити опис та інтерпретацію подібного тесту для більшості з таблиць сполучень у зв'язку з похибкою апроксимації. Така проблема виникає через те, що комірki спостережень

мають недостатню навантаженість. Так, 106 спостережень респондентів співставляється по розподіляються по великій кількості комірок, що призводить до того, що в кожній окремій комірці спостережень занадто мало.

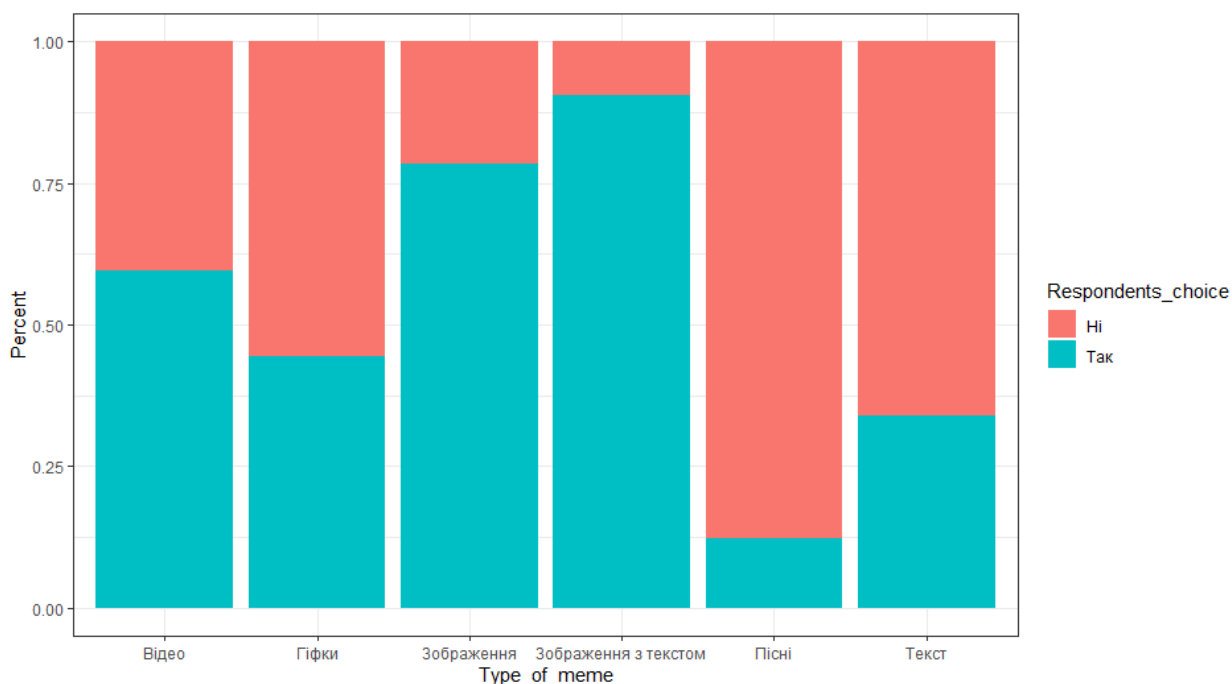
Наприклад, при співставленні віку респондентів та частоти створення мемів ми маємо 42 комірки на 106 респондентів. Відповідно навіть якщо ми отримаємо умовно задовільний показник значущості, то аналізувати його все одно буде недоречно та невірно.

Виключенням серед всіх крос-табуляцій є сполучення віку та того, чи роблять респонденти меми власноруч. Тут ми маємо всього чотири комірки, які майже рівномірно наповнені. Проте статистика хі-квадрату складає 0.04 при 1 ступені свободи, що є статистично не значущим на рівні $\alpha < 0.8$. Тобто ми приймаємо нульову гіпотезу про те, змінні не пов'язані між собою.

3.4. Аналіз особливостей мемних вподобань за частотою вподобань окремих форм сприймання інтернет-мемів

Наступним кроком аналізу буде перевірка того, яка форма мемів респондентам подобається більше. В якості аналізу ми обрали співвідношення відсотків виборів респондента про те, в якому вигляді він/вона зазвичай переглядає меми (Додаток И, Скрипт И1).

З графіку ми бачимо, що частіше всього респонденти переглядають меми у вигляді зображень або зображень з текстом (90% та 78% відповідно). В цілому такий вибір є зрозумілим, адже це найбільш розповсюджений тип мемів як такий. Переважна більшість спільнот та груп, які створюють та поширюють меми, надають саме такий контент. Тому від є більш загальноживаним та зрозумілим людям (Гістограма 3.7).



Гістограма 3.7. Особливості мемних вподобань за формою сприймання мемів

Також значні результати отримала категорія пісень-мемів, адже лише 12% респондентів користуються таким типом мемів. Більшість же – 88% респондентів – не вказала цей тип мемів, як звичний для себе.

Звісно можна зробити припущення про те, що люди в принципі надають перевагу сприйняттю візуальних стимулів над аудіальними. Це не заперечує загальнонауковому знанню про зір, як основний канал сприйняття людини. Тож, ймовірно, 12% виборів можна вважати достатньо непоганим значенням.

Також цікавим є результат порівняння результатів для суто текстових мемів, які обрали менше половини вибірки та зображення з текстом. Результат сильно відрізняється. Що може слугувати цьому причиною? Одним із варіантів ми би назвали те, що респонденти можуть сприймати категорію «зображення з текстом», як картинку, на якій є декілька слів. А не як картинку з описом. В такому випадку просто меми-зображення будуть виключно картинками, без жодних символів на них. Враховуючи те, що ми не наводили приклади конкретних мемів для кожної з груп, щоб не

забруднювати результати окремим стимульним матеріалом, таке пояснення має місце бути.

Окремо варто написати й про відео та гіфки. В цілому обидва жанри набрали досить непогані результати, але випадок менших значень для гіфок, на відміну від відео, не підтверджує нашу попередню гіпотезу про превалювання візуального над аудіальним. Хоча і не заперечує також. Тому наразі ми залишимось з фактом, що гіфки просто менш популярні за відео.

3.5. Аналіз зв'язків між факторами особистості та улюбленим типом мемів респондентів і частотою перегляду інтернет-мемів

Наступним етапом аналізу буде розгляд саме особистісних чинників пошуку особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді. В якості методу аналізу ми будемо використовувати вже знайомі таблиці сполучення, проте цього разу ми скористаємось функцією `contTables` зі статистичного пакету `jmv`.

Зміну функції та пакету було зроблено для того, щоб більш об'ємно використати сам аналіз. Цього разу, окрім сполучення та додаткового викликання критерію χ^2 -квадрату ми будемо закодувати в аналіз перевірку критерію χ^2 , обчислення показника сили зв'язку ϕ та V Крамера, а також критерій Tau-b Кендалла.

Статистика V Крамера заснована на статистиці χ^2 -квадрату, проте дозволяє працювати з більшою кількістю комірок з меншим відсотком похибки. критерій є модифікацією критерію Фішера і для будь-яких таблиць сполучення дає значення в межах від 0 до 1. Tau-b Кендалла ж демонструє величину асоціації (проте не має конкретної величини ефекту).

Аналіз проводився в декілька повторень для п'яти особистісних факторів, що сполучались з частотою перегляду мемів та типом улюбленого

мему. Для більш повної картини ми випишемо основні результати аналізу всіх сполучень по шкалам тіпі:

1. Відкритість досвіду

Розпочати варто з опису сполучення відкритості новому досвіду та типу улюбленого мему. Однією з наших ідей при плануванні дослідження була ідея про те, що відкритість новому досвіду буде впливати на мемні вподобання.

Результати є неоднозначними. З одного боку статистика χ^2 -квадрату = 8.2 при 7 ступенях свободи, зі значенням $\alpha > 0,05$. Тобто ми маємо прийняти нульову гіпотезу про відсутність зв'язку між змінними. Коефіцієнт $V = 0.28$, що говорить нам про слабкий зв'язок. Водночас tau-b має рівень значимості $p = 0.75$, що говорить про високу асоційованість та наявність впливу. Давати адекватну інтерпретацію при таких різних результатах складно, адже ми не можемо бути впевнені з чим це пов'язано.

Ймовірно, зв'язку між змінними все ж немає, проте певний опосередкований вплив може бути. Наприклад, відкритість новому досвіду може впливати на бажання відшукувати нові види гумору та типи мемів. Або ж це може бути любов до різних типів мемів, через що не відбувається диференціації на улюблений тип мему. Подібний артефакт і міг спричинити подібну завищену статистику Tau-b Кендалла.

Тепер же варто перейти до результатів сполучення частоти переглядів мемів з відкритістю досвіду. Тут результати є більш однозначними – зв'язку немає. Це підтверджують всі критерії: χ^2 ($p > 0,05$), $V = 0.26$ та $p = 0.02$ для Tau-b Кендалла.

2. Емоційна стабільність

Далі ми плануємо перевіряти ідею про те, що емоційна стабільність буде проявлятися у тих людей, хто частіше переглядає меми, так як використовує їх як рекреацію та копінг-стратегію одночасно. Проте, ця ідея не була

підтверджена всіма параментами. Особливо низький результат був у асоційованості Кендалла $p=0.05$.

Особливо цікаво такий результат виглядає на фоні того, що ми отримали значущі результати зв'язку фактору емоційної стабільності із улюбленим видом мемів. Так, статистика хі-квадрату дорівнює 38 при 14 ступенях свободи, $p<0,01$. Таким ми бачимо, що коефіцієнт $V=0.42$ що демонструє середній зв'язок між змінними.

Виходячи з результатів ми можемо зробити припущення, що улюблений тип мемів буде пояснювати емоційною (не)стабільністю, при якій не важливо як часто ти дивишся самі меми. Тому варто більше звертати уваги на те, які саме меми переглядає людина.

3. Доброчесність

Ми вже перевірили основні чинники, з приводу яких у нас були певні припущення. Результати виявились не такими, як ми це передбачали, тому нас необхідно розглянути й інші чинники для того, щоб висунути нові, більш обґрунтовані та розширені гіпотези про зв'язок між особистісними чинниками та мемними вподобаннями.

Наступним же ми розглянемо чинник доброчесності. Наразі ми припускаємо, що цей чинник ніяк не буде пов'язаний з мемними вподобаннями. Окрім того, ми не знаходили жодної подібної інформації на теоретичному етапі дослідження.

Проте не зважаючи на наші очікування ми знайшли зв'язки між цими змінними. Статистика хі-квадрату має значимість $p<0,01$, а критерій Крамера $V=0,54$. Це говорить про достатньо сильний зв'язок. Окрім того, подібні результати спостерігаються і для зв'язку фактору доброчесності з частотою перегляду мемів. Значимість χ^2 знаходиться на такому ж рівні $p<0,01$, проте критерій V-Крамера трохи нижчий, хоча все же демонструє слабко-середній зв'язок $V=0,34$.

Ці результати є неочікуваними для нас і ми не можемо точно сказати з чим це пов'язано. Окрім того, наразі ми знаємо лише про існування зв'язку, але нічого про його характер та про те, який з чинників на що впливає – мемні вподобання та культура споживання мемів на добротність чи навпаки. Логічно припустити, що ми знайдемо саме другий варіант впливу, проте цей аспект обов'язково необхідно буде перевірити в подальших дослідженнях.

4. Дружелюбність

Далі ми створювали крос-табуляції для чинника дружелюбності. Ми не маємо жодних припущень про зв'язки з цього приводу, а всі отримані результати будуть побічними. Що не заперечує логіці нашого експлораторного дослідження.

Так, ми знайшли статистично зв'язок улюбленого типу мемів та фактору дружелюбності на рівні $p < 0,01$ для хі-квадрату та $V = 0,44$. Що ж стосується частоти перегляду мемів, то тут ми прийняли нульову гіпотезу про відсутність зв'язку в популяції та отримали досить низький результат $V = 0,15$, що теж не дозволяє нам говорити про зв'язок. Досить низький результат був і у асоційованості Кендалла $p = 0,18$.

5. Екстраверсія

Останній фактор, який нам залишилось перевірити на наявність/відсутність зв'язку з мемними вподобаннями – це екстраверсія. Так, ми знову маємо статистично значимі результати зв'язку особистісного чинника з улюбленим видом мемів: χ^2 ($p < 0,01$) та $V = 0,53$. Зв'язку між частотою перегляду мемів та фактором екстраверсії виявлено не було.

Підсумовуючи ж можна сказати, що отримані результати сильно відрізняються від тих, що ми очікували. Всі чинники, окрім відкритості досвіду, демонструють зв'язок з улюбленим типом мемів. Що ж стосується частоти перегляду мемів, то значущі результати вона продемонструвала

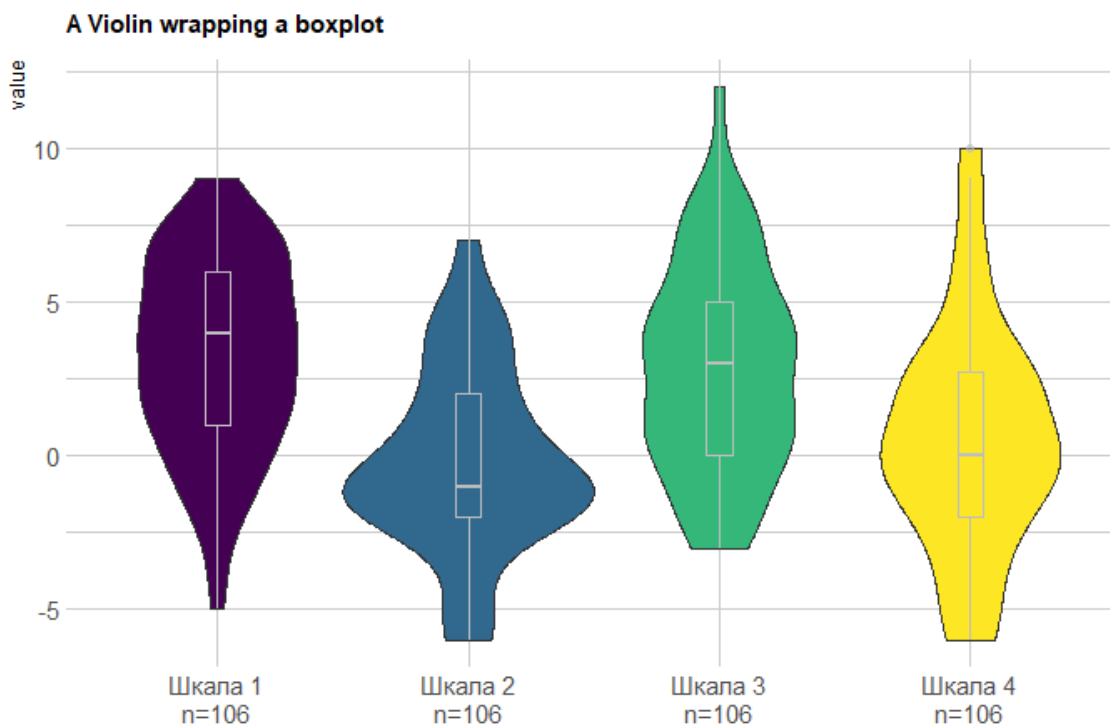
лише під час сполучення з фактором «Доброчесність». Окрім того, «Відкритість досвіду» продемонструвала неоднозначні результати, не прямого зв'язку немає, проте рівень асоційованості був достатньо високим.

3.6. Аналіз зв'язків емоційного інтелекту з мемними вподобаннями

3.6.1. Особливості розподілу емоційного інтелекту у вибірці

Наступним етапом аналізу була перевірка зв'язку мемних вподобань з рівнем емоційного інтелекту. Проте перед початком пошуку зв'язків варто перевірити загальну картину цього параметру в вибірці.

Для кращого розуміння інформації ми створили скрипичний графік (Додаток П, Скрипт П1), в якому видно розподіл балів відповідей по всім шкалам. Ми не додавали до графіку інтегральні показники, так як вони є сумами вже наявних шкал, тож порівняння було б не зовсім коректним (Графік 3.1).



Графік 3.1. Скрипична діаграма розподілу рівня емоційного інтелекту за основними шкалами методики MEI

З графіку ми бачимо, що розподіл є не зовсім однорідним, візуально шкали відрізняються один від одного по крайнім значенням. Проте будемо все ж розглядати їх по порядку:

Перша шкала має рівномірний розподіл, а основні відповіді знаходяться на межі від -2 до +8, що повністю співпадає з класичними середніми значеннями методики. Тобто усвідомлення власних емоцій і почуттів більшості респондентів коливається від зниженого (від -3 до 0 балів) до високого рівня (5-8 балів).

Друга шкала візуально відрізняється від інших, так як переважна кількість відповідей демонструє нам знижений рівень керування своїми емоціями та почуттями (від -3 до 0 балів). Менша частина респондентів демонструє середній рівень (1-4 бали) і дуже незначна кількість має високі результати.

Третя шкала також має свої особливості, адже гідно отриманих результатів найкраще розвиненим є усвідомлення емоцій та почуттів інших людей. Хоч переважна маса відповідей і лежить в межах норми (від -3 до +8), проте ми бачимо досить частину «викидів» дуже високого рівня емоційного інтелекту, на відміну від інших шкал.

І, нарешті, четверта шкала – управління почуттями та емоціями інших людей. Ця шкала має найширший діапазон відповідей – від дуже низького рівня (менше -3 балів) до дуже високого рівня (більше +8 балів). Більшість відповідей лежать в групах середнього та зниженого рівня вміння керувати чужими емоціями й почуттями, також ми бачимо найбільшу кількість відповідей «низьких» рівнів. Проте в зв'язку з викидами дуже високих значень ми не можемо однозначно говорити про ці результати.

3.6.2. Аналіз характеру та сили залежності емоційного інтелекту з улюбленим видом мемів респондентів

Далі ми переходимо до перевірки ідеї про те, що є різниця в рівні загального показника емоційного інтелекту залежно від того, який вид мемів люблять респонденти. Робити це ми будемо за допомогою однофакторного дисперсійного аналізу (ANOVA).

В якості незалежної змінної виступає «exemplе.m», тобто групи мемних вподобань, а в якості залежної – загальний показник емоційного інтелекту в сирих балах «meі.zag», яку ми сприймаємо як умовну неперервну шкалу. Таким чином частина умов, необхідних для цього виду аналізу, виконується (Додаток Р, Скрипт Р1).

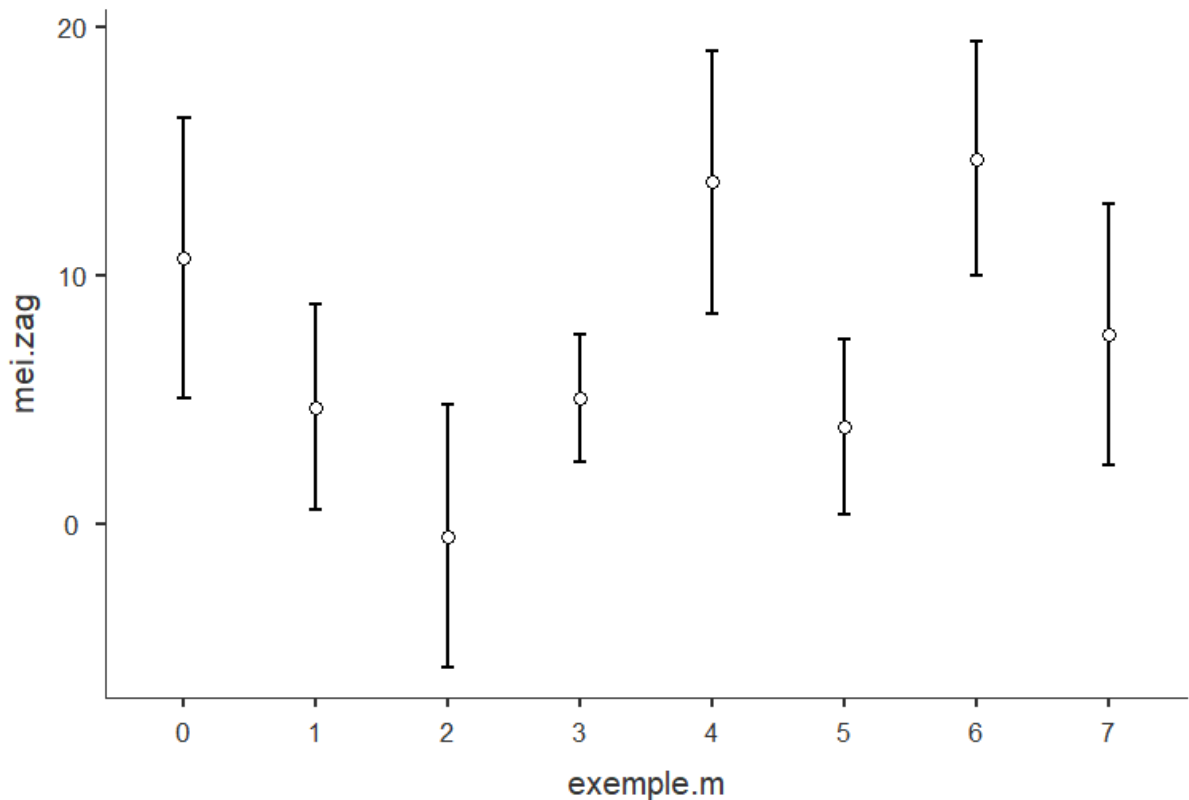
Від час виклику функції самого аналізу ми також викликали аргументи, що нададуть нам статистику величини ефекту ω^2 (наразі вважається найбільш надійним показником в сучасній методичній літературі, на відміну від вітчизняної) та аргументи «postHoc» і «postHocCorr» для попарного аналізу різниці середніх й корекції статистичної значущості при множинних порівняннях (Шеффе, в нашому випадку).

Також ми використали аргументи виклику перевірки на нормальність та гомогенність, які є одними з критеріїв для проведення цього виду аналізу. Описувати результати, відповідно, ми почнемо саме з них.

Так, тест на гомогенність Лівіня продемонстрував $p < 0,05$, , тобто дисперсія порівнюваних розподілів значень статистично має розрізнення. Що ж стосується тесту Шапіро-Вілкса на нормальність, то тут ми маємо результат $p > 0,05$, що дозволяє нам підтвердити нульову гіпотезу про нормальність розподілу вибірки. Тобто основні вимоги, що вимагає однофакторний дисперсійний аналіз є виконаними (Додаток Р, Таблиця Р1).

Далі ми переходимо до результатів основного аналізу. Отже, F критерій виявився статистично значущим на рівні $p < 0,01$. Водночас, величина ефекту

ω^2 вказує на слабку негативну залежність ($\omega^2 = 0.2$). Це все призводить нас до першого висновку про рівність середніх. Окрім того, цю тенденцію можна прослідкувати і за середніми значеннями. Для більш комфортного розуміння ми додаємо графік з розподілом (Графік 3.2)



Графік 3.2. Графік описових статистик по групах мемних вподобань у відношенні до загального показника емоційного інтелекту

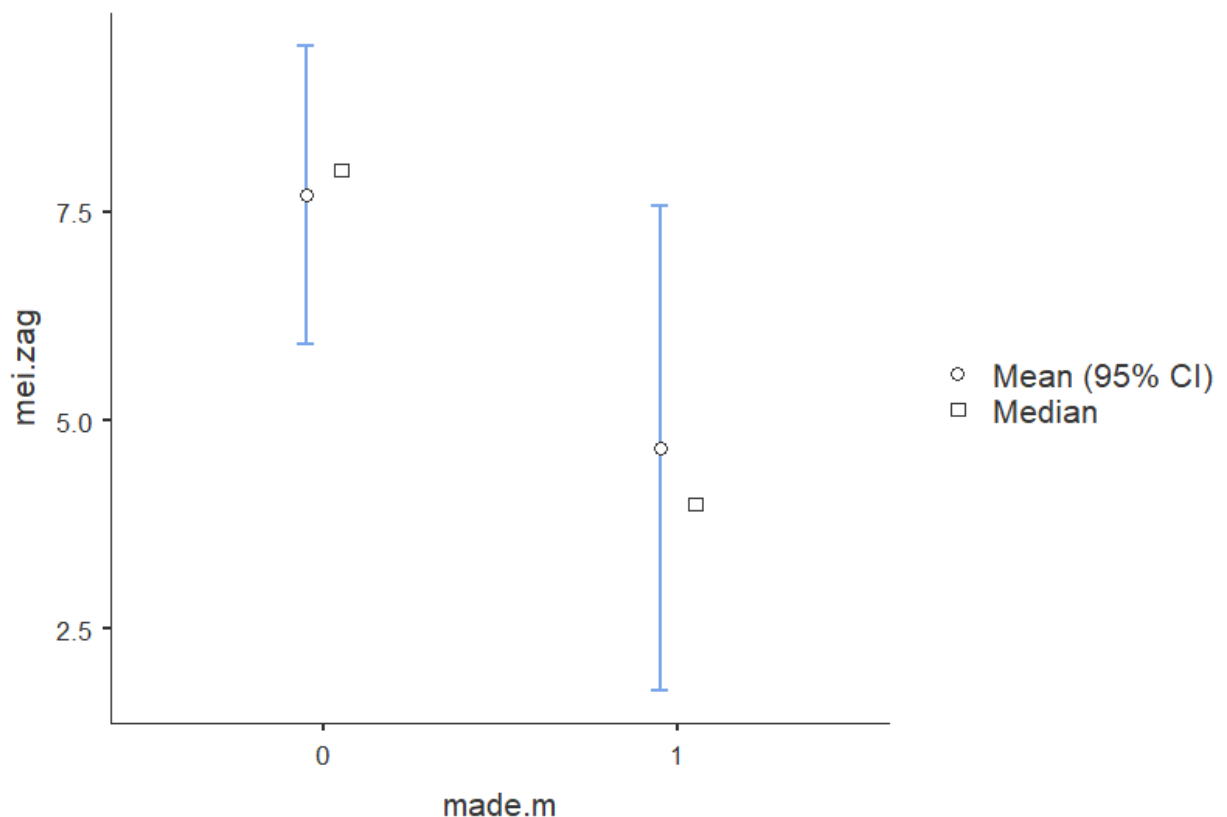
Наразі це лише точкова оцінка величини ефекту. Для більш повного її розуміння необхідно побудувати довірчий інтервал. Для цього ми додатково прописували код на визначення довірчих інтервалів для величини ефекту ω^2 , з використанням функції `omega.F` зі статистичного пакету `MOTE`. Таким чином ми отримали $\omega^2 = 0,06$, 95% CI [0.00, 0.17], що значить дуже сильний ефект.

3.6.3. Аналіз групової відмінності груп респондентів, які робили мему самостійно та ні з рівнем емоційного інтелекту

З метою перевірки відмінності груп респондентів, які робили меми самі та ні з рівнем емоційного інтелекту ми виконали порівняльний аналіз двох незалежних сукупностей. Для цього ми скористались функцією `ttestIS` з того ж пакету, що й `ANOVA`.

За допомогою цієї функції ми замовляли аналіз t-критерію Ст'юдента, критерію Уелча, непараметричного критерію Манна-Уїтні та величини ефекту та довірчих інтервалів d-Коена. При цьому ми не стали додатково викликати критерії Лівена та Шапіро-Вілка для перевірки гомогенності та нормальності, адже вже робили перевірку в попередньому аналізі (Додаток С, Таблиця С1).

За результатами аналізу ми змушені відхилити нульову гіпотезу про відмінності груп, адже $p > 0,05$ для всіх викликаних нами критеріїв порівняння. Проте якщо ми звернемось до описових статистик, то певна мінімальна різниця все ж прослідковується.



Графік 3.3. Графік описових статистик по групах людей, що робили меми власноруч та ні у відношенні до загального показника емоційного інтелекту

Так, середнім значенням для тих, хто робив меми власноруч є 7.7 – що є досить високим значенням емоційного інтелекту. Що ж стосується другої групи – то тут середнє значення 4.6. Це якраз межа між середнім та високим результатом (Графік 3.3)

3.7. Аналіз зв'язку толерантності до невизначеності з відносно улюбленого жанру інтернет-мемів

Наступним важливим кроком аналізу буде перевірка різниці толерантності до невизначеності відносно улюбленого мемного жанру. Для аналізу ми використаємо вже аналіз таблиць сполучення, з тими ж замовленими аргументами, що й попереднього разу.

Відповідно до результатів аналізу ми не можемо говорити про зв'язки між цими змінними. Статистика хі-квадрату має значимість $p > 0,05$, а результат критерія Крамера $V = 0,33$. Водночас же tau-b має рівень значимості $p = 0,76$, що говорить нам про високу асоційованість та наявність впливу (Додаток У, Таблиця У1).

При сполученні ж частоти перегляду мемів з толерантністю до невизначеності ми отримали подібний результат. Статистика χ^2 має значимість $p > 0,05$, тому ми приймаємо нульову гіпотезу про відсутність зв'язку між змінними. Коефіцієнт $V = 0,12$, що говорить нам про відсутність зв'язку. Тау-b Кендалла $p = 0,56$, що говорить про середню асоційованість та, ймовірно, наявність впливу (Додаток Х, Таблиця Х1).

Останнім етапом перевірки було сполучення толерантності з групами людей, щобили меми самостійно та ні. Значної різниці від попередніх результатів тут немає. Хі квадрат так само має низьку значущість ($p > 0,05$),

що змушує нас приймати нульову гіпотезу. V-Крамера має результат 0,09, що теж підтверджує відсутність зв'язку. Критерій Кендалла ж має значення на рівні $p=0.32$, тобто асоційованість є досить низькою (Додаток Ф, Таблиця Ф1).

Таким чином ми можемо зробити висновок про те, що зв'язку між мемними вподобаннями та толерантністю до невизначеності немає, на відміну від наших припущень.

3.8. Пошук лінійних зв'язків між частотою перегляду мемів та особистісно-емоційними чинниками у молоді за допомогою побудови регресійної лінійної моделі

Після перевірки загальних зв'язків між мемними вподобаннями та особистісно-емоційними чинниками – особистісними факторами п'ятифакторної моделі, емоційним інтелектом та толерантністю до невизначеності – останнім етапом дослідження є побудова лінійної регресійної моделі. Це необхідно для того, аби з'ясувати чи є ці зв'язки лінійними. Або ж нам варто шукати через що вони впливають на мемні вподобання.

Цей вид аналізу є найскладнішим серед представлених та потребує виконання великої кількості умов та обмежень. В першу чергу це пов'язано із методом мінімальних квадратів, який і покладено в основу лінійних регресійних моделей. То які ж умови нам необхідно розглянути, виконати й врахувати можливі похибки?

1. Типи змінних на X і Y - кількісні (X, Y), факторні (X).
2. Незалежність Y.
3. Лінійна залежність між предикторами і Y.
4. Предиктори не мають корельовати з факторами, що не включені в модель.

5. Не-нульова дисперсія.
6. Відсутність мультиколінеарності.
7. Гомокседексічність (стабільність дисперсії помилок).
8. Відсутність автокореляції помилок (незалежність випадків).
9. Нормально розподілені помилки.

Окрім цього списку, перевірку всіх пунктів якого ми опишемо трохи пізніше, є ще один важливий момент – «центрованість» аналізу. Цей метод працює таким чином, що визначає зв'язки з предикторами, що мають значення 0. Тому для побудови коректних та інтерпретабельних моделей нам необхідно підготувати окремий фрейм з центрованими змінними. І це стосується не лише предикторів, а й незалежної змінної.

Тож почнемо перевірку допущень МНК. В першу чергу необхідно визначитись зі змінними. Так, наша незалежна змінна може бути кількісною або факторною, під ці критерії підходить більшість наших змінних про мемні вподобання, проте чи скрізь ми можемо зробити логічно-адекватну центрацію? Ні.

Так, наприклад, змінна про самі мемні вподобання не підходить, адже навіть будучи факторною, в ній для кожного числового значення закодовані окремі типи мемів. Тому для побудови моделей для всіх них нам необхідно буде побудувати 7 окремих лінійних моделей. Іншим обмеженням є те, що це окремі типи мемів, тож модель може будуватись некоректно через штучно створену асоційованість.

Далі ми можемо виділити ще дві цікаві змінні – чи роблять люди мему власноруч та як часто вони переглядають інтернет-мему в принципі. Перша змінна має всього два числові значення. І хоч лінійна модель може будуватись на проміжках ними, такий варіант ми вважаємо недоцільним.

Тож єдиною змінною, яка нам підходить, залишається частота перегляду мемів. Тут ми маємо більшу шкалу та фактори, що мають логічну

послідовність, більше наближену до порядку, ніж кількості. Однак такий варіант є прийнятним для побудови. Єдине питання – це центрація. В нашому випадку ми залишимо її на вже наявному нулі («щодня»), адже ця група була найбільш представленою у вибірці.

Тепер же розглянемо Y-змінні, які можуть бути лише кількісними. Для початку розглянемо які предиктори ми в принципі хотіли би бачити в моделі, а потім перевіримо та спробуємо перекодувати їх таким чином, щоб вони підходили під допущення МНК.

Так, для побудови лінійної регресійної моделі ми відібрали наступні чинники:

Фактори «Доброченість» та «Відкритість до нового» п'ятифакторної моделі особистості. Інші фактори вже продемонстрували відсутність зв'язку під час побудови таблиць сполучення. Ці ж два чинники поведились інакше. В першому випадку ми мали досить сильний зв'язок, а вдругоум – неоднозначні результати, які точніше зможемо перевірити під час побудови моделі.

Що ж стосується центрації – то доречною буде побудова для високих значень. В нашому випадку це центрація на «б», яка представляю 15,09% всіх респондентів. Таким чином ми перевіримо рівень зв'язку з високими значенням. Для фактору відкритості новому досвіду, то центрація буде на значенні 5.5. Це також значення вище середнього, проте сама його представленість у вибірці складає 31%.

Далі розглянемо центрацію емоційного інтелекту. Для даного виду аналізу ми візьмемо окремі субшкали, а не інтегральні показники для того, аби детальніше розуміти які саме аспекти ЕІ будуть впливати на частоту перегляду мемів. Так, центрацію ми виконуватимемо для найбільш наповнених значень вибірки для отримання більш коректних результатів аналізу.

1. Шкала 1 «Усвідомлення своїх емоцій і почуттів» – центрація на середньому значенні EI (4).
2. Шкала 2 «Управління своїми емоціями та почуттями» – тут основна частина вибірки знаходиться на рівні «-1», тобто зниженого рівня емоційного інтелекту.
3. Шкала 3 «Усвідомлення емоцій і почуттів інших» – для цієї шкали центрація також буде проводитись на середньому значенні «4».
4. Шкала 4 «Управління емоціями та почуттями інших» – в даному випадку 22% вибірки мають варіант «0», тобто мають знижений рівень емоційного інтелекту. Це найбільш наповнена комірка.

Далі нам необхідно прийняти рішення стосовно толерантності до невизначеності. При використанні порядкового варіанту шкали з трьома рівнями ми отримали результат відсутності зв'язку з частотою перегляду мемів. Чи може бути варіант, що шкала в нативному вигляді сирих балів продемонструє інший результат? Ми вирішили перевірити це та додали загальний показник у вигляді сирих балів.

Що ж стосується центрації, то тут немає конкретного лідера по відсотками певної відповіді. Що не дивно, враховуючи те, що сирі бали доходять до позначки 112 при нашій вибірці у 106 чоловік. Тому ми перевіримо значення для середньо-високого рівня толерантності до невизначеності. Якщо навіть він не покаже значущості, то ми однозначно приймемо гіпотезу про те, що зв'язку між вподобаннями та частотою переглядів інтернет-мемів немає. Центрація була зроблена на 75.

Остання змінна, яка нас цікавить це вік. Тут центрацію ми також зробили для найбільш наповненого значення – 21 рік (33% респондентів).

У висновку перед початком дослідження, всі змінні були перекодовані в окремому фреймі даних «formodel» з вказаною вище центрацією. Тепер вони мають тепер такі позначки:

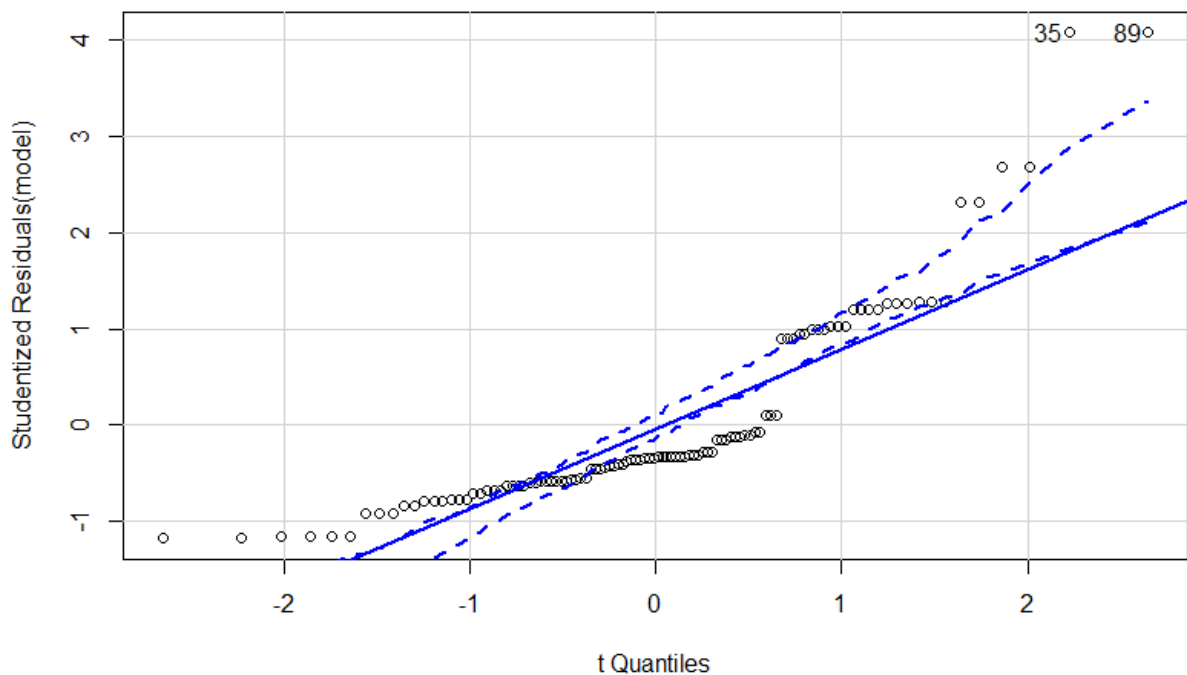
- bndr_G – загальний показник толерантності до невизначеності з «сирими» баллами, центрований на 75;
- sbk1 – шкала «Усвідомлення своїх емоцій і почуттів», центрована на 4;
- sbk2 – шкала «Управління своїми емоціями та почуттями», центрована на -1;
- sbk3 – шкала «Усвідомлення емоцій і почуттів інших», центрована на 4;
- sbk4 – шкала «Управління емоціями та почуттями інших», без додаткової центрації;
- int – фактор «Доброченість», центрований на 6;
- op – фактор «Д Відкритість до нового», центрований на 5.5;
- age – вік респондентів, центрований на 21 році;
- hhh – частота перегляду мемів, центрація на відповіді «щодня».

З центрацією та підготовкою фрейму даних завершено, тому можна переходити до перевірки наступних допущень МНК. Далі нас цікавить нормальність розподілу даних. Ми виконали перевірку за допомогою вже знайомого тесту Шапіро-Вілка.

В результаті жодна зі змінних у зміненому вигляді не пройшла його та порушила припущення про нормальність (Додаток III, Скрипт III1). Це перше недопущення з 9 обмежень. І тут є декілька варіантів – відмовитись від даного виду аналізу або проводити його з врахуванням цього результату.

На жаль, в психологічних дослідженнях майже неможливо отримати позитивний результат за всіма обмеженнями та допущеннями, так як ми маємо справу зі складно організованими та багатокomпонентними явищами. Тому ми маємо критично ставитись до тих результатів, що отримали та намагатись привести модель до якомога більш кращого вигляду. Беручи на себе дослідницьку відповідальність ми дозволяємо даним мати нерівномірний розподіл та продовжуємо аналіз.

Далі нам необхідно буде перевірити наступне допущення – нормальність розподілу помилок. Для цього ми скористались побудовою квантиль-квантиль графіка з симуляцією розподілу викидів. Результат – викиди є, та доволі значні (Графік 3.4).



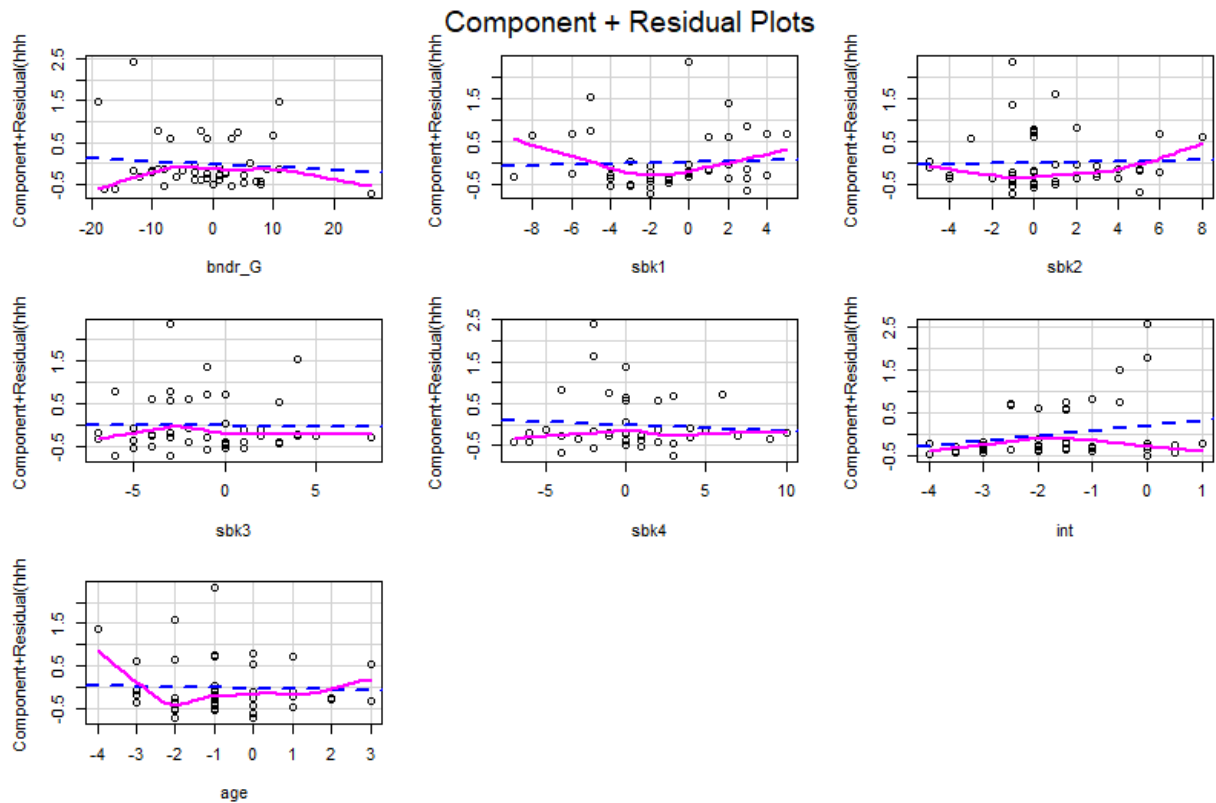
Графік 3.4. QQ графік нормальності розподілу помилок лінійної регресійної моделі

Наступним кроком ми перевіряли незалежність помилок. Для цього ми використали тест Дарбіна-Вотсона (Додаток Щ, Таблиця Щ1). Так, наша модель продемонструвала відсутність автокореляції зі значенням $p=0.9$. Це досить цікавий результат, враховуючи ненормальність розподілу помилок.

Ще одне важливе обмеження побудови регресійних моделей, яке нам важливо перевірити – це лінійність змінних. Для цього ми побудували графік компонентів та залишків, з якого видно, значну кількість нелінійних зв'язків.

Так, часткову лінійність візуально демонструють усвідомлення емоцій і почуттів інших, правління емоціями та почуттями інших та, можливо, фактор

доброчинності. Розподіл залишків та компонентів всіх інших змінних є зовсім нелінійним (Графік 3.5).



Графік 3.5. Графік компонентів та залишків моделі

Дані нам необхідно перевірити вибірку на гомоскедантичність. Робити ми будемо це за допомогою тесту Бреуша-Пагана. Так, тест перевірки гомоскедантичності продемонстрував $p < 0.05$, що говорить про гетероскедантичність моделі (Додаток Щ, Таблиця Щ2).

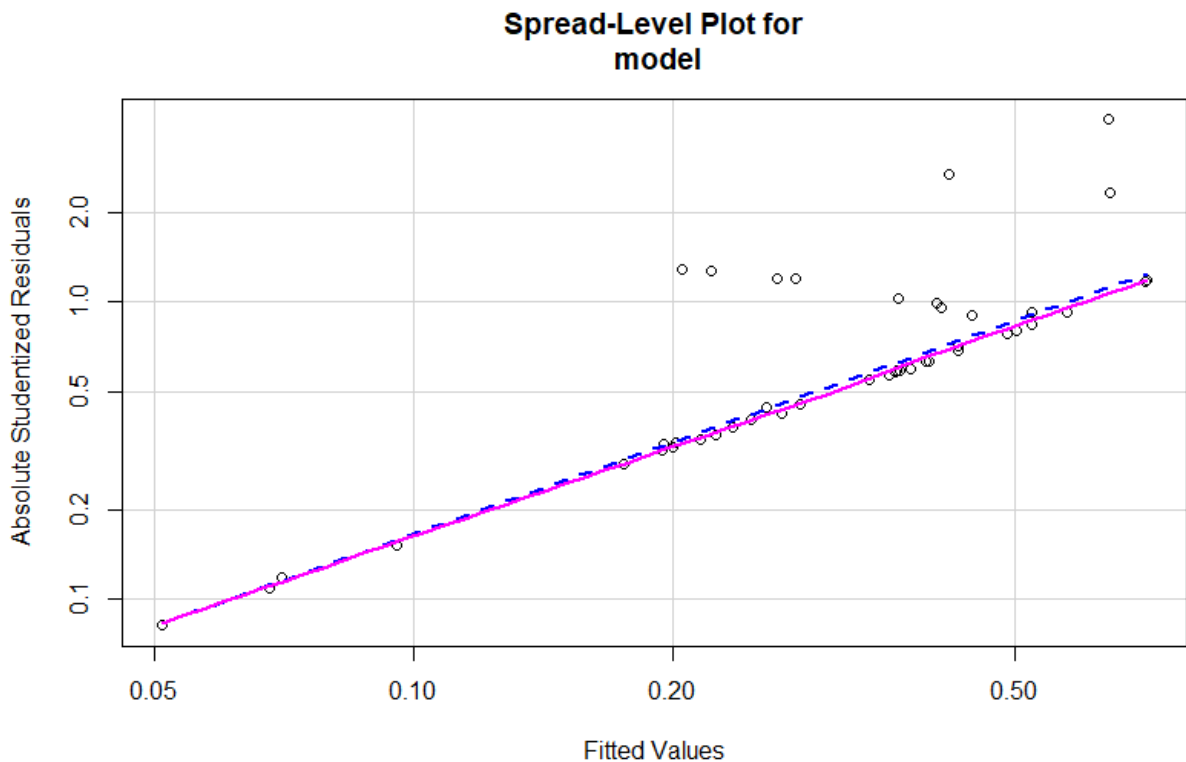
Під час перевірки мультиколінеарності моделі ми отримали хороший результат, адже жодна зі змінних не виявляє мультиколінеарності (Додаток Щ, Таблиця Щ4).

Після цього ми робити глобальну перевірку допущень з використанням пакету та аргументу `gvlma`. Таким чином ми дізнатись, що лише лінк-функція та гетероскедастичність знаходяться в межах припустимих припущень (Додаток Щ, Таблиця Щ3). Такий результат для гетероскедантичності є особливо дивним, адже тест Бреуша-Пагана продемонстрував зворотній

результат. В той же час загальна статистика, асиметрія та ексцесс мають неприйнятні допущення.

Враховуючи різницю тесту щодо гомо- та гетероскедантичності ми додатково провели тест, на якому графічно має бути видно, який результат буде більш коректним. Хоча враховуючи дві протилежні відповіді та неясну картину ми все одно у висновку будемо вважати цей критерій сумнівним.

Для додатково аналізу ми скористались функцією `spreadLevelPlot`, яка створює графіки для вивчення можливої залежності викидів від рівня або розширення цих графіків на стьюдентифіковані залишки з лінійних моделей (Графік 3.6).



Графік 3.6. Графік залежності викидів від рівня або розширення графіків вивчення можливої залежності на стьюдентифіковані залишки.

Ми бачимо дуже специфічну картину – більшість залишків мають досить лінійну природу, крім окремох групи викидів в другій частині графіку. Чим це може бути викликано ми точно відповісти не можемо.

Ймовірно, причиною може слугувати вплив інших порушень допущень МНК. Наприклад, компонентів та залишків моделі, або ж нормальності розподілу помилок лінійної регресійної моделі

Таким чином, враховуючи всі проведені нами перевірки можна сміливо сказати, що аналіз лінійної регресійної моделі буде некоректним. Хоч ми і можемо допустити деякі невідповідності в тестах та врахувати декілька помилок в модель, загальна картина допущень має залишатись прийнятною. В нашому ж випадку лише окремі допущення були виконані. Відповідно, аналізувати побудовану модель ми теж не можемо.

Висновки до розділу 3

В цьому розділі було представлено результати аналізу даних, отриманих за допомогою інтернет-опитування. Частина даних була пропущена, проте всі дані вдалось реконструювати за допомогою побудови бегінг-моделі. Реконструкція проводилась для двох груп змінних: 1) для запитань з опитувальна рівня й структури емоційного інтелекту; 2) для запитань про мемні вподобання. Також, через невідповідність віковим нормам, на які спрямоване це дослідження було видалено п'ять респондентів. Вибірка за статтю та віком має рівномірний розподіл.

В ході аналізу було з'ясовано, що переважна більшість респондентів дивиться меми щодня, значної різниці за статтю по частоті переглядів виявлено не було. Що ж стосується самостійного створення мемів, то статистично значущого зв'язку виявлено не було. Тобто жоловіки і жінки не відрізняються в залежності від того, створювали вони інтернет-меми самі чи ні.

Для тієї групи респондентів, які створювали меми власноруч, також було проведено сполучення з показниками віку та статі. Було з'ясовано, що лише третина цих людей робить меми регулярно, при чому це зазвичай

чоловіки віком від 19 до 22 років. Жінки ж самостійно роблять інтернет-меми всього декілька разів в житті чи на рік.

Під час перевірки бажаної форми мему вдалось з'ясувати, що респонденти надають перевагу зображенням з текстом та просто зображенням. Також певна популярність є у відео-мемів. Найменш популярними виявились пісні.

В ході аналізу було з'ясовано, що всі особистісні чинники п'ятифакторної моделі, окрім «Відкритості новому досвіду», демонструють зв'язок з улюбленим типом мемів. Водночас, частота перегляду мемів має сильний зв'язок лише з чинником «Доброчесність» та неоднозначний зв'язок з «Відкритістю новому досвіду.»

Було виявлено, що емоційний інтелект (загальний інтегральний показник) має слабку негативну залежність з улюбленим видом мемів на рівні $p < 0,01$, на фоні значної величини ефекту $\omega^2 = 0,06$, 95% CI [0.00, 0.17].

Також нам вдалось з'ясувати, що є певна різниця між групами респондентів, що роблять меми власноруч та ні у відношенні до показника емоційного інтелекту. Так, респонденти, що робити інтернет-меми самостійно зазвичай мають високе значення емоційного інтелекту, а ні, хто ніколи не робив меми – передній рівень.

Під час аналізу ми не знайшли жодних статистично значущих зв'язків між мемними вподобаннями та толерантністю до невизначеності.

В ході дослідження, завершальним етапом аналізу була побудова лінійної регресійної моделі для перевірки зв'язків з частотою перегляду мемів. Проте через невиконання більшості допущень МНК вона не аналізувалась: гетероскедантичність (нестабільність дисперсії помилок), ненормальний розподіл змінних, ненормальний розподіл помилок, нелінійність більшості залишків та компонентів моделі, порушення глобальної перевірки допущень загальної статистики, асиметрії та ексцесу.

ВИСНОВКИ

В результаті дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань молоді ми можемо зробити наступні висновки:

1. В результаті теоретичного аналізу науково-психологічної літератури виявлено, що: мем є структурною одиницею значимої соціокультурної інформації, яка здатна видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватись та перетворюватись. Поняття ж «інтернет-мем» має деякі відмінності від класичного розуміння мему:

1) інтернет-мем має значно коротше життя, яке наразі вимірюється декількома тижнями;

2) інтернет-мем має більшу кількість «мутацій», тобто є більш варіативним та адаптується під різні ситуації та носіїв;

3) інтернет-мем розповсюджується швидше та має значну меншу кількість кордонів, максимальні обмеження мають локальні меми, які поширюються в групах за конкретною ознакою;

4) більша популярність визначення, а тому «мемом» зараз вважають частіше суто «інтернет-меми».

Толерантність до невизначеності – це 1) особистісна характеристика людини, що має зв'язок з її емоційним інтелектом та іншими рисами особистості.; 2) готовність людини до прийняття невідомого зі зниженим рівнем тривожності щодо цих подій.

Емоційний інтелект – здатність людини до розпізнавання, розуміння та маніпулювання власними та чужими почуттями й емоційними станами, що виходить з самої мети емоційного інтелекту.

П'ятифакторна модель особистості являє собою модель характеристик особистості, що виражається у розподілу психічних особливостей людини. Їй відповідають наступні фактори: 1) екстраверсія; 2) відкритість новому досвіду; 3) доброзичливість (дружелюбність); 4) добросовісність; 5) емоційна стабільність (нейротизм).

2. Розроблено процедуру дослідження особистісно-емоційних чинників мемних вподобань у молоді. Запропоновано авторську методику дослідження основних чинників мемних вподобань. Таких як частота перегляду інтернет-мемів, самостійне їх створення тощо.

Було встановлено основні принципи побудови інтернет-дослідження, серед яких можна виділити: дозвіл не відповідати на незручні чи незрозумілі запитання, залишати зворотній зв'язок досліднику прямо в під час заповнення анкети, висока асоційованість з предметом дослідження в зв'язку з розміщенням відповідного блоку запитань на початок дослідження.

3. В ході емпіричного дослідження нас вдалось відновити всі пропущені відповіді респондентів за допомогою побудови множинної бутстреп-агрегованої моделі.

Емпірично встановлено, що більшість респондентів дивиться меми щодня, незалежно статі. Регулярно самостійно роблять меми лише чоловіки. Жінки роблять інтернет-меми всього декілька разів в житті чи на рік.

В ході аналізу даних було виявлено, що улюблений тип мемів пов'язаний зі всіма факторами п'ятифакторної моделі, крім «Відкритості новому досвіду». Але цей чинник має неоднозначний зв'язок з частотою перегляду мемів. Також сильний зв'язок з частотою переглядів був виявлений у фактору «Добросовісність».

Було визначено в ході емпіричного аналізу, що є слабка негативна залежність між емоційним інтелектом та улюбленим типом інтернет-мемів респондентів (при великій величині ефекту ω^2). Водночас, також є

статистично значуща різниця й між групами респондентів, що робили мему власноруч та ні, за рівнем емоційного інтелекту.

В ході емпіричного дослідження було з'ясовано, що толерантність до невизначеності та мемні вподобання не мають жодних зв'язків.

Під час дослідження було зроблено спробу побудувати лінійну регресійну модель частоти перегляду мемів залежно від особистісно-емоційних предикторів та віку респондентів. У зв'язку з невиконанням більшості допущень методу найменших квадратів, що лежить в основі побудови лінійних регресійних моделей, інтерпретація побудованої моделі виявилась неможливою. В ході перевірки якості моделі було встановлено, що виділені нами особистісно-емоційні предиктори мають нелінійний розподіл, а, отже, і потенційно непрямий зв'язок предметом дослідження.

Проведене дослідження повною мірою не вичерпує всіх аспектів проблеми, що розглядалася. Проте експлораторний аспект дослідження є повністю виконаним. **Перспективою подальших досліджень** може бути теоретичне та емпіричне з'ясування причини зв'язку мемних вподобань з особистісним фактором «Доброчесності», пошук характеру зв'язку емоційного інтелекту та окремих його аспектів з мемними вподобаннями. Тобто пошук відповіді на запитання чи є цей зв'язок лінійним чи опосередкованим, який з чинників здійснює вплив на інший тощо. Окрім того, найважливішим дослідженням буде повторення проведеного нами дослідження на більшій вибірці, яка би задовольняла повноцінне заповнення комірок під час аналізу даних. Також важливо буде виявити вплив окремих мемних вподобань на знайдені предиктори.

Що ж стосується потенційного впровадження отриманих результатів, то ми вважаємо, що наразі можна спробувати експериментально включати створення мемів або їх перегляд в якості напів рекреаційної, напів терапевтичної діяльності, на рівні з іншими творчими (арт-) вправами. Ця діяльність є логічною та звичною для молоді, тому психологічна

трансформація через такий фрейм може бути більш вдалою та зрозумілою. Потенційно можна спробувати включити як невеликий елемент підліткових таборів, для розвитку або підтримки рівня емоційного інтелекту. При цьому буде корисним паралельно провести емпіричне дослідження сили впливу такої діяльності. У випадку відсутності впливу вона буде нешкідливою, адже і так є логічною частиною щоденної буденності молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования языковых анекдотов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №8-2 (74).
2. Алферова М. А, Аристова И. Л. Эмоциональный интеллект и психологические теории эмоций // Universum: психология и образование. 2017. №12 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnyy-intellekt-i-psihologicheskie-teorii-emotsiy>
3. Андреева И. Н. Структура и типология эмоционального интеллекта. – 2017.
4. Ассанович М.А., Крюк Н.В. Метод оценки личности с использованием опросников в рамках пятифакторной модели в клинической практике: инструкция по применению / М.А. Ассанович, Н.В. Крюк, Гродно: Гродненский государственный медицинский университет, 2013. 15 с.
5. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броуди. – М.:Поколение, 2007. – 304 с.
6. Виноградов О. Г. Використання можливостей мови програмування та середовища R у психологічних дослідженнях: т'юторіал з базових методів / О. Г. Виноградов // Український психологічний журнал. — 2020. —№ 2(14). — С. 28–63.
7. Виролайнен В. А. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации и проблемы перевода //студенческий форум. – с. 5.
8. Вінг Т. О., Паладьєва А. Ф. Інтернет меми. – 2017.
9. Воронкова Я. Ю., Радюк О. М., Басинская И. В. " Большая пятёрка", или пятифакторная модель личности //Смысл, функции и значение разных отраслей практической психологии в современном обществе. – 2017. – С. 39-45.

10. Воронкова Я. Ю., Радюк О. М., Басинская И. В. «Большая пятёрка» личностных особенностей Международный съезд Ассоциации когнитивно-поведенческой психотерапии: сборник научных статей. – Санкт-Петербург: СИНЭЛ, 2016. – С. 92-104.
11. Вундт В. Очерк психологии / В. Вундт / пер. с нем. Г.А. Паперна. - М: Терра, 2015. - 464 с.
12. Гефеле О. Ф., Свешникова Л. М. Толерантность к неопределенности как фактор формирования эмоционального выгорания у педагогов-психологов учреждений социального обслуживания семей с детьми //Иновационное развитие. – 2018. – №. 9. – С. 87-90.
13. Голубева А.Р., Семилет Т.А. Мем как феномен культуры // Культура и текст. 2017. №3 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mem-kak-fenomen-kultury>.
14. Горбачёв А. Все развлечения «ВКонтакте»: Типология мемов от улыбчивого кавказца до Саши Грей // Афиша Daily: Город [Электронный ресурс] / ООО «Компания Афиша». 18.03.2013.
15. Гордон Олпорт — Становление личности. Избранные труды. Москва: Смысл, 2002. — 462 с.
16. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект: Почему он может значить больше, чем IQ. – " Манн, Иванов и Фербер", 2021. с. 560
17. Гусев А. И. Проблематика научной классификации толерантности к неопределенности // Наука и образование. 2005. № 5–6. С. 42–45.
18. Дегтярев А. В. «Эмоциональный интеллект»: становление понятия в психологии //Психолого-педагогические исследования. – 2012. – Т. 4. – №. 2.
19. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. Режим доступу : URL :<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/90.pdf>
20. Докинз, Р. Бог как иллюзия / Р. Докинз. – М. : КоЛибри, 2008. – 560 с

21. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М. : АСТ:CORPUS, 2013. – 509 с
22. Захарченко П. Мемы как средство продвижения товаров и услуг //Vensky. – 2020.
23. Зинченко В. П. Толерантность к неопределенности: новость или психологическая традиция //Вопросы психологии. – 2007. – Т. 6. – С. 3-20.
24. Зиренко М. С, Корнилова Т. В. Толерантность к неопределенности, интеллект и личностные черты: кросс-культурное исследование российских и американских студентов // Вестник МГОУ. Серия: Психологические науки. 2021. №1.
25. Канашина С.В. Что такое интернет-мем? // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-internet-mem>.
26. Капустина А. Н. Многофакторная личностная методика Р. Кеттелла Текст. – «Речь». 2001 - 112 стр
27. Кондратенко А. Б., Кондратенко Б. А. Развитие эмоционального интеллекта в современном образовании //Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2019. – №. 2. – С. 104-108.
28. Корниенко Д. С., Руднова Н. А., Горбушина Е. А. Особенности самопрезентации в социальной сети в связи с чертами большой пятерки и темной триады //Вестник Удмуртского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2021. – Т. 31. – №. 1. – С. 45-53.
29. Корнилова Т. В. Принцип неопределенности в психологии: основания и проблемы //Психологические исследования: электронный научный журнал. – 2010. – №. 3. – С. 11-11.
30. Корнилова Т. В. Толерантность к неопределенности и интеллект как предпосылки креативности //Вопросы психологии. – 2010. – Т. 5. – С. 3-12.

- 31.Корнилова Т. В., Чумакова М. А. Шкалы толерантности и интолерантности к неопределенности в модификации опросника С. Баднера //Экспериментальная психология. – 2014. – Т. 7. – №. 1. – С. 92-110.
- 32.Корнилова Т.В. Толерантность к неопределенности и эмоциональный интеллект при принятии решений в условиях подсказки // Психология. Журнал ВШЭ. 2014. №4.
- 33.Кронгауз М. А. Мемы в интернете: опыт деконструкции //Наука и жизнь. – 2012. – №. 11. – С. 127-132.
- 34.Кустова А. Н. Толерантность к неопределенности как составляющая личностного потенциала. – 2008.
- 35.Л. Первин, О. Джон Психология личности: Теория и исследования/Пер, с англ. М. С. Жам-кочьян под ред. В. С. Магуна — М.: Аспект Пресс, 2001.— 607 с.
- 36.Лаак Я. Психодиагностика: проблемы содержания и методов//Я. Лаак.— М.: Воронеж, 1996 //Методи психодіагностики в навчально-виховному процесі. – С. 254.
- 37.Лаак Я. тер. Big 5: Как измерить человеческую индивидуальность:Оценки и описания. / Я. тер Лаак, Г. Бругман; ред. Г.В. Бурменская. – Москва: Книжный дом «Университет», 2003. 112 с.
- 38.Леонов И.Н. Толерантность к неопределенности как психологический феномен: история становления конструкта // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2014. – Вып 4. – С. 43-51
- 39.Леонтьев Д. А. Экзистенциальная тревога и как с ней не бороться //Консультативная психология и психотерапия. – 2003. – Т. 11. – №. 2. – С. 107-119.
- 40.Люсин Д. В. Новая методика для измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭмИн //Психологическая диагностика. – 2006. – Т. 4. – С. 3-22.

- 41.Люсин Д. В. Опросник на эмоциональный интеллект ЭМИн: новые психометрические данные. – 2009.
- 42.Люсин Д. В., Овсянникова В. В. Связь эмоционального интеллекта и личностных черт с настроением // Психология. Журнал ВШЭ. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyaz-emotsionalnogo-intellekta-i-lichnostnyh-chert-s-nastroeniem>
- 43.Мемпедія. Что такое мемы [Электронный ресурс] / Мемпедія – Режим доступа до ресурсу: <https://memepedia.ru/about-memes/>.
- 44.Михайлова (Алешина) Е. С.Методика исследования социального интеллекта: Адаптация теста Дж. Гилфорда и М. Салливена: Руководство по использованию - СПб, ГП "ИМАТОН", 1996 - 56 стр.
- 45.Носенко Е., Шаповал М. Толерантність до невизначеності як системоутворювальний особистісний чинник творчої обдарованості //Психологія і суспільство. – 2002. – №. 1 (7). – С. 97-106.
- 46.Павлова Е. М., Корнилова Т. В. Триада" толерантность к неопределенности-эмоциональный интеллект-интуитивный стиль" и самооценка креативности у лиц творческих профессий //Психолого-педагогические исследования. – 2019. – Т. 11. – №. 1. – С. 107-117.
- 47.Р. Т. Энциклопедия заблуждений: собрание невероятных фактов, удивительных открытий и опасных поверий. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 672 с.
- 48.Радюк О. М., Басинская И. В., Воронкова Я. Ю. «Большая пятёрка» личностных особенностей //ББК 53.57 я43 В87. – 2016. – С. 92.
- 49.Солдатова Г. У. и др. Психодиагностика толерантности личности //М.: Смысл. – 2008. – Т. 172 с.
- 50.Хавторина Ю.В. «Интернет-мемы» в рекламе: способ создания универсального кросскультурного языка или причина деградации? // ЭСГИ. 2017. №2 (14).
- 51.Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. Томск: Изд-во Том. ун-та. Москва: Изд-во "Барс", 1997. - С.16-32.

- 52.Хромов А. Б. Пятифакторный опросник личности: Учебно-методическое пособие //Курган: Изд-во Курганского гос. университета. – 2000. – Т. 23.
- 53.Шамионов Р.М. Отношение к изменениям и толерантность к неопределенности предикторы адаптивности и адаптационной готовности // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 2. С. 90-. 104.
- 54.Щебетенко С. А. Большая пятерка черт личности и активность пользователей в социальной сети «Вконтакте» // Психология. Психофизиология. 2013. №4
- 55.Щурина Юлия Васильевна Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii>.
- 56.Vadym Barko, Volodymyr Ostapovich, Petro Oleshko. Psychological journal, H. S. Kostyuk Institute of Psychology of the National Academy. 2019 23 (5), pp. 9-25
- 57.Barko V., Ostapovich V. Українськомовна адаптація опитувальника Баднера для використання в Національній поліції //PSYCHOLOGICAL JOURNAL. – 2019. – Т. 5. – №. 8. – С. 249-263.
- 58.Bochner S. Defining intolerance of ambiguity //The Psychological Record. – 1965. – Т. 15. – №. 3. – С. 393-400.
- 59.Budner, S. (1962). Intolerance of ambiguity as a personality variable. Journal of Personality, 30(1), 29–50.
- 60.Cohen J. Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. Hillsdle. – 1988. с. 579
- 61.De Vries A., Meys J. R for Dummies. – John Wiley & Sons, 2015. 435 pages

62. Definition of meme noun from the Oxford Advanced Learner's Dictionary//
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/meme?q=meme>
63. Dennis L. 7 Types of Memes You Should Know About [Електронний ресурс] / Ladonna Dennis. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://momblogsociety.com/7-types-of-memes-you-should-know-about/>.
64. Frenkel-Brunswik, E. (1949), intolerance of ambiguity as an emotional and perceptual personality variable. *Journal of Personality*, 18: 108-143
65. Goldberg L. R. An Alternative “Description of Personality”: The Big-Five Factor Structure // *Personality and Personality Disorders: The Science of Mental Health*. – 2013. – Т. 7. – С. 34.
66. Goldberg L. R. Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons // *Review of personality and social psychology*. – 1981. – Т. 2. – №. 1. – С. 141-165.
67. Gray A. The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution [Електронний ресурс] / Alex Gray. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>.
68. Klimanska M., Haletska I. Українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості тірі (тірі-ukr) // *psychological journal*. – 2019. – Т. 5. – №. 9. – С. 57-76.
69. Lee D. The top memes and viral videos of 2012 [Електронний ресурс] / D. Lee, M. Ward. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/technology-20797272>.
70. Lee D. The top memes and viral videos of 2017 [Електронний ресурс] / D. Lee, M. Ward. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/technology-42444484>.
71. Mac Donald, A. P. (1970). Revised Scale for Ambiguity Tolerance: Reliability and Validity. *Psychological Reports*, 26(3), 791–798. doi:10.2466/pr0.1970.26.3.791

72. Merrill, J. M., Camacho, Z., laux, F., Lorimor, R., Thornby (1994).
Uncertainties and ambiguities: measuring how medical students cope.
Medical Education, 28(4), 316–322.
73. Meyer K. Young adults/millennials as web users (ages 18–25). – 2016.
74. Norton, R. W. (1975). Measurement of Ambiguity Tolerance. Journal of
Personality Assessment, 39(6), 607–619.
75. Paradis E. R for Beginners. – Institut des Sciences de l'Evolution. Université
Montpellier II, 2005. – C. 71.
76. Plotkin H. Darwin machines and the nature of knowledge. – Harvard
University Press, 1994.
77. Preece J. Baader-Meinhof and the Novel: Narratives of the Nation/Fantasies
of the Revolution, 1970–2010. – Springer, 2012.
78. Salovey, P., & Pizarro, D.A. (2003). The value of emotional intelligence.
In R. J. Sternberg, J. Lautrey, & T. I. Lubart (Eds.), Models of intelligence:
International perspectives (pp. 263-278). Washington, DC: American
Psychological Association.
79. Tupes E. C., Christal R. E. Recurrent personality factors based on trait
ratings //Journal of personality. – 1992. – T. 60. – №. 2. – C. 225-251.

ДОДАТКИ

Додаток А. Текст авторського опитувальника мемних вподобань

1. Чи дивитесь Ви меми?
 - Так
 - Ні
 - Інше
2. Як часто Ви переглядаєте меми ?
 - Щодня
 - Частіше, ніж раз на тиждень
 - Раз на тиждень
 - Декілька разів на місяць
 - Раз на місяць
 - Інше
3. Надішліть, будь ласка, приклади ваших улюблених мемів. Це може бути назва мемів або посилання на них.
4. В якому вигляді Ви зазвичай переглядаєте меми? (можна обрати декілька варіантів)
 - Зображення
 - Зображення з текстом
 - Відео
 - Пісні
 - Гіфки
 - Текст
 - Інше
5. Чи робили Ви колись меми власноруч?
 - Так
 - Ні
 - Інше
6. Як часто Ви робите меми? (у разі відповіді "так" на попереднє запитання)
 - Щодня
 - Частіше, ніж раз на тиждень
 - Раз на тиждень
 - Декілька разів на місяць
 - Раз на місяць
 - Інше

Додаток Б. Текст української адаптації короткого п'ятифакторного опитувальника особистості ТІРІ (ТІРІ-UKR)

Поставте, будь ласка, біля кожного твердження позначку, наскільки Ви погоджуєтесь із кожним із них. Оцініть, в якій мірі запропонована пара характеристик стосується Вас особисто, навіть якщо одна з них підходить Вам більше, аніж друга.

Значення позначок:

- 1 - абсолютно не погоджуюсь;
- 2 - не погоджуюся;
- 3 - швидше не погоджуюся;
- 4 - важко сказати;
- 5 - швидше погоджуюся;
- 6 - погоджуюся;
- 7 - абсолютно погоджуюся.

Нагадуємо, що Ви можете не відповідати на питання, які вважаєте занадто особистими або незручними.

Бачу себе як людину, яка є

- 1 ____ Товариська, активна
- 2 ____ Критична, конфліктна
- 3 ____ Сумлінна, дисциплінована
- 4 ____ Тривожна, схильна перейматися
- 5 ____ Відкрита до нового, різностороння
- 6 ____ Стримана, тиха
- 7 ____ Тактовна, співчутлива, приязна
- 8 ____ Неорганізована, легковажна
- 9 ____ Спокійна, емоційно стабільна
- 10 ____ Не любить змін і пошуку нових рішень

Додаток В. Текст українськомовної адаптації опитувальника рівня і структури емоційного інтелекту «МЕІ»

Кожному твердженню приписуйте бал, який найбільше підходить особисто Вам за наступною шкалою:

- 1 - ніколи;
- 2 - рідко;
- 3 - іноді;
- 4 - найчастіше;
- 5 - завжди.

Нагадуємо, що Ви можете не відповідати на питання, які вважаєте занадто особистими або незручними.

- 1) Я чітко усвідомлюю свої почуття і емоції.
- 2) У моїх публічних виступах відсутні емоції.
- 3) Моя спонтанна поведінка не заважає мені досягати обраної мети.
- 4) У конфліктних ситуаціях я приховую свої емоції та почуття.
- 5) Я уважно вислуховую партнерів по спілкуванню.
- 6) У конфліктній ситуації необхідно відразу приймати рішення.
- 7) Я намагаюся менше впливати на вчинки і почуття інших людей.
- 8) Я вважаю за краще контролювати людей.
- 9) Я рівною мірою усвідомлюю свою вразливість і свою силу.
- 10) Мені важлива думка людей, якщо я даю волю почуттям.
- 11) Мені вдається контролювати свої почуття, навіть коли я сердитий або засмучений.
- 12) При спілкуванні з начальством я ніяковію і думаю тільки про те, щоб скоріше закінчилася розмова.
- 13) Я зосереджений на почуттях інших.
- 14) Розбіжності у стосунках я намагаюся усувати відразу, щойно тільки-но їх виявив.
- 15) Я дозволяю підлеглим узяти на себе керівну роль і при цьому їх не контролюю.
- 16) Мені властиво використовувати владу, що належить за посадою.
- 17) Мені вдається приховувати неприязнь до поганої людини
- 18) При спілкуванні з колегами я можу думати про своє.
- 19) В усіх ситуаціях я відкрито виражаю свої почуття.
- 20) Поломка побутової техніки може змусити мене розгубитися, впасти у відчай.
- 21) Я спілкуюся з іншими так, щоб вони могли пишатися своїми успіхами.
- 22) Я не звертаю увагу на психологічні стани колег при досягненні спільних цілей.
- 23) Я допомагаю іншим краще зрозуміти себе.
- 24) У спілкуванні я зосереджуюся на меті, а не на почуттях.

- 25) Я легко виражаю симпатію до іншої людини.
- 26) Близькі люди часто говорять мені: розслабся.
- 27) Я вільно виражаю свої почуття.
- 28) Я відчуваю невпевненість у спілкуванні з людьми.
- 29) Я розумію чужі почуття, навіть якщо дискусія проходить на підвищених тонах.
- 30) Мені байдужі почуття інших, що виникають під час спільної роботи.
- 31) Я підбадьорюю інших, щоб вони робили роботу краще.
- 32) Мені складно висловитися щодо поведінки іншої людини, яка заважає мені.
- 33) Я довіряю своїм почуттям, коли приймаю серйозні рішення.
- 34) Мені важко дивитися в очі малознайомій людині.
- 35) Я щирий, коли говорю про свої почуття і наміри з іншими.
- 36) Коли я виражаю партнерові емоційну підтримку, він, зазвичай, цього не сприймає і не відчуває.
- 37) Мені важливо знати, які почуття та емоції призвели до конфлікту.
- 38) Мені байдуже, що відчуває неприємна мені людина.
- 39) Своєю позою, очима, інтонацією я виявляю своє ставлення до іншої людини.
- 40) Мені складно висловити критичні зауваження так, щоб співрозмовник не образився, а сприйняв критику.

Додаток Г. Текст україномовної адаптації опитувальника толерантності до невизначеності Баднера

Прочитайте уважно наведені твердження й оцініть їх за 7-бальною шкалою. Кожному твердженню приписуйте бал, який вважаєте найбільш вірним.

Значення позначок:

- 1 - абсолютно не згоден;
- 2 - не згоден;
- 3 - швидше не згоден;
- 4 - не знаю;
- 5 - швидше згоден;
- 6 - згоден;
- 7 - абсолютно згоден.

Також нагадуємо, що Ви можете не відповідати на питання, які вважаєте занадто особистими або незручними.

- 1) Фахівцю, який не може дати чітку відповідь, скоріш за все, бракує знань.
- 2) Я б хотів пожити за кордоном якийсь час.
- 3) Будь-які проблеми можливо врешті вирішити.
- 4) Люди, які підпорядкували своє життя чіткому розкладу, напевно, позбавляють себе більшості радощів.
- 5) Хороша робота - це така, коли завжди зрозуміло, що і як треба робити
- 6) Цікавіше займатися складною проблемою ніж вирішувати просту.
- 7) У перспективі можна досягти більшого, вирішуючи маленькі, прості проблеми, ніж великі і складні.
- 8) Найцікавіші люди - це ті, хто не боїться бути оригінальним і несхожим на інших.
- 9) Звичне завжди прийнятніше, ніж незнайоме.
- 10) Люди, які наполягають на відповіді «так», або «ні», просто не знають, наскільки усе, насправді, складно.
- 11) Людина, яка веде розмірене життя без особливих сюрпризів і несподіванок, має бути вдячна долі.
- 12) Більшість найважливіших рішень приймаються на основі неповної інформації.
- 13) Я віддаю перевагу вечіркам зі знайомими людьми, аніж вечіркам, на яких більшість запрошених мені незнайомі.
- 14) Учителі і наставники, які нечітко формулюють завдання, дають шанс проявити ініціативу і оригінальність.
- 15) Чим швидше усі прийдуть до єдиних цінностей та ідеалів, тим краще.
- 16) Хороший учитель - той, хто стимулює формування в учнів власних поглядів.

Додаток Г, Скрипт Г1. Реставрація пропущених значень бази даних

```
sum(!complete.cases(dt))
sum(is.na(dt))

library(ipred)
library(caret)

dt.impt <- preProcess(dt[, 2:5], method = 'bagImpute')
dt[, 2:5] <- predict(dt.impt, dt[, 2:5])
(Imp.Bag <- dt[2:5])

dt$exemple.m <- round(dt$exemple.m, digits=0)
dt$hoften.made <- round(dt$hoften.made, digits=0)

sum(!complete.cases(dt))
sum(is.na(dt))

dt.impt <- preProcess(dt[, 22:61], method = 'bagImpute')
dt[, 22:61] <- predict(dt.impt, dt[, 22:61])
(Imp.Bag <- dt[22:61])

dt$mei4 <- round(dt$mei4, digits=0)
dt$mei8 <- round(dt$mei8, digits=0)
dt$mei15 <- round(dt$mei15, digits=0)
dt$mei32 <- round(dt$mei32, digits=0)
dt$mei33 <- round(dt$mei33, digits=0)

sum(!complete.cases(dt))
sum(is.na(dt))
```

Додаток Д, Скрипт Д1. Видалення респондентів, що не підходять за віком, необхідним для дослідження

```
library(sjmisc)
frq (dt, age)

dt$age[dt$age == 15] <- NA
dt$age[dt$age == 17] <- NA
dt$age[dt$age == 27] <- NA
dt$age[dt$age == 29] <- NA

x <- na.omit(dt)
```

Додаток Е, Скрипт Е1. Побудова гістограми розподілу з накладеним на неї графіком щільності нормального розподілу з відповідними параметрами для перевірки нормальності розподілу віку та перевірка нормальності розподілу змінної віку

```
frq (x, age)

hist(x$age, main = "Histogram of turnout", col =
"turquoise3", freq = FALSE)

mean(x$age)
sd(x$age)

curve(dnorm(x, mean = 21, sd = 1.2), col = "tomato",
lwd = 5, add = TRUE)

shapiro.test(x$age)
```

Додаток Ж, Скрипт Ж1. Перевірка сполучення віку та статі з частотою перегляду мемів, самостійним створенням мемів та частотою створення з побудовою відповідних гістаграм для крос-табуляцій

```

mem1<-with(x, data.frame(
  sex1=sex,
  age1=age,
  hoften.m1=hoften.m,
  made.m1=made.m,
  hoften.made1=hoften.made
)
)

xtabs ( ~ sex1+hoften.m1, data=mem1)
xtabs ( ~ age1+hoften.m1, data=mem1)
xtabs ( ~ sex1+made.m1, data=mem1)
xtabs ( ~ age1+made.m1, data=mem1)
xtabs ( ~ sex1+hoften.made1, data=mem1)
xtabs ( ~ age1+hoften.made1, data=mem1)

chisq.test(table(mem1$age1, mem1$hoften.m1))
chisq.test(table(mem1$sex1, mem1$hoften.m1))
chisq.test(table(mem1$sex1, mem1$made.m1))
chisq.test(table(mem1$age1, mem1$made.m1))
chisq.test(table(mem1$age1, mem1$hoften.made1))
chisq.test(table(mem1$sex1, mem1$hoften.made1))

mem1$Вік <- factor(x = mem1$age1)

mem1$Стать <- factor(
  x = mem1$sex1, levels = c(0,1),
  labels = c ( "Чоловіки", "Жінки" )
)

```

```

mem1$Меми_власноруч <- factor(
  x = mem1$made.m1, levels = c(0,1),
  labels = c ("Так", "Hi")
)

mem1$Частота_перегляду_мемів <- factor(
  x = mem1$hoften.m1, levels = c(0:5),
  labels = c (
    "щодня", "частіше, ніж раз на тиждень",
    "раз на тиждень", "декілька разів на місяць",
    "раз на місяць", "рідше ніж раз на місяць"
  )
)

PlotXTabs(mem1, 9, 6 , plottype = "stack")
PlotXTabs(mem1, 9, 7 , plottype = "stack")
PlotXTabs(mem1, 8, 6 , plottype = "stack")
PlotXTabs(mem1, 8, 7 , plottype = "side")

mem1$hoften.made1[mem1$hoften.made1 == 7] <- NA
mem1 <- na.omit(mem1)

mem1$Частота_створення_мемів <- factor(
  x = mem1$hoften.made1, levels = c(0:6),
  labels = c (
    "щодня", "частіше, ніж раз на тиждень", "раз на тиждень",
    "декілька разів на місяць", "раз на місяць",
    "декілька разів на рік чи рідше", "декілька разів в житті"
  )
)

PlotXTabs(mem1, 10, 6 , plottype = "percent")
PlotXTabs(mem1, 10, 7 , plottype = "percent")

```

Додаток II, Скрипт II.1. Перевірка співвідношення виборів респондентів стосовно форми перегляду інтернет-мемів

```
variants<-with(x, data.frame(  
  image=image,  
  image.text=image.text,  
  video=video,  
  text=text,  
  song=song,  
  gif=gif  
)  
)  
  
frq (variants)  
  
Type_of_meme <- c("Зображення", "Зображення",  
  "Зображення з текстом", "Зображення з текстом",  
  "Відео", "Відео", "Пісні", "Пісні",  
  "Гіфки", "Гіфки", "Текст", "Текст"  
)  
  
Respondents_choice <- c("Так", "Hi", "Так", "Hi", "Так", "Hi",  
  "Так", "Hi", "Так", "Hi", "Так", "Hi"  
)  
  
Percent <- c(83, 23, 96, 10, 63, 43, 13, 93, 47, 59, 36, 70)  
forggplot <- data.frame(Type_of_meme, Respondents_choice, Percent)  
  
ggplot(forggplot, aes(fill=Respondents_choice, y=Percent,  
  x=Type_of_meme)) + geom_bar(position="fill", stat="identity")
```

Додаток К, Скрипт К1. Підрахунок та перекодування української адаптації короткого п'ятифакторного опитувальника особистості ТІРІ

```
tipi <- with(x, data.frame(
  t1=tipi1, t2=tipi2, t3=tipi3, t4=tipi4, t5=tipi5,
  t6=tipi6, t7=tipi7, t8=tipi8, t9=tipi9, t10=tipi10
) )

tipi$t2. <- car::recode (
  var = as.numeric(tipi$t2),
  recodes = "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

tipi$t4. <- car::recode (
  var = as.numeric(tipi$t4),
  recodes = "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

tipi$t6. <- car::recode (
  var = as.numeric(tipi$t6),
  recodes = "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

tipi$t8. <- car::recode (
  var = as.numeric(tipi$t8),
  recodes = "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

tipi$t10. <- car::recode (
  var = as.numeric(tipi$t10),
  recodes = "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

x$extraversion = (tipi$t1 + tipi$t6.)/2
```

```
x$friendliness = (tipi$t7 + tipi$t2.)/2
x$integrity = (tipi$t3 + tipi$t8.)/2
x$emotional.st = (tipi$t9 + tipi$t4.)/2
x$openess = (tipi$t5 + tipi$t10.)/2

x$sex <- car::recode (
  var = as.numeric(x$extraversion),
  recodes = "1:2.9=1; 3:5=2; 5.1:7=3"
)

x$fr <- car::recode (
  var = as.numeric(x$friendliness),
  recodes = "1:2.9=1; 3:5=2; 5.1:7=3"
)

x$int <- car::recode (
  var = as.numeric(x$integrity),
  recodes = "1:2.9=1; 3:5=2; 5.1:7=3"
)

x$em <- car::recode (
  var = as.numeric(x$emotional.st),
  recodes = "1:2.9=1; 3:5=2; 5.1:7=3"
)

x$op <- car::recode (
  var = as.numeric(x$openess),
  recodes = "1:2.9=1; 3:5=2; 5.1:7=3"
)
```

**Додаток Л, Скрипт Л1. Побудова таблиці сполучення для факторів
особистості ТІРІ та типу улюблених мемів**

```
contTables(  
  rows = ex, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = fr, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = int, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = em, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = op, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)
```

**Додаток М, Скрипт М1. Побудова таблиця сполучення для факторів
особистості ТІРІ та частоти перегляду мемів**

```
contTables(  
  rows = ex, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = fr, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = int, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = em, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)  
  
contTables(  
  rows = op, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)
```

Додаток Н, Скрипт Н1. Підрахунок та перекодування українськомовної адаптації опитувальника рівня і структури емоційного інтелекту «МЕІ»

```
x$mei2 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei2),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei10 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei10),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei18 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei18),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei26 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei26),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei34 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei34),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei4 <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei4),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei12 <- car::recode (  

```

```
var = as.numeric(x$mei12),
recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei20<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei20),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei28<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei28),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei36<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei36),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei6<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei6),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei14<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei14),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)

x$mei22<- car::recode (
  var = as.numeric(x$mei22),
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"
)
```

```
x$mei30<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei30),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei38<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei38),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei8<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei8),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei16<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei16),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei24<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei24),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei32<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei32),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)  
  
x$mei40<- car::recode (  
  var = as.numeric(x$mei40),  
  recodes = "5=1;4=2;3=3;2=4;1=5"  
)
```

```
x$sbk1 = (x$mei1+x$mei9+x$mei17+x$mei25+x$mei33) -  
          (x$mei2+x$mei10+x$mei18+x$mei26+x$mei34)
```

```
x$sbk2 = (x$mei3+x$mei11+x$mei19+x$mei27+x$mei35) -  
          (x$mei4+x$mei12+x$mei20+x$mei28+x$mei36)
```

```
x$sbk3 = (x$mei5+x$mei13+x$mei21+x$mei29+x$mei37) -  
          (x$mei6+x$mei14+x$mei22+x$mei30+x$mei38)
```

```
x$sbk4 = (x$mei7+x$mei15+x$mei23+x$mei31+x$mei39) -  
          (x$mei8+x$mei16+x$mei24+x$mei32+x$mei40)
```

```
x$VOasp = x$sbk1+x$sbk2
```

```
x$MOasp = x$sbk3+x$sbk4
```

```
x$mei.zag = x$VOasp+x$MOasp
```

```
mei.sbk<-with(x, data.frame(  
  sbk1=sbk1,  
  sbk2=sbk2,  
  sbk3=sbk3,  
  sbk4=sbk4  
  )  
  )
```

```
summary (mei.sbk)
```

Додаток П, Скрипт П1. Побудова фрейму даних за даними емоційного інтелекту по 4 основним шкалам та побудова скрипкового графіку розподілу значень

```

value <- c( 7 , 7 , 1 , 3 , 2 , 7 , 3 , 7 , -2 , 4 , 7 , 4 , 0 , 2 , -1 , 2 ,
          5 , 1 , 6 , 1 , 2 , 6 , 4 , 4 , 8 , 4 , 6 , 4 , -1 , 2 , 3 , 0 ,
          -5 , 9 , 4 , 2 , 8 , 7 , 5 , -4 , 0 , 5 , 0 , 1 , 3 , 2 , 7 , 3 ,
          7 , -2 , 4 , 7 , 4 , 0 , 7 , -1 , 2 , 5 , 1 , 6 , 1 , 2 , 6 , 4 , 4 ,
          8 , 4 , 6 , 4 , -1 , 2 , 3 , 2 , -1 , 2 , 5 , 1 , 2 , 8 , 7 ,
          5 , -4 , 0 , 5 , -2 , 6 , 0 , 9 , 4 , 2 , 8 , 7 , 5 , 7 , 0 ,
          5 , -2 , 6 , 0 , 1 , 3 , 2 , 7 , 4 , -2 , 6 ,

          -2 , -2 , -6 , -1 , 0 , 4 , 3 , -2 , -1 , -2 , -1 , 2 , -5 , -1 , -1 , -6 ,
          -4 , 0 , -2 , -1 , -2 , -2 , -3 , 2 , 1 , 5 , 1 , 0 , 0 , 4 , 1 , -2 ,
          -5 , -1 , -2 , -1 , 5 , 1 , 4 , -1 , 2 , 3 , -2 , -6 , -1 , 0 , 4 , 3 ,
          -2 , -1 , -2 , -1 , 2 , -5 , -2 , -1 , -6 , -4 , 0 , -2 , -1 , -2 , -2 , -3 ,
          2 , 1 , 5 , 1 , 0 , 0 , 4 , 1 , -1 , -1 , -6 , -4 , 0 , -1 , 5 , 1 ,
          4 , -1 , 2 , 3 , -1 , 7 , -2 , -1 , -2 , -1 , 5 , 1 , 4 , -2 , 2 , 3 , -1 ,
          7 , -2 , -6 , -1 , 0 , 4 , -1 , -1 , 7 ,

          -2 , -2 , 4 , 0 , 4 , 8 , 7 , 4 , 3 , 8 , 9 , 3 , -3 , 3 , -2 , -1 ,
          0 , 5 , 4 , 4 , 5 , 3 , 4 , 7 , -1 , 12 , 6 , 2 , 8 , 1 , 2 , -1 ,
          3 , 1 , 1 , -3 , 2 , 1 , 6 , 4 , 5 , 1 , 1 , 4 , 0 , 4 , 8 , 7 , 4 ,
          3 , 8 , 9 , 3 , -3 , -2 , -2 , -1 , 0 , 5 , 4 , 4 , 5 , 3 , 4 , 7 , -1 ,
          12 , 6 , 2 , 8 , 1 , 2 , 3 , -2 , -1 , 0 , 5 , -3 , 2 , 1 ,
          6 , 4 , 5 , 1 , 0 , 7 , 1 , 1 , 1 , -3 , 2 , 1 , 6 , -2 , 5 , 1 ,
          0 , 7 , 1 , 4 , 0 , 4 , 8 , 0 , 0 , 7 ,

          3 , 3 , 0 , -6 , 2 , -2 , 2 , 3 , -1 , 9 , -5 , -1 , -4 , -2 , -4 , 10 , 2 ,
          0 , 3 , 2 , -3 , 0 , 0 , 1 , 0 , 4 , 5 , 4 , -2 , -4 , 0 , -6 , 1 , 2 ,
          -2 , -2 , 0 , 6 , 0 , 3 , 2 , 7 , -6 , 0 , -6 , 2 , -2 , 2 , 3 , -1 , 9 ,
          -5 , -1 , -4 , 3 , -4 , 10 , 2 , 0 , 3 , 2 , -3 , 0 , 0 , 1 , 0 , 4 , 5 ,
          4 , -2 , -4 , 0 , -2 , -4 , 10 , 2 , 0 , -2 , 0 , 6 , 0 , 3 , 2 , 7 , -1 ,
          0 , -6 , 2 , -2 , -2 , 0 , 6 , 0 , 3 , 2 , 7 , -1 , 0 , -6 , 0 , -6 , 2 ,
          -2 , 0 , -1 , 0

)

name <- c( "Шкала 1", "Шкала 1", "Шкала 1", "Шкала 1", "Шкала 1", "Шкала 1",

```



```
library(ggplot2)
library(dplyr)
library(hrbrthemes)
library(viridis)

# sample size
sample_size = data %>% group_by(name) %>% summarize(num=n())

# Plot
data %>%
  left_join(sample_size) %>%
  mutate(myaxis = paste0(name, "\n", "n=", num)) %>%
  ggplot(aes(x=myaxis, y=value, fill=name)) +
  geom_violin(width=1.0) +
  geom_boxplot(width=0.1, color="grey", alpha=0.2) +
  scale_fill_viridis(discrete = TRUE) +
  theme_ipsum() +
  theme(
    legend.position="none",
    plot.title = element_text(size=11)
  ) +
  ggtitle("A Violin wrapping a boxplot") +
  xlab("")
```

Додаток Р, Скрипт Р1. Однофакторний дисперсійний аналіз загального показника емоційного інтелекту відносно улюбленого типу мемів

```
ANOVA (  
  formula = mei.zag ~ exemple.m, data = x,  
  effectSize = "omega", homo = TRUE, norm = TRUE,  
  postHoc = ~ exemple.m, postHocCorr = "scheffe",  
  emMeans = ~ exemple.m, emmTables = TRUE  
)  
  
result <- omega.F(dfm = 2, dfe = 98, Fvalue = 4.7, n =  
106, a = 0.05)  
unlist(result[1:3])
```

**Додаток Р, Таблиця Р1. Результати однофакторного дисперсійного
аналізу загального показника емоційного інтелекту відносно улюбленого
типу мемів**

ANOVA - mei.zag

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	ω^2
exemple.m	1520.370	7	217.19566	3.644693	0.0015493	0.1486823
Residuals	5840.045	98	59.59230			

ASSUMPTION CHECKS

Homogeneity of Variances Test (Levene's)

F	df1	df2	p
2.438572	7	98	0.0239615

Normality Test (Shapiro-Wilk)

Statistic	p
0.9753508	0.0455366

**Додаток С, Скрипт С1. Скрипт порівняльного аналізу груп
респондентів, що роблять меми самостійно та ні, залежно від рівня
емоційного інтелекту**

```
ttestIS(  
  formula = mei.zag ~ made.m, data = x,  
  welchs = TRUE, mann = TRUE, hypothesis =  
  "twoGreater",  
  effectSize = TRUE, ciES = TRUE,  
  desc = TRUE, plots = TRUE  
)
```

**Додаток С, Таблиця С1. Статистика t-тесту порівняння груп
порівняльного аналізу груп респондентів, що роблять меми самостійно
та ні, залежно від рівня емоційного інтелекту**

INDEPENDENT SAMPLES T-TEST							
Independent Samples T-Test							
		Statistic	df	p	Cohen's d	Lower	Upper
mei.zag	Student's t	1.802333	104.0000	0.9628052	0.3579096	-0.03765648	0.7506998
	Welch's t	1.705840	71.62948	0.9538146	0.3579096	-0.03765648	0.7506998
	Mann-Whitney U	1102.500		0.9413610	0.3579096	-0.03765648	0.7506998
Note. Ha 0 < 1							
Group Descriptives							
		Group	N	Mean	Median	SD	SE
mei.zag	0		64	7.703125	8.000000	7.321808	0.9152261
	1		42	4.738095	4.000000	9.576545	1.477693

Додаток Т, Скрипт Т1. Підрахунок та перекодування україномовної адаптації опитувальника толерантності до невизначеності Баднера

```
x$bdnr1. <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$bdnr1),  
  recodes =  
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"  
)  
  
x$bdnr5. <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$bdnr5),  
  recodes =  
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"  
)  
  
x$bdnr7. <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$bdnr7),  
  recodes =  
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"  
)  
  
x$bdnr9. <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$bdnr9),  
  recodes =  
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"  
)  
  
x$bdnr11. <- car::recode (  
  var = as.numeric(x$bdnr11),
```

```
recodes =
  "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

x$bdnr13. <- car::recode (
  var = as.numeric(x$bdnr13),
  recodes =
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

x$bdnr15. <- car::recode (
  var = as.numeric(x$bdnr15),
  recodes =
    "7=1;6=2;5=3;4=4;3=5;2=6;1=7"
)

x$newness = x$bdnr2+x$bdnr9.+x$bdnr11.+x$bdnr13.
x$complexity =
x$bdnr4+x$bdnr5.+x$bdnr6+x$bdnr7.+x$bdnr8+
  x$bdnr10+x$bdnr14+x$bdnr15.+x$bdnr16
x$insolubility = x$bdnr1.+x$bdnr3+x$bdnr12

x$bdnr.general = x$newness+x$complexity+x$insolubility

x$bdnr.g <- car::recode (
  var = x$bdnr.general,
  recodes =
    "16:50 = 1; 51:75 = 2; 76:112 = 3"
)
```

Додаток У, Скрипт У1. Побудова таблиць сполучення толерантності до невизначеності залежно від улюбленого типу мемів

```
contTables(  
  rows = bdnr.g, cols = exemple.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)
```

**Додаток У, Таблиця У1. Результат побудови таблиць сполучення
толерантності до невизначеності залежно від улюбленого типу мемів**

χ^2 Tests			
	Value	df	p
χ^2	11.72633	7	0.1099256
N	106		

Nominal	
	Value
Phi-coefficient	NaN
Cramer's V	0.3326044

Kendall's Tau-b		
Kendall's Tau-B	t	p
0.02379806	0.2756721	0.7827999

Додаток Ф, Скрипт Ф1. Побудова таблиць сполучення толерантності до невизначеності залежно від того, чи роблять респонденти меми самостійно

```
contTables(  
  rows = bdnr.g, cols = made.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)
```

**Додаток Ф, Таблиця Ф1. Результат побудови таблиць сполучення
толерантності до невизначеності залежно від того, чи роблять
респонденти мему самостійно**

χ^2 Tests

	Value	df	p
χ^2	0.9622139	1	0.3266297
N	106		

Nominal

	Value
Phi-coefficient	0.09527586
Cramer's V	0.09527586

Kendall's Tau-b

Kendall's Tau-B	t	p
-0.09527586	-0.9762871	0.3289222

Додаток X, Скрипт X1. Побудова таблиць сполучення толерантності до невизначеності залежно від частоти створення мемів

```
contTables(  
  rows = bdnr.g, cols = hoften.m, data = x,  
  phiCra = TRUE, taub = TRUE, pcCol = TRUE  
)
```

**Додаток X, Таблиця X1. Результат побудови таблиць сполучення
толерантності до невизначеності залежно від частоти створення мемів**

χ^2 Tests			
	Value	df	p
χ^2	1.714971	3	0.6336106
N	106		

Nominal	
	Value
Phi-coefficient	NaN
Cramer's V	0.1271966

Kendall's Tau-b		
Kendall's Tau-B	t	p
-0.05549210	-0.5817920	0.5607068

**Додаток Ц, Скрипт Ц1. Створення фрейму даних для побудови
регресійної моделі**

```
formodel <- with (x, data.frame(  
  bndr_G = bdnr.general-75,  
  sbk1 = sbk1-4,  
  sbk2 = sbk2+1,  
  sbk3 = sbk3-4,  
  sbk4 = sbk4,  
  int = integrity-6,  
  op = openness-5.5,  
  age=age-22,  
  hhh = hoften.m  
)  
)
```

Додаток III, Скрипт III. Тест на нормальність розподілу Шапіро-Вілкса

```
shapiro.test(formodel$bndr_G)
shapiro.test(formodel$sbk1)
shapiro.test(formodel$sbk2)
shapiro.test(formodel$sbk3)
shapiro.test(formodel$sbk4)
shapiro.test(formodel$int)
shapiro.test(formodel$op)
shapiro.test(formodel$age)
shapiro.test(formodel$hhh)
```

Додаток Ш, Скрипт Ш1. Результати тесту на нормальність розподілу Шапіро-Вілкса

```
Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$bnldr_G
W = 0.97578, p-value = 0.04941

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$sbk1
W = 0.9697, p-value = 0.0158

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$sbk2
W = 0.9541, p-value = 0.001058

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$sbk3
W = 0.97172, p-value = 0.023

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$sbk4
W = 0.96164, p-value = 0.003746

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$int
W = 0.9558, p-value = 0.001398

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$op
W = 0.92606, p-value = 1.779e-05

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$sage
W = 0.93013, p-value = 3.056e-05

Shapiro-Wilk normality test
data:  formodel$hhh
W = 0.56567, p-value = 3.383e-16
```

Додаток Щ, Скрипт Щ1. Побудова та перевірка якості регресійної моделі

```
model <- lm(
  formula = hhh ~ bndr_G + sbk1 + sbk2 + sbk3 +
    sbk4 + int + age,
  data = formodel
)
summary(model)

qqPlot(model, labels = row.names(formodel), simulate = TRUE)

library (jtools)
summ(model)
plot_summs(model, scale = TRUE, inner_ci_level = .9)

library (car)
durbinWatsonTest((model))
crPlots((model))

ncvTest((model))

spreadLevelPlot(model)

library(gvlma)
summary(gvlma(model))
sqrt(vif(model))>2
```

Додаток Щ, Таблиця Щ1. Результати перевірки незалежності помилок

```
> durbinWatsonTest ( (model) )  
  
lag Autocorrelation D-W Statistic p-value  
1 -0.01936518 2.01866 0.944  
Alternative hypothesis: rho != 0
```

Додаток Щ, Таблиця Щ2. Результати перевірки гомоскедантичності моделі

```
> ncvTest((model))
```

```
Non-constant Variance Score Test
```

```
Variance formula: ~ fitted.values
```

```
Chisquare = 44.23108, Df = 1, p = 2.9181e-11
```

Додаток Щ, Таблиця ЩЗ. Результати глобальної перевірки допущень

Call:

```
gvlma(x = model)
```

	Value	p-value	
Global Stat	83.610786	0.000e+00	
Skewness	47.896086	4.494e-12	
Kurtosis	35.639347	2.374e-09	
Link Function	0.067854	7.945e-01	
Heteroscedasticity	0.007499	9.310e-01	
			Decision
Global Stat	Assumptions NOT satisfied!		
Skewness	Assumptions NOT satisfied!		
Kurtosis	Assumptions NOT satisfied!		
Link Function	Assumptions acceptable.		
Heteroscedasticity	Assumptions acceptable.		

