МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки

кафедра психології та соціології

**Герасименко О.В.**

**Кваліфікаційна магістерська робота**

**Соціальні мережі як чинник соціалізації сучасної молоді**

**Сєвєродонєцьк**

**2018**

**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

# Факультет\_\_\_\_Гуманітарних наук, психології та педагогіки\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(повне найменування інституту, факультету)

# Кафедра \_\_\_Психології\_та соціології\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(повна назва кафедри)

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

**до кваліфікаційної магістерської роботи**

**освітньо-кваліфікаційного рівня**\_\_\_\_магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(бакалавр, спеціаліст, магістр)

напряму підготовки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_054 «Соціологія»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва напряму підготовки)

спеціальності \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_054 «Соціологія»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва спеціальності)

**на тему: «Соціальні мережі як чинник соціалізації сучасної молоді»**

Виконав: магістрант групи СЦ -16дм Герасименко О. В.

Керівник: д. психол. н., проф. Гарькавець С. О.

Рецензент:

д.соціолог.н., проф. Кононов І. Ф.

Нормо-контроль:

к. психол. н., доц. Лосієвська О. Г.

Завідувач кафедри психології та соціології:

д. психол. н., проф. Бохонкова Ю. О.

Сєвєродонецьк – 2018

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

# Факультет Гуманітарних наук, психології та педагогіки\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_Психології та соціології\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Освітньо-кваліфікаційний рівень \_\_\_\_\_\_\_\_\_магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(бакалавр, спеціаліст, магістр)

Напрям підготовки\_\_\_\_054 «Соціологія»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# (шифр і назва)

# Спеціальність\_\_\_\_\_\_\_\_054 «Соціологія»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# (шифр і назва)

|  |
| --- |
| ЗАТВЕРДЖУЮ **Завідувач кафедри** психології та соціології Бохонкова Ю. О. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  “\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 року |

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

**Герасименко Олексію Володимировичу**

**Тема роботи: «**Соціальні мережі як чинник соціалізації сучасної молоді**»**

1. Cпец. завдання **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**
2. Керівник роботи:Гарькавець С.О., д. психол. н., проф., ( прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу № 179/42 від 02 жовтня 2017 р.

3. Вихідні дані до роботи:обсяг роботи - 73 сторінки (1,5 інтервал, 14 шрифт з дотриманням відповідного формату), список використаної літератури оформлюється згідно з бібліографічними нормами Ф-23, додатки.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): В кваліфікаційній магістерській роботі були розглянуті такі питання як:

1. Визначити особливості Інтернету як соціокультурного феномену та проаналізувати сучасні практики користування соціальними мережами.

2. Охарактеризувати процес соціалізації молоді в Інтернеті.

3. Вивчити ставлення сучасної молоді до соціальних мереж як чинника соціалізації.

4. Виявити зв'язок між мірою активності молоді в соціальних мережах і сформованим типом ціннісних орієнтацій.

Для вирішення поставлених завдань був використаний комплекс методів дослідження: аналіз спеціальної літератури з питань соціалізації; аналіз літератури по проблемах Інтернет-простору і соціальних мереж; анкетування користувачів соціальної мережі «Facebook» на тему «Думка молоді про вплив соціальних мереж на соціалізацію».

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслеників): таблиці, рисунки, сегментограми, діаграми.

6. Консультанти розділів роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
| **1.** | Бохонкова Ю. О. – д. психол. н., проф., завідувач кафедри психології та соціології | 23.10.17 р. |  |
| **2.** | Бохонкова Ю. О. – д. психол. н., проф., завідувач кафедри психології та соціології |  |  |
| **3.** | Бохонкова Ю. О. – д. психол. н., проф., завідувач кафедри психології та соціології |  | 22.01.18р. |

7. Дата видачі завдання «02» жовтня 2017 р.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№**  **з/п** | **Назва етапів дипломного проектування** | **Строк виконання етапів** | Примітка |
| 1 | Визначення проблеми дослідження та розроблення плану кваліфікаційної магістерської роботи | 23.10.17 р.- |  |
| 2 | Аналіз літератури за проблемою. Робота над теоретичною частиною дослідження. |  |  |
| 3 | Розробка діагностичного інструментарію та проведення констатувального експерименту |  |  |
| 4 | Узагальнення результатів констатувального експерименту |  |  |
| 5 | Розробка програми соціально – психологічного тренінгу, спрямованого на формування рефлексії смисложиттєвих орієнтацій майбутніми фахівцями банківської сфери |  |  |
| 6 | Проведення повторного тестування та оцінка ефективності корекційних заходів |  |  |
| 7 | Підготовка кваліфікаційної магістерської роботи до захисту та захист роботи |  | 22.01.  2018 р. |

**Магістрант Герасименко О.В.**

**Керівник роботи проф.** **Гарькавець С.О.**

**РЕФЕРАТ**

Текст – 73 с., рис. – 2, літератури – 75 джерел, додатків – 2

В кваліфікаційній магістерській роботі представлені результати соціологічного дослідження щодо виявлення негативних та позитивних сторін спілкування в соціальних мережах та їх вплив на особистість, вивчили вплив віртуальних соціальних мереж на процес соціалізації сучасної молоді.

Також представлено комплекс методів дослідження: аналіз спеціальної літератури з питань соціалізації; аналіз літератури по проблемах Інтернет-простору і соціальних мереж; анкетування користувачів соціальної мережі «Facebook» на тему «Думка молоді про вплив соціальних мереж на соціалізацію».

Ключові слова: МОЛОДЬ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ІНТЕРНЕТ, СОЦІАЛІЗАЦІЯ, ВПЛИВ, ФАКТОРИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ, СПРИЙНЯТТЯ, ЗАЛЕЖНІСТЬ, СТЕРЕОТИП , ЦІННОСТІ, СОЦІАЛЬНА УСТАНОВКА.

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП…………………………………………………………………………2

РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ……………………………………………………………….5

1.1. Інтернет як соціокультурний феномен …………….…………………..5

1.2. Віртуальні соціальні мережі, сучасні практики користування………11

1.3. Соціалізація молоді за допомогою інтернету…………………………20

1.4. Вплив соціальних мереж на формування сучасної молоді………….26

Висновки до першого розділу………………………………………………28

РОЗДІЛ 2. ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЯК ЧИННИК СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ»……………29

Висновки до другого розділу……………………………………………….37

РОЗДІЛ 3.РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ……………………………………………………………..39

3.1. Аналіз результатів анкетного опитування…………………………….39

3.2. Результати опитування за методикою Р.Інглхарта…………………...47

3.3. Загальні підсумки соціологічного дослідження………………………50

Висновки до третього розділу………………………………………………55

ВИСНОВКИ………………………………………………………………….57

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ……………………………….61

ДОДАТОК А ………………………………………………………………...68

ДОДАТОК Б …………………………………………………………………73

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** У нинішньому світі більш ранні засоби комунікації це усне слово, лист, книга, телефон, ці засоби втрачають свою актуальність. Ці комунікації легко замінює всесвітня павутина. Останнім часом ми можемо спостерігати сучасний етап розвитку українського постіндустріального суспільства, пов’язаний з формуванням інформаційної цивілізації. Соціокультурне оточення значно трансформувалося в результаті зміни системи цінностей, а також через появу нового типу інформаційно-комунікативного простору – Інтернету. Інформаційна цивілізація надала суспільству величезні обсяги інформації в зрозумілій для сприйняття формі – у виді соціальних мереж. Дане явище набирає обертів з часів його появи і до сьогодні. Тому є очевидним зв’язок між процесами трансформації соціально-ціннісних орієнтацій сучасної молоді і суттєвим впливом на неї інформації всередині соціальних мереж.

На жаль, інформація в наш час перестала надавати цінність знання, оскільки засвоєння, запам’ятовування і застосовування відійшло на другий план. Носієм знання, більшою мірою, стало джерело зберігання і обміну інформацією, а не людина і книга, як це традиційно було раніше.

Перші роботи, присвячені вивченню віртуалізації і інформатизації суспільства, а також впливу медіа на становлення і розвитку сучасного суспільства представлені в роботах М. Кастельса і М. Маклюэна. Зміни, що сталися в результаті інформатизації суспільства висвітлені в роботах К. Аксаузена, М. Беррі, Д. Вінсента, Ю. Данько та ін.

Дослідники зазначають, що основним соціальним активом постіндустріального суспільства є молодь, яка більшою мірою пізнає світ за допомогою засобів масової інформації, комунікації і соціальних мереж Інтернет. Значною мірою на молодь впливає інформація, яку вона здобуває з соціальних мереж. Основна функція комп'ютерної мережі - це інформування суспільства. Актуальність вибраної теми цього дослідження обумовлена тим, що росте число людей різного віку, які користуються різними соціальними мережами. У останні десятиліття спостерігається інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних, комп'ютерних, електронних, цифрових і Інтернет-технологій. Сучасні технології впроваджуються буквально в усі сфери людської життєдіяльності, а у багатьох з них стають просто незамінними, в результаті кардинально трансформуючи наше суспільство, виробництво і побут. Особливо яскраво на тлі бурхливого розвитку цих технологій виділяється всесвітня глобальна мережа Інтернет, оскільки сучасний Інтернет - це, в першу чергу, інформація, а інформація у нашому світі, як відомо це дуже потужне знаряддя, іноді навіть зброя.

**Об'єктом дослідження** є процес соціалізації особистості.

**Предметом дослідження** виступають соціальні мережі як чинник соціалізації сучасної молоді.

**Мета роботи** - виявлення негативних та позитивних сторін спілкування в соціальних мережах та їх вплив на особистість, вивчити вплив віртуальних соціальних мереж на процес соціалізації сучасної молоді.

**Завдання дослідження :**

1. Визначити особливості Інтернету як соціокультурного феномену та проаналізувати сучасні практики користування соціальними мережами.

2. Охарактеризувати процес соціалізації молоді в Інтернеті.

3. Вивчити ставлення сучасної молоді до соціальних мереж як чинника соціалізації.

4. Виявити зв'язок між мірою активності молоді в соціальних мережах і сформованим типом ціннісних орієнтацій.

Для вирішення поставлених завдань був використаний комплекс методів дослідження: аналіз спеціальної літератури з питань соціалізації; аналіз літератури по проблемах Інтернет-простору і соціальних мереж; анкетування користувачів соціальної мережі «Facebook» на тему «Думка молоді про вплив соціальних мереж на соціалізацію».

**Новизною роботи** є те, що соціальні мережі стають потужним чинником вторинної соціалізації людини та безпосередньо впливають на формування ціннісних орієнтацій людини, а їхнє вивчення доповнює наукові дані щодо особливостей впливу соціальних мереж на індивідів. Шляхом використання анкетних даних, бесід з молодими людьми, які користуються різними соціальними мережами ми розширили соціологічне підґрунтя щодо вивчення ролі інформаційного середовища у процесі соціалізації сучасної молоді.

**Гіпотеза дослідження** ґрунтується на ідеї про те, що диктуються в соціальних мережах зразки поведінки сприяють переважанню формування матеріалістичних цінностей у сучасної молоді.

**Теоретичне значення дослідження**: соціальні мережі з точки зору позитивного і негативного впливу на соціалізацію сучасної молоді є недостатньо вивченими, що дозволяє нам окреслити нові можливості використання соціальних мереж як площини для самоосвіти та саморозвитку, або навпаки.

**Практичне значення дослідження** полягає в тому, що в ньому застосовується методика аналізу матеріалістичного світогляду Р. Інглхарта. Цей метод дозволив визначити поширеність відповідних типів ціннісних орієнтацій серед молоді.

**РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

**1.1. Інтернет як соціокультурний феномен**

Дослідження людських взаємодій, опосередкованих комп'ютерними мережевими технологіями, розпочалося у 80-х роках. Початкові інтуїтивні подання мереж спочатку виникли при вивченні алгебри, теорії графіків та теорії ймовірностей. На основі математичних методів у соціології були розроблені специфічні мережеві методи, які сприяли включенню соціологічних понять в концептуальну основу інших дисциплін. Саме сучасне розуміння Інтернету та його параметрів складалося з початку злиття комп'ютерів в Інтернеті в 1960-х роках. Проте до сьогодні послідовне тлумачення сутності процесів, які визначають інформаційно-комунікаційні технології, Інтернет є проблематичним, оскільки самі технології є багатовимірними, основні категорії не визначені. У рамках цієї роботи, на основі системно-функціональної методології дослідження ми проведемо комплексний аналіз концепцій, пов'язаних із явищем, що традиційно означає Інтернет, зокрема Інтернет, Інтернет-зв'язок та інші, ми розробимо робочу систему основних визначень. Сьогодні Інтернет формує глобальний інформаційно-комунікаційний простір, слугуючи фізичною основою для Інтернету та безліччю систем передачі даних, що визначає кілька рівнів своїх досліджень: комунікаційну та комунікативну. Всі рівні комунікації в мережі знаходяться в системно-функціональному взаємозв'язку та взаємозалежності. Можна також відзначити синергетичну природу такого багаторівневого спілкування [11].

Ще в 1902 році відомий соціолог Ч. Кулі писав: «Людину можна уявити як точку переплетення будь-якої кількості ліній, що позначають соціальні групи, а кількість рядків відповідає кількості груп, до яких належить особа» [54, с. 554].

У другій половині ХХ століття соціальні мережі почали активно розвиватися як наукове поняття, спочатку вони стали популярними на заході, а згодом до нас приїхали. Тоді це просте професійне поняття соціологів перетворилося на модну концепцію, яка є однією з центральних концепцій в Інтернеті, яку вперше представив Том О'Райлі 30 вересня 2005 року у своїй статті «Tim o'Reilly - What is the Web 2.0». Першими комп'ютерними соціальними мережами, як не дивовижно, були ті ж групи людей, які використовували для створення та підтримки соціальних зв'язків засобів комп'ютерного спілкування, які стали електронною поштою. Це сталося 2 вересня 1971 року, коли перше повідомлення було відправлено на віддалений комп'ютер, а перші користувачі соціальної мережі стали військовими в мережі ARPA.net. Це був перший крок до створення Інтернет та сучасних соціальних Інтернет-мереж [15].

Сьогодні комунікативні характеристики Інтернету стають все більш значущими. Його вплив на антропоцентричне, соціальне спілкування не можна заперечувати - в 2011 році Організація Об'єднаних Націй прирівнювала до свободи слова на свободу доступу до Інтернету.

В гуманітарних дослідженнях, незважаючи на те, що сформовано досить велику емпіричну основу для вивчення Інтернету як феномену соціального спілкування, переважає технологічний підхід. Різноманітність форматів спілкування в інтернеті визначає і безліч варіантів інтерпретації концепції. Е.І. Горошко [22, с. 11-27] зазначає, що «якщо розглядати конкретну сторону Мережі, то зазвичай це стосується послуг Інтернету - певних послуг, що надаються мережею, в той же час, вони базуються не тільки на технологічних факторах - правилах та функціях обміну даними (протоколи), а також соціальні потреби користувачів мережі, для якої вони були створені та розроблені».

А. В. Соколов[59] пропонує підхід, який здається типовим для загальних проблем визначення Інтернету. Так, він визначає цю концепцію, спираючись на деякі особливості Інтернету. На думку вченого, Інтернет є глобальним каналом зв'язку, що забезпечує в усьому світі мультимедійні повідомлення, громадський склад інформації, світова бібліотека, архів, інформаційне агентство, допоміжним засобом соціалізації та самореалізації особи і соціальної групи шляхом спілкування з зацікавленими партнерами, всепланетного клубу ділових партнерів. А. В. Соколов, будучи соціологом і прагнучи запропонувати максимальне об'ємне формулювання описує однак лише комунікативні, але не комунікативні функції та особливості Інтернету, які характеризують його як комунікативне явище. Зокрема, повідомлення в Інтернеті - це не тільки мультимедіа. Основною інформаційною технологією, яка дозволяє записувати вербальну інформацію, є гіпертекст Інтернету. Будь-який процес спілкування відбувається в просторі та в часі. Функція допоміжних засобів соціалізації та самореалізації особи і соціальної групи, обмежена виключно спілкуванням із зацікавленими партнерами, відображає лише один аспект концепції Всесвітньої павутини [59].

Підсумовуючи характеристики мережі, вчений робить висновок: «Інтернет - це глобальна комп'ютерна мережа соціальної та комунікаційної мережі, призначена для задоволення потреб в особистих та групових комунікаціях за допомогою телекомунікаційних технологій».

Визначення мережі як «соціальної та комунікаційної» не цілком правильне: здійснення соціального рівня спілкування неможливе в фізичній інфраструктурі Мережі. Покладання на використання телекомунікацій, яке Інтернет словник визначає як форму спілкування, спосіб передачі інформації на великі відстані, це нічого не пояснює з точки зору конкретного забезпечення спілкування, як це було зроблено в вищезазначених офіційних визначеннях [47].

Остання суміш концепцій різних рівнів (інфраструктура та комунікативний простір антропоцентричного спілкування), визначення Інтернету як «комп'ютерної мережі» характерно для більшості досліджень.

Опис функцій Мережі є винятковим, як комунікативний - спілкування «між окремими особами та цілими народами без державного втручання» або інших соціальних функцій інформації, комунікації, представника, конструктивізму, реабілітації, консолідації, інтеграції без особливостей комунікації в Інтернеті.

Слід зазначити, що незважаючи на велику кількість досліджень, що відображають визначення комунікації Мережі, загальноприйняті комунікативні та сінергетичні визначення ще не були запропоновані, що цілком зрозуміло, оскільки соціальна складова комунікації формується стихійно та непередбачено [7].

Розвиток Інтернету, формування гарних практик призвело до розширення проблемної сфери досліджень, появі спеціалізованих областей. Аналіз сучасних досліджень феномена Інтернету та комунікативного простору, що випливає з нього, дозволяє розрізняти кілька основних підходів до його вивчення, які продовжують дослідження традицій XX століття. Отже, Інтернет розглядається як новий об'єкт суспільства, його розвиток тягне за собою соціальні зміни, тобто технології та інформація визначають новий тип соціальної системи. Також в контексті класичних інтерпретацій розвивається ідея про те, що Інтернет є обов'язковим компонентом глобального суспільства принципово нового типу [11].

Приватний підхід реалізується в дослідженнях «World Wide Web» як віртуальний образ реального світу, а також не забезпечує всебічного розуміння суті Інтернету. Коли мережа розвивається, місцеві підходи та концепції, зокрема лінгвістичні, інтенсивно розвиваються у зв'язку із зростанням інтересу вчених до цього явища.

Загальними проблемами усіх вищезгаданих підходів є: відсутність послідовної теоретичної та методологічної основи та їх переважно прогностичний характер. Таким чином, незважаючи на різноманітність досліджень у «World Wide Web», не було запропоновано системного комплексного міждисциплінарного або оригінального приватного підходу, який міг би послужити основою для формування адекватного уявлення про феномен Інтернету.

Ми пропонуємо вказати сутність комунікативного явища, що традиційно означає термін «Інтернет». Отже Інтернет:

- інформаційно-комунікаційні технології, технічною базою якої є глобальна інформаційна комп'ютерна мережа, глобальна асоціація локальних мереж, шлюзів, серверів та комп'ютерів, яка використовує єдиний набір правил та процедур (протоколів), які регулюють реалізацію зв'язки між ними. Технологічна база - Інтернет, WWW (скорочення від англійської Всесвітньої павутини - World Wide Web, глобальний інформаційний простір, заснований на фізичній інфраструктурі Інтернету) - всесвітня система комп'ютерного зв'язку, що здійснюється з використанням символічна мова машинних кодів у різних формах і забезпечує можливості спілкування;

- інформаційно-комунікативний простір, який формується на базі апаратно-програмної інфраструктури в результаті набору процесів спілкування всіх суб'єктів (для позначення інформаційно-комунікативного простору Інтернету як виключно антропоцентричного, здається повинен бути не правильним, оскільки серед суб'єктів комунікації є не тільки користувачі[25].

Ці дані представляють інтерес для тих, хто є користувачем Інтернету. Дослідники розділяють їх на кілька категорій: випадкові відвідувачі; регулярні користувачі певних ресурсів; Інтернет-працівники; тих, кого можна назвати «мешканцями Інтернету». Середній вік користувача мережі становить 35,1 року [75].

Користувачі мережі мають високий рівень освіти, з високим рівнем доходу. Найбільша категорія - це категорія користувачів, які займаються освітою, а потім категорія користувачів, діяльність яких пов'язана з комп'ютерами, а потім професіоналами в різних галузях.

Можливість вільного доступу до інформації та інших продуктів та ресурсів, що поширюються на електронних носіях Мережею, створює умови для непрямої взаємодії користувача Інтернету зі світом та його існування у віртуальному просторі Інтернету. Інтернет створює для своїх користувачів особливий культурний простір.

Так само, як Земля живе мільйонами людей, Інтернет «населяє» мільйони комп'ютерів, які через використання єдиного протоколу для обміну інформацією та спеціальної системи адресації (IP-адреси, доменні імена), ідентифікують та знаходять один одного. Взаємодія в Інтернеті призвела до появи багатьох «віртуальних світів», предметом яких є реальні і віртуальні індивіди, групи та спільноти. Під реальними людьми тут треба розуміти користувачів, які йдуть в Інтернет за своїм ім'ям [18].

Інтернет - це не лише сфера спілкування, але і велика бібліотека, де ви можете знайти тексти на будь-яку тему. У той же час Інтернет надає користувачеві можливість самостійно вирішувати, яка інформація корисна для нього, і навпаки. Відсутність зовнішніх обмежень на інформацію, ймовірно, є однією з найбільш привабливих її рис. Проте неконтрольований доступ до інтернет ресурсів тягне за собою серйозну потенційну небезпеку для людей. Глобальна мережа містить велику кількість ресурсів порнографічного вмісту, які демонструють та сприяють різним формам насильства, популяризують різні способи маніпулювання свідомістю, нав'язують містицизм, расизм, сексизм та інші [12].

У просторі Інтернету існує певна кримінальна складова, яка включає різноманітні ресурси: з одного боку - сайти терористичних організацій та груп та різні екстремістські та радикальні рухи, з іншого - казино, ігрові автомати, бет-офіси, тоталізатори, організована злочинність .

Все більш вагомим завданням є вивчення всього різноманіття діяльності молоді у віртуальному просторі та визначення можливостей контролю суспільства за відхиленнями в соціалізації, спричинені новими можливостями віртуального спілкування [57]. З раннього віку необхідно навчити етику поведінки у віртуальному просторі на основі системи суспільних цінностей. Можна назвати типи соціальної активності, найчастіше зустрічаються у віртуальному просторі, а саме: участь у чатах та форумах; участь у соціальних мережах; участь у інтерактивному голосуванні, створення власного сайту; створення приватного блогу тощо. Перелічені типи соціальної діяльності вимагають вивчення їх мотивації та створення умов для їх позитивної самореалізації у віртуальних контактах [8].

**1.2. Віртуальні соціальні мережі: сучасні практики користування**

Один із засновників кібернетики Норберт Вінер розповів про можливість виникнення віртуальних комунікативних спільнот. Вважається, що вперше інтернет спільнота вийшла з сайту WELL. Сьогодні ми можемо говорити про наступні тематичні сайти, які в силу своєї специфіки робляться різними віртуальними спільнотами.

Форуми - це Інтернет-сайти , де збираються люди, об'єднані одним хоббі або ідеєю, і спілкуються за цікавою темою. Кожен пост на форумі має автора, тему та власний контент. Для того, щоб надіслати повідомлення на форум, вам просто потрібно заповнити відповідну форму на сайті. Основна особливість форуму полягає в тому, що повідомлення в ньому об'єднуються в tredi (з англійської нитки – «thread»). Коли ви відповідаєте на форумі на якесь повідомлення, ваша відповідь прив'язана до оригінального повідомлення, послідовність таких відповідей, відповіді на відповіді і т. д, і створює протектор, в результаті форум - це деревоподібна структура, що складається з лапок [13].

Чати - це веб сайти, які взаємодіють онлайн під час бесіди в реальному часі. Вміст чату існує лише «тут і зараз» - чат виглядає як вікно, в якому відбувається потік повідомлень від усіх учасників чату. На відміну від форумів, люди спілкуються по різним темам у чатах.

Блоги - це свого роду веб сайти, які представляють собою буденний щоденник, який керує один користувач і призначений для читання та коментування інших користувачів Інтернету.

Найбільшим явищем Всесвітньої павутини є формування мережевих спільнот та соціальних мереж. Термін «віртуальна спільнота» (віртуальне або мережеве суспільство) був розроблений Г. Рейнгольдом і дав йому таке визначення: «Віртуальні спільноти - соціальні асоціації, що виростають з Інтернету, коли група людей тривалий час підтримує відкриту дискусію і по-людськи, з метою формування мережі особистих відносин у кіберпросторі» [3].

Термін «соціальна мережа» став широко поширеним у різних сферах людської діяльності. Проаналізувавши роботи з таких предметів, жорсткі дискусії, які продовжуються і донині, можна визначити «соціальну мережу» в різних науках [15].

Термін «соціальна мережа» в 1954 році був представлений англійським соціологом з Манчестерської школи Джеймсом Барнсом у збірці творів «Людські відносини» [15]. За цим терміном він висловив думку про те, що суспільство є складним переплетінням відносин. Отже, також Д. Барнс досліджував взаємозв'язок між людьми, використовуючи візуальні діаграми, в яких люди зображуються у крапках. І зв'язки між ними - лінії. Сучасне поняття в його найпростішому вигляді означає певне коло знайомих людей, де сама людина є центром соціальної мережі, його друзі - гілки цієї соціальної мережі та відносини між цими людьми [19].

Соціальні мережі - види веб сайтів, які призначені для побудови, картування та організації соціальних відносин.

Соціальні мережі - це інтерактивний веб сайт для багатьох користувачів, вміст якого заповнюється членами мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, яке дозволяє спілкуватися з групою користувачів, об'єднаних спільними інтересами. Існують також соціальні мережі для пошуку не лише людей за інтересами, а й самими об'єктами цих інтересів, веб сайтами, слуханням музики тощо. Зазвичай на веб сайті мережі ви можете вказати інформацію про себе (день народження, школу, коледж, улюблені класи і так далі), що дозволить обліковому запису користувача знаходити інших учасників [18].

Є відкриті та закриті соціальні мережі. Однією з звичайних особливостей соціальних мереж є система «друзів» та «груп».

Соціальна мережа створює умови для відкритості та свободи розуміння суспільних подій. Як і будь-які технічні засоби, мережа використовується людьми для різних цілей. Наповнення соціальної мережі є показником розвитку суспільства. Вона діє як засіб інформаційних воєн, маніпулювання людьми, соціалізація, виховання дітей, підлітків та молоді.

На думку Бергера та Лукмана, саме в процесі соціалізації лежать можливості кардинальних реконструкцій та побудови людської поведінки. І з початком процесів віртуалізації соціалізація, особливо молода, заслуговує на особливу увагу [6].

Віртуальний світ, в який входять молодь, надає їм додаткову свободу вираження своїх емоцій, почуттів, ставлень, поглядів, подолання різних внутрішніх і зовнішніх конфліктів, що виникають у реальному житті в сімейних відносинах та у відносинах з однолітками.

Соціальні мережі, що наводять класичні інститути соціалізації - сім'ї, школи, друзів, займають лідируючі позиції в процесі соціалізації молоді та безпосередньо впливають на його ціннісні орієнтації.

Оскільки ціннісні орієнтації молоді як соціально-демографічних груп знаходяться в процесі формування та потребують певного часу для інтерналізації, молодь дуже залежить від різних зовнішніх чинників, включаючи Інтернет зв'язок. Під дією мережевого суспільства змінюється стиль життя (звичайні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємодій, структура дозвілля), інтенсивний розвиток нових моделей взаємодії з навколишнім середовищем [29]. І, звичайно, все це впливає на безперервний процес соціалізації молодої людини.

Зокрема, «соціальна мережа» в соціологічному дослідженні - це соціальна структура, що складається з групи вузлів, які є соціальними об'єктами (спільнотою, соціальною групою, людиною, особою, індивідуумом). Психолог А. Войскунський, виступаючи проти думки користувачів, визначає «соціальну мережу» як особливий тип соціального спілкування, спрямованого на взаємодію користувачів Інтернету, з метою задоволення потреб спілкування, знайомства, передачі та отримання інформації [14]. Дослідник К. Лєтто стверджує, що «соціальна мережа» - це структура, заснована на людських взаєминах або взаємних інтересах. Як інтернет-сервіс, соціальна мережа може розглядатися як платформа, за допомогою якої люди можуть спілкуватися один з одним і об'єднувати їх у конкретні інтереси. Метою сайту є надання користувачам усіх можливих способів взаємодії один з одним - відео, чати, зображення, музика, блоги та інше. За словами В. М. Сазонова, під соціальною мережею розуміється чимало дійових осіб (агентів), які можуть взаємодіяти один з одним і зв'язки між якими є соціальними, тобто дружба, спільна робота або обмін інформацією [75].

За даними Є.В. Найштетік, соціальна мережа може бути визначена як соціальна структура, створена об'єднаними одним або кількома ознаками взаємозалежності з вузлами, які в основному представлені окремими членами або організаціями. Дослідник зазначає, що соціальні мережі можуть бути створені на тлі спільності цінностей, дружби, спорідненості, ворожості, конфліктів, торгівлі, інтернет-з'єднань, сексуальних відносин, релігійних переконань тощо [45].

У загальному сенсі термін «соціальна мережа» означає спільноту людей, пов'язаних із загальними інтересами, спільною справою або наявністю інших причин прямого спілкування між собою.

Головним фактором асоціації користувачів у соціальній мережі є певна їх спільнота - фінансовий стан, стать, приналежність до тієї чи іншої раси, національності, релігії, професії тощо. Хоча протягом останнього десятиліття найбагатші соціальні мережі об'єднують людей, які просто використовують Інтернет [34]. Ми говоримо тут про мережі, що об'єднує людей будь-якого віку, професії, фінансове становище, звички тощо. Така соціальна мережа в сучасному сенсі.

Слід також зазначити, що всі соціальні мережі працюють за однією схемою: спочатку група перших користувачів надсилає запрошення членам соціальної мережі приєднатися до спільноти сайту. Нові учасники повторяють цей процес, водночас підвищуючи кількість учасників та мережеві з'єднання. Оскільки більшість соціальних мереж в Інтернеті є загальнодоступними, вони дозволяють підписатися на всіх зацікавлених користувачів.

З технічної точки зору соціальна мережа дозволяє користувачам Інтернету інтегруватися в соціальну мережу на основі спеціального веб-ресурсу. Інтерфейс соціальної мережі передбачає реєстрацію учасника, дає йому можливість заповнити свій вміст у соціальній мережі у вільному режимі, вести блог, який також може вільно коментувати інші учасники соціальної мережі. М. П. Лукашевич називає ці ознаки соціальної мережі: образ в ній має дати уявлення про цілісну людину (це повинно бути дозволено за допомогою служби), вона повинна бути побудована зв'язком між учасниками, а також вхід в неї повинен бути дуже просто: « Стати членом тієї чи іншої мережі немає нічого простішого, два або три клацання миші - і ви в матриці» [44]. В.Д. Винник вважає, що терміни «спільнота» і «соціальна мережа» не ідентичні один одному [16]. Соціальна мережа є проміжним етапом існування групи між аудиторією та спільнотою. Різниця в аудиторії від соціальної мережі - відсутність зв'язків між членами групи, різниця в спільноті - спільні дії її членів для досягнення спільної мети. Оскільки соціальна мережа є перехідною формою, вона повинна постійно відтворювати себе, оскільки взаємодія повинна зберігатися. Основними особливостями соціальної мережі, на думку дослідника, є: наявність набору користувацьких позицій в системі (адміністратор, модератор, учасник тощо), наявність відносин між позиціями, наявність ресурсів [33].

Соціальна мережа є, мабуть, ідеальною платформою для розміщення аматорського медіа в Інтернеті: публікація є автоматичною та вимагає мінімальних знань, аудиторія сервісу велика, і користувач для розміщення інформації зазвичай нічого не платить [17]. Не слід забувати про згладжування користувача (ви не повинні говорити про повну анонімність). Приєднання до соціальної мережі зазвичай безкоштовне. Ця модель є типовою для більшості веб сайтів, але соціальні мережі ідеально підходять для залучення максимальної аудиторії, оскільки користувач має подвійну мотивацію для приєднання. По-перше, це бажання знайти нових друзів та однодумців, відновити давні зв'язки та підтримувати існуючі - цілком природно для будь-якої людини, соціального буття за визначенням. А по-друге, користувачі раді створювати щось цікаве в Інтернеті, таким чином залучаючи інших користувачів і залучаючи їх до цього процесу. Від власників служб тільки потрібно дати їм можливість публікувати вміст - тексти, фотографії, аудіо та відео, анімацію, посилання на внутрішні або зовнішні ресурси тощо, а також можливість спілкування один з одним. Тому кожна соціальна мережа надає широкі можливості для публікації всіх видів інформації, обмежуючи її лише змістом (зазвичай заборони не відрізняються від законодавчих) [71].

Перша поява соціальних мереж з'явилася десь у середині 90-х років ХХ століття. З'явились наступні веб-інструменти, які дозволяли користувачам підключатися на одному сайті. Спочатку користувачі об'єднувалися для побудови та підтримки ділових контактів. Пізніше існували форуми, так би мовити за інтереси. Деякі мережі були буквально закритими клубами, інші щасливі відкрили для себе всі двері [40].

І в 1995 році перша, близька до сучасної, соціальної мережі Classmates.com, яку створив Ренді Конрадс [15], власник однокласників Online.Inc. На першому етапі однокласники не були популярними, оскільки не існувало функцію створення профілю та можливість додавати певну людину до друга. Мережа дозволила побачити лише список навчальних закладів та людей, які там навчалися. Однак цей сайт став стимулом для наступного розвитку новітніх соціальних мереж.

І вже в 1997 році Ендрю Вайнрех запустив першу повну соціальну мережу SixDegrees [64]. Творець цієї соціальної мережі прагнув довести «теорію шести рукостискань», суть якої полягає в тому, що дві з кожної людини на Землі пов'язані ланцюгом знайомств з максимум шістьма людьми. SixDegrees набув поштовх у популярності, оскільки пропонував функції створення власної особистої сторінки, списку та пошуку друзів. Мережа перестала існувати в 2001 році. У березні 1999 року був запущений новий проект «Живий Журнал», створений американським студентським програмістом Бредом Фіцпатріком [15]. Протягом 14 років мережа перетворилася на величезний сайт для ведення блогів і все ще дуже популярна. У LiveJournal було створено групи вперше.

Починаючи з 2001 року, почали з'являтися сайти, які почали використовувати технологію Circle of Friends. Ця форма соціальних мереж, яка широко використовується у віртуальних спільнотах, стала широко поширеною в 2002 році і процвітала з появою сайту Friendster, створеного в 2002 році Джонатаном Абрамсом. Основна мета цієї мережі відрізнялася від інших: допомогти людям знаходити нових друзів у списках своїх друзів. Але в 2003-2004 роках соціальні мережі отримали реальну популярність у всьому світі, коли почалися LinkedIn, MySpace та найбільша соціальна мережа в світі Facebook [75].

У 2003 році спільнота була представлена в новій мережі MySpace, а в 2006 році вона стала найпопулярнішою мережею у всьому світі. Мережа надала своїм відвідувачам різні можливості: створювати особисті профілі, створювати зовнішній вигляд профілю, створювати спільноти, публікувати фотографії, відео та звук. Це був популярний майданчик для музикантів. На жаль, більш сучасні та успішні мережі замінили MySpace, і в 2013 році ця мережа зайняла лише 229 місце серед популярних соціальних мереж. У 2004 році Марк Цукерберг показав світ на Facebook. До 2005 року вона була перейменована в Facebook, і в 2008 році вона стала найпопулярнішою соціальною мережею у світі. І до цього дня вона зберігає лідируючі позиції у віртуальному середовищі. Початкова мета Facebook полягає у тому, щоб дати можливість студентам Гарвардського університету спілкуватися один з одним, публікувати фотографії, відео, бути в курсі подій [75].

У 2006 році Джек Джерсі запустив новий проект Twitter. Унікальність цієї мережі полягає в тому, що користувач може надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів) [75].

Першими великими соціальними мережами країн СНД стали «Однокласники» та «Вконтакте». Проект «Однокласники» розпочався 4 березня 2006 року. Основним завданням Альберта Попкова було пошук однокурсників, випускників. Трохи пізніше, 10 жовтня 2006 року, була запущена соціальна мережа «Вконтакте». Спочатку сайт позиціонувався як соціальна мережа для випускників вищих навчальних закладів. На даний момент вона є найпопулярнішою і найбільш відвідуваною соціальною мережею країн СНД [75].

Основна відмінність віртуальних мереж від реальних соціальних груп полягає в наступному: соціальний статус користувачів Інтернету, які беруть участь у будь-яких обговореннях, перестає бути чинником, який визначає їх поведінку. У реальному ж соціальному просторі будь-яка соціальна роль накладає на дії актора різні формальні обмеження. Соціальні мережі, на відміну від інших типів веб сайтів, перерахованих нами, дозволяють користувачам не тільки будувати зв'язки з іншими особами, але й керувати своїм способом. Управління шляхом створення та модифікації профілю користувача, який містить деякі особисті дані. На відміну від блогів, які використовуються переважно для публікації в Інтернеті різних типів новин, соціальні мережі зосереджені на комунікації, хоча вони також дозволяють вести блог. Більш того, сучасні соціальні мережі також є архівом різної медіавідомості, яка заповнюється безпосередньо користувачами даних віртуальних спільнот [20].

Зв'язок у соціальних мережах здійснюється за допомогою текстових повідомлень. На сьогоднішній день їх візуалізація стала популярною: текст може супроводжуватись різноманітними смайликами (смайлик – «графічне зображення для передачі емоцій або дії, що формується за підтримкою персонажів, доступних на клавіатурі», картинки, тощо. Останнім часом широкомасштабне спілкування для використання Інтернет-мейм, тобто «слова, фрази або малюнки (і т. д.), що спонтанно завоювали популярність в інтернет-середовищі шляхом всілякого розповсюдження в Інтернеті» [6].

Соціальні мережі представляють собою унікальне середовище, яке дає користувачам можливість не лише спілкуватися, але й ресурсів для самовираження та самоідентифікації. По суті, такий вид діяльності реалізується в рамках функції самопрезентації. Самопрезентація розуміється дослідниками як свідомо кероване. Надсилання певної інформації про себе або як «поведінковий вираз емоційних та когнітивних елементів I-концепції». Однак самопрезентація може відображати як компоненти реального «Я», так і несвідомі компоненти, що не дозволяє нам говорити про самопрезентацію як повністю контрольовану особистість у процесі [2].

Є різні канали для самопрезентації в соціальних мережах:

- псевдонім (nick) - це індивідуальне ім'я користувача, яке ідентифікує його в Інтернеті. Можна відображати як справжнє, так і модифіковане ім'я користувача; часто псевдонім користувача в «автономному режимі життя»;

- avatar (або userpics) - це фотографія або малюнок, що служить візуальним виразом зображення користувача;

- індикатор поточного стану (наприклад, статус);

- Розміщення творів твоєї творчості;

- розміщення фото та відеоматеріалів, як правило, пов'язано з користувачем [65].

Особливе місце в структурі самопрезентації в соціальних мережах займає різні розділи, присвячені персональній інформації; в першу чергу, такі розділи містять таку інформацію:

- інтереси, переконання;

- інформація, що відображає соціально-демографічний, статус та інші характеристики користувача (стать, вік, сімейний стан, рівень освіти, місце роботи тощо) [39].

Таким чином, основними каналами самопрезентації в соціальних мережах є текстові та мультимедійні методи (насамперед, візуальні) - розміщення фото та відеоматеріалів.

Можна прийти до висновку, що Соціальні мережі, які є причиною виникнення різних віртуальних спільнот - дуже складна система. У сучасному суспільстві віртуальні соціальні мережі, крім своєї основної комунікативної функції, також стають соціалістичною ланкою для мільйонів підлітків користувачів Інтернету. Більше того, Інтернет стає причиною виникнення конкретної віртуальної культури.

**1.3. Соціалізація молоді за допомогою Інтернету**

Соціалізація гуманітарних наук є однією з центральних областей, що підлягає інтенсивним змінам, регулярно досліджується та вдосконалюється. Термін «соціалізація» в соціології трактується як процес інтеграції особистості в суспільство, в різні типи соціальних спільнот шляхом асимілювання їх елементів культури, соціальних норм і цінностей, на основі яких формуються суспільно важливі риси індивідуальна соціалізація відбувається в людському житті, традиційні форми соціалізації містять два типи - первинні та вторинні. Первинна соціалізація виникає з дитинства в рамках сімейних зв'язків, вторинна - в рамках соціальних інститутів [75]. Бергер та Лукман розглядають соціалізацію як процес, що керується агентами соціалізації [6], інші ототожнюють соціалізацію з процесом адаптації. Традиційно соціалізація особистості відбувається через розширення каталогу спілкування, збільшення активності та розвитку самосвідомості. У всіх трьох напрямках певним чином спостерігаються тенденції посилення раціоналізації та інтелектуалізації суспільних відносин [4, с. 174-175].

Діючи як елемент соціальності, Інтернет та соціальні мережі, створені за допомогою нових інформаційних технологій, стають могутнім агентом вторинної соціалізації людини, соціалізація не тільки в мережевому суспільстві, але і в реальному суспільстві, в якому живе людина. У свою чергу, виступаючи в ролі агента соціалізації, соціальні мережі впливають на особистість та її моральний стан.

На сучасному етапі розвитку суспільства Інтернет є глобальною мережею, яка об'єднує користувачів різних організацій, державних установ та приватних фірм, а також приватних користувачів. Можливості цієї мережі все ще недостатньо зрозумілі, і можна лише здогадатися, який вплив воно на процес соціалізації сучасної молоді.

Соціалізація молоді в сучасному світі, з більш-менш очевидними рисами в певному суспільстві, в кожній з них має ряд загальних або подібних характеристик.

Процес соціалізації продовжується у взаємодії дітей та підлітків з величезною кількістю різних умов, більш-менш активно впливаючи на їх розвиток, що називаються факторами соціалізації [17].

Широке розповсюджування комп'ютерних ігор та Інтернету в останні роки призвело до серйозних змін у інформаційній культурі, появі нової субкультури інтернет-спільноти, а отже, і модернізації та трансформації культури суспільства в цілому. Відповідно зміст деяких соціальних ролей істотно змінився. Наприклад, нормою поведінки є щоденне використання інтернет-ресурсів у повсякденному житті або професійній діяльності, введення діалогу зі ЗМІ, вибірковість стосовно медіа-каналів. Очевидно, що літні люди роблять набагато кращий шлях до соціалізації, ніж молоді люди. І цілком природно, що першим важко прийняти нові або істотно змінені соціальні ролі [18]. Вживання цього твердження до проблеми розвитку Інтернету - робить його більш зрозумілою та зрозумілою вікової диференціацією користувачів. Молоді люди, які перебувають у початковій стадії вторинної соціалізації, більш схильні приймати нові соціальні ролі. Подальший розвиток Інтернету в Україні, збільшення своєї аудиторії як засобу масової комунікації, призведе до прийняття значною частиною членів громади нових соціальних ролей, які визначаються новою інформаційною культурою, користувач Мережі, активний учасник масової комунікації тощо. Важливо відзначити, що на сьогоднішній день комп'ютерна техніка досягає рівня, на якому комп'ютер та Інтернет стають агентами первинної соціалізації разом із безпосереднім середовищем для молоді [22].

Все більш вагомим завданням є вивчення всього різноманіття діяльності молоді у віртуальному просторі та визначення можливостей контролю суспільства за відхиленнями в соціалізації, спричинені новими можливостями віртуального спілкування. З раннього віку необхідно навчити етику поведінки у віртуальному просторі, заснованому на системі соціальних цінностей. Ми можемо назвати найпоширеніші види соціальної активності молоді у віртуальному просторі, а саме: участь у чатах та форумах; участь у соціальних мережах; участь у інтерактивному голосуванні, створення власного сайту; створення власного блогу тощо [25]. Перелічені типи соціальної діяльності вимагають вивчення їх мотивації та створення умов для їх позитивної самореалізації у віртуальних контактах.

Інтернет-простір як сфера самореалізації забезпечує не тільки позитивний вплив на психічне, фізичне та моральне здоров'я молодого покоління. Інтернет-ігри, наприклад, які вказують на емоційну і розумову активність дитини, часто займають багато сил, що згодом призводить до емоційного та фізичного виснаження, відмови від реальності, апатії щодо навколишнього світу, а також з приводу до вибуху негативних емоцій, надмірної дратівливості та агресії. Ці зміни відображені в навчальних заходах та для подальшого розвитку. Це стає актуальним для уточнення широти можливостей самовираження та самопрезентації, що надаються соціальними мережами [41]. Відповідь на це питання важлива не стільки для визначення значення конкретних каналів самопрезентації, скільки як якісної оцінки соціальних мереж як медіа середовища, що забезпечує ресурси для певного зростання та саморозкриття. Аналізуючи цю проблему, ми зустрічаємо протилежні точки зору. Так, Є.П. Белінська пише: «Завдяки низці об'єктивних технологічних ознак (анонімність, дистант, тілесні маркери), віртуальне спілкування надає користувачеві максимальні можливості для самовизначення» [12]. У той же час, розглядаючи можливості самопрезентації в одній із класичних і найпопулярніших соціальних мереж – «Instagram», Е. Горошко пише: «Потенціал самопрезентації за рахунок цих блогів значно обмежений». На нашу думку, можливості самовизначення особистості в соціальних мережах є дуже широкими, але вони частіше за все в природі, тоді як заплановані канали самопрезентації в соціальних мережах. Інакше кажучи, спектр можливих презентацій особистості, його I-образів є надзвичайно широким, але залежить в першу чергу від сили уяви та фантазії користувача. У той же час суто технічні засоби (канали самопрезентації) можуть бути надмірно стандартними та формалізованими, що вказує певний формат для самопрезентації та вираження.

Як частина нашого дослідження, одним із ключових питань є визначення ступеня реальності ідентичності користувачеві. Є два основні підходи до вирішення цієї проблеми. Перший з них, аналізуючи якості та характеристики соціальних мереж, походить від постмодерного розуміння віртуального простору, який визначає представлені дані віртуального простору[67]. Акцент на «постмодерністських» властивостях простору Інтернету (анонімність, множинність, гіпертекст) призводить до життя інтерпретації саморепрезентації у віртуальному просторі як варіант декількох процесів, спрямованих на створення сприятливого І-образу для інших і вирівнювання негативних атрибутів у певному соціальному контексті, в таких умовах кожен певний I-образ є свого роду «маскою».

Відмінною рисою цього розуміння є контрастний образ І-реального та віртуального образу в Інтернеті, що дозволяє нам говорити про неоднорідність реальної та мережевої ідентичності. У той же час, необхідно, щоб віртуальна особистість могла відповідати різними ознаками: як реальна, відповідати дійсності, так і характеристикам ідеального «Я» [59].

Створення віртуальної людини, на думку дослідників, може відображати незадоволеність деякими аспектами реальної ідентичності, виражати бажання реалізовувати агресивні та маніпулятивні тенденції, розчаровані сексуальні мотиви, бажання влади та контролю, бажання нових вражень - у цьому випадку, можна говорити про характер самопрезентації. Існує також виділення віртуальної особистості демонстраційної та негативної ідентичності для реалізації соціально непідтвердженої поведінки, яка неможлива в реальному житті в Інтернету [46].

Розуміння самопрезентації як складного та варіативного процесу також закріплено в класифікації К.О. Черняєва, яка виділяє наступні види ідентичності в соціальних мережах:

- конгруєнтний: віртуальна особа відповідає реальному;

- неузгоджена: віртуальна людина частково така ж, як реальна; представити як реальні, так і вигадані особистісні характеристики;

- фальшивка: соціальна мережа обрана як засіб помсти - загальні дані та частина реальної інформації вказуються, як правило, супроводжується ненормальним словником [69].

Другий підхід до аналізу самопрезентації в інтернет-просторі, навпаки, зосереджується на бажанні особистості до реальності та самоствердження і відкидає ідею побудови альтернативної ідентичності. Так, М. Соколов вказує на важливість достовірності особи в інтернет-комунікації [59]. Ю.Г.Шадських пише про невідповідність гри з ідентичністю в блогах (персональні щоденники в режимі онлайн): «Міфи про проектування та винахід псевдо особистостей в блог сфері здаються остаточно подоланими, люди не хочуть скористатися тією перевагою, яку мешканці Інтернету раніше надавали анонімність та можливість спробувати іншу соціальну маску. Гра з ідентичностью в блогах часто призводить до розкриття цієї людини» [72].

У соціальних мережах ми вважаємо, що ми можемо говорити про прагнення людини та представляти її справжні властивості. Було б неправильно стверджувати, що розглянуті властивості інтернет-комунікацій або стратегія самопрезентації в соціальних мережах взагалі не мають місця. Анонімність, а також ігрові ідентичності, можливі в соціальних мережах, але не мають значення. Основною тенденцією є самоствердження особистості. Проте в рамках відносно стабільного репрезентативного методу можливості експерименту часто фіксуються в різних практиках (вони включають зміну аватара, різну інформацію про себе), але автентичність суб'єкта не викликає сумніву, не підлягають руйнуванню основних основ суб'єкта - представленої особистості [37].

Проте статус користувача, який описується категоріями анкетування (стать, вік та інше.) зазнає певних змін в Інтернеті. Інтернет-культура зробила другий крок до десеміотізаціі реального світу, виключаючи з особливостей свого користувача природний компонент. Таким чином, особистість в інтернеті може бути зрозумілою лише єдиним способом - як суб'єктом культури, зазначає Н.В. Чудова [68]. Крім того, десеміотізацію можна сприймати як девальвацію (еквівалентність до нуля) семіотичного статусу соціальних досягнень людини та відповідну відносну рівність в Мережі. Інакше кажучи, незважаючи на дезактивацію анонімності в соціальних мережах та бажання користувача до самоствердження, значення деяких об'єктивних ознак (атрибутів), навіть самих їхніх сутностей, зменшується. А. І. Шипіцин відзначає відсутність логічного, генетичного та тематичного зв'язку між інформаційними фрагментами віртуального простору [73]. На нашу думку, результат фрагментації інформації, в якому кожен користувач стає частиною гнучкої структури, полягає у відсутності цілісності віртуального I-образу, який визначає характер самопрезентації в соціальних мережах [55].

Самопрезентація в соціальних мережах, як правило, є соціальною, що відображається в демонстрації користувача на його сторінці, його соціального статусу, рівня освіти, соціального середовища, іншими словами, користувач прагне досягти найбільшого. Успішна інтеграція в суспільство шляхом систематичного керування враженням іншого, К.О. Черняєва пише: «Віртуальність розуміється як особлива реальність, особливий світ, а іноді як міраж, розроблений з управління враженнями іншого» [70]. Подібні погляди спостерігаються і М. Соколовим. Він зазначає, що популярність інтернет-комунікацій полягає в першу чергу через неможливість побудови віртуальної ідентичності та бажання створити найбільш позитивний I-образ, в якому вирівнюються і виходять на перше місце гідність комунікації. Як пише М. Соколов, в Інтернеті подолав п'ять фільтрів зв'язку:

1) культурний - відсутність моделей вираження певних ідей і почуттів, що пропонуються грошовою культурою;

2) пізнавальна - пов'язана з обмеженими інтелектуальними ресурсами особистості;

3) моральні - пов'язані з регуляторними обмеженнями щодо передачі певної інформації певній аудиторії;

4) стратегічні обмеження виникають тому, що більшість актів передачі інформації про себе знаходяться в контексті інших подібних дій, і всі учасники взаємодії входять до неї, підозрюючи інших, що вони ведуть гру з ними, метою яких є продемонструвати краще уявлення за себе;

5) технічними обмеженнями є складність у наданні необхідної інформації всім бажаним через відсутність фізичних можливостей для досягнення мети [68].

**1.4. Вплив соціальних мереж на формування сучасної молоді**

Проблема залежності молоді від соціальних мереж актуальна в наш час. Очевидно, зараз у кожного є телефон або планшет, що дозволяє вільно користуватися Інтернетом.Кілька років тому, коли з'явилася одна з перших соціальних мереж, це спричинило справжній бум. Кожен намагався швидко створити свій обліковий запис і збільшити кількість друзів. Як слід було очікувати, проблема залежності молоді від соціальної мережі виникла з часом. Позитивною особливістю соціальних мереж була здатність створювати групи інтересів. Кожен зможе знайти те, що йому подобається, починаючи від офіційних груп улюблених виконавців, закінчуючи дискусією тропічних метеликів або модних новинок. Такі групи зручні для студентської молоді, тому що вони завжди можуть вивчати університетські новини, графіки чи завдання на теми. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та інші, дозволяють не відставати від більшості подій, що відбуваються в житті «друзів», знаменитостей [75]. Фотографії, розміщені на альбомах з останнього дня народження, відрядження, фотосесії, красномовні статуси - все це може виявитися брехнею, якщо тільки вони не опубліковані справжнім знайомим.

Зовсім недавно, нова мережа під назвою «Instagram» прийшла до українських користувачів соціальних мереж. Сенс цієї мережі дуже простий – фотографуйся і «лайкай» фото друзів.

Прикро подивитися на людей, які завжди «замерзають» на своїх телефонах. І як тільки з'являється можливість сфотографувати щось, всі негайно починають вживати заходи. Залежність молоді від популярних соціальних мереж є хворобою сучасного суспільства. І потрібно докласти багато зусиль для подолання цієї проблеми. Життя іноді нагадує знаменитий анекдот: «Я пішов у Інтернет на п'ять хвилин - через півгодини тільки прийшов». Відправною точкою сьогоднішньої молоді є те, що більшість з них проводять багато часу в Інтернеті, не спілкуючись з іншими людьми насправді. Люди стали використовувати Інтернет не як сферу для роботи, а як можливість проникати в нове життя. Інтернет може спричинити самогубство, заклик до вступу в різні секти, вимагання грошей, згвалтування та пограбування[75].

Безумовно, всі молоді люди залежні від соціальних мереж, а 50% вважають за краще спілкуватися з друзями через Інтернет, а не в реальному часі. Більшість проблем (проблем із навчанням, особистим життям, роботою) виникають тому, що люди замикаються в соціальних мережах і не встигають робити інші речі. Всі молоді люди - залежать від Інтернету, що негативно впливає на їх поведінку (більш стає агресивною), деградація, зменшення комунікативних здібностей, «відрив» від навколишнього середовища, шкідливий вплив на здоров'я[36]. Студенти більше зацікавлені в проведенні часу в соціальних мережах, ніж прогулянки з знайомими на свіжому повітрі. Але часто Інтернет стає першим помічником у вирішенні багатьох проблем: пошук нових відомостей, новини, знайомства, заробітки для деяких людей.

Авторитетні джерела повідомляють, що онлайн залежність може негативно вплинути на когнітивно-інтелектуальні здібності особи, що впливає на здатність самостійно приймати рішення. Соціальні мережі вже стали невід'ємною частиною нашого життя. Можливо, незабаром з'явиться новий різновид залежності, залежність від соціальних мереж. Особисто я сам є користувачем однієї з соціальних мереж. Це серйозна проблема для сучасної молоді та всього українського населення в цілому. Люди часто не відрізняють реального світу з віртуальним. Мережа значно впливає на психіку людей, особливо дітей, які схильні витрачати свої кишенькові гроші (а часто і гроші, зроблені без згоди батьків) на голоси, які можна обміняти на особисті оцінки або поповнювати рахунок на різні ігри [75]. Крім того, через соціальні мережі люди менш імовірно виходять на свіже повітря, спілкуються в реальності та взагалі розвиваються неправильно. Це лише деякі з загроз соціальних мереж, не всі вони можуть бути підраховані.

**Висновки до першого розділу**

Соціальні мережі включають широкий спектр можливостей спілкування, тому вони мають всі необхідні ресурси для подолання комунікативних фільтрів та створення найбільш сприятливого зображення на особистій сторінці. Інакше кажучи, соціальна мережа служить не як засіб побудови альтернативної ідентичності, а швидше за спосіб віртуалізації особистості, своєрідної його екзистенціальної експансії.

Таким чином, ми можемо зробити наступний висновок про те, що багатомільйонна мережа Інтернет з точки зору загальної комп'ютеризації також є фактором соціалізації особи, що має як позитивний, так і негативний вплив на розвиток молодого покоління.

**РОЗДІЛ 2. ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ»**

Проблемна ситуація. Соціальні мережі - це інтерактивний веб сайт для багатьох користувачів, вміст якого заповнюється членами мережі. Соціальні мережі - це одна з соціальних інститутів, які тим чи іншим чином виконують накази суспільства та окремі соціальні групи відносно певного впливу на населення в цілому, в тому числі на окремі вікові та соціальні категорії. Проте соціальні мережі мають сильний вплив на будь-яку індивідуальність та процес формування поведінки, а інформація в Інтернеті не добре організована та керована [33]. Аналіз діяльності в мережі Інтернет дозволяє відображати його вміст у формі структури, яка включає в себе ряд взаємопов'язаних компонентів: спілкування, значення, пізнавальні та поведінкові. У процесі використання соціальних мереж для спілкування у віртуальному просторі, який є компонентом комунікації, відбувається вплив на наші комунікативні процеси [44]. У процесі спілкування в соціальних мережах створюється особливий простір (віртуальна реальність) з типовим видом спілкування, де виникають нові правила та закони. Задовольняючи потребу спілкування, моральна підтримка - найважливіші потреби особистості підліткового віку. Якщо ми не можемо зустріти їх у реальному житті, то ми задовольняємося в Інтернеті, що дозволяє нам «втекти» від проблем, труднощів, що виникли на певному етапі соціалізації. Однак слід розуміти, що, незважаючи на те, що іноді деякі Інтернет-особисті дані, навіть фотографії та реальні зображення співрозмовника можна отримати в Інтернеті, вони не дають реальної картини. Анонімність спілкування в мережі Інтернет сприяє самопрезентації, що дає людині можливість не тільки створювати враження про себе за власним вибором, але й бути тим, що він хоче, часто призводячи до виникнення девіантної поведінки та агресії [19].

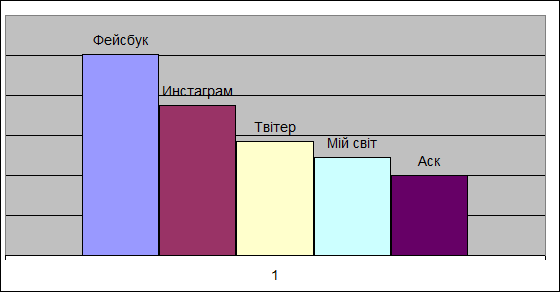


Рис. 1.1. Гістограма показників відвідування популярних соціальних мереж.

Одна з найпопулярніших соціальних мереж - Facebook, в якій зареєстровано більше 100 мільйонів користувачів. Аналіз структури цієї соціальної мережі показав, що окремі елементи носять негативний відтінок [69].

Незважаючи на те, що Інтернет як Всесвітня Інтернет мережа, безсумнівно, багато в чому корисна і полегшує діяльність сучасної людини, в той же час неоднорідна інформація та зміст, що містяться в Інтернеті, можуть мати шкідливий вплив і вплив на психіку та здоров'я людини. Особливо гостра проблема соціалізації в Інтернеті проявляється у підлітковому і старшому шкільному віці, коли відбувається активне формування пізнавальних процесів та особистісних якостей людини [45]. Пізнавальний компонент людської діяльності в Інтернеті дає можливість пошуку та асиміляції інформації підлітками, яка розміщується на веб сайтах, метою яких є розширення, поглиблення, вдосконалення власного сприйняття світу, реальної та віртуальної реальності. На відміну від інших засобів масової інформації, соціальні мережі поєднують в собі інформацію про друк, фото та відео. Використовуючи Інтернет для навчання, ми можемо сприймати ту саму інформацію через такі канали сприйняття: візуальний, слуховий, оскільки можна читати, бачити та чути, що значно покращує процес асиміляції інформації [5]. Перебуваючи у віртуальному світі та вивчаючи інформацію, розміщену в соціальних мережах, кожен з нас створює систему цінностей, яка визначає ексклюзивне ставлення до певних дій, явищ як віртуального, так і реального життя; визначає нашу поведінку та майбутню соціальну активність, що є цінним компонентом. Використовуючи соціальні мережі, ми вивчаємо певну поведінку, прийнятну для віртуального світу, і в кінцевому рахунку передаємо її в реальне життя. У соціальних мережах ми вивчаємо стереотипи та поведінкові закономірності, норми діяльності, формують нашу соціальну ідентичність, нашу власну самооцінку, яка не завжди є адекватною [7]. Це поведінковий компонент соціальних мереж. Основними особливостями Інтернету - спілкування в соціальних мережах є анонімність, відсутність невербальної інформації, встановлення бажаних особливостей партнера, добровільність, бажання нетипової, аномальної поведінки.

Свобода під час пубертатного періоду розвитку дитини є ключовим значенням, і специфіка Інтернету створює абсолютні умови для свободи вибору тієї чи іншої інформації. «Заборонена інформація» стає доступною, наприклад, за різними відео та групами з девіантним змістом, відкритим і непроникним висміхом окремих членів соціальної мережі заради розваг, позаду них [56].

Можливості інтернету барвисто і чітко з безпрецедентною відвертістю можуть виявити потужний вплив на емоційну сферу підлітка. Методи надання інформації, анонімність, правила участі в мережі, - інструменти для психологічної підтримки участі підлітка у віртуальному спілкуванні та «введення» в мережу емоційно забарвлених текстів - засіб збереження контексту розмови та її орієнтація [44]. Мережа як засіб віртуального спілкування не має напрямку або контексту розмови. Їх просять люди. Фокус може бути різним, як зазначено вище, у тому числі як соціальний, так і емоційний. Емоційний фон, що супроводжує тексти, пов'язані з тим чи іншим типом девіантної поведінки, сприяє пришвидшенню циркуляції зображень відхилень у досвід [75].

Проблема. В умовах широко поширених соціальних мереж спостерігається формування в суспільстві поняття їх негативного впливу на молодь.

Об'єкт. Молодь Северодонецька віком від 16 до 25 років, зареєстрована в соціальній мережі «Facebook»

Предмет. Ставлення сучасної молоді до соціальних мереж як фактор їх соціалізації.

Мета. Вивчити особливості ставлення молоді міста Сєвєродонецька до соціальних мереж як фактор соціалізації.

Визначити сприйняття молоддю соціальних мереж як чинника соціалізації.

Виявити цілі та причини реєстрації молоді в соціальних мережах.

Визначити ступінь залежності молоді від соціальних мереж.

Проаналізувати вплив використання соціальних мереж на формування стереотипів, цінностей, соціальних відносин.

Гіпотеза дослідження. Соціальні мережі як соціокультурний феномен мають ряд специфічних соціальних характеристик, що визначають процес соціалізації старшокласників та молоді.

Соціальні мережі сприймаються сучасною молоддю як спосіб спілкування та спосіб проведення вільного часу.

Більшість випадків реєстрації в соціальних мережах для молоді пов'язані з метою поліпшення їхнього настрою, пошуку старих друзів.

В даний час соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасної молодої людини, в той час як в більшості випадків вони викликають залежність.

Регулярне використання соціальних мереж як основного засобу спілкування та отримання інформації негативно впливає на формування стереотипів, цінностей, умов сучасної молоді.

Логічний аналіз основних понять.

Молодість - це соціально-демографічна група, яка виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального статусу та їх соціально-психологічних якостей.

Соціальні мережі - це одна з соціальних інститутів, які тим чи іншим чином виконують накази суспільства та окремі соціальні групи щодо певного впливу на населення в цілому, в тому числі на окремі вікові та соціальні категорії. Проте соціальні мережі мають сильний вплив на будь-яку індивідуальність та процес формування поведінки, а інформація в мережі Інтернет недостатньо організована та керована. Аналіз діяльності в мережі Інтернет дозволяє відображати його вміст у формі структури, яка включає в себе ряд взаємопов'язаних компонентів: зв'язок, значення, пізнавальні та поведінкові якості [56].

Соціальна мережа - платформа, онлайнова служба або веб сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних відносин, візуалізацією яких є соціальні графи [1].

Інтернет - це мережа комп'ютерів, які взаємопов'язані між собою, глобальна система передачі інформації з використанням інформаційних та обчислювальних ресурсів [24].

Соціалізація - це процес засвоєння індивідуальних моделей поведінки, психологічних умов, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, які дозволяють йому успішно функціонувати в суспільстві.

Вплив - це вплив на стан людини, його дії, думки, почуття.

Фактори соціалізації - це обставини, умови, які заохочують людей до активності, до дії.

Сприйняття - пізнавальний процес, що формує суб'єктивну картину світу.

Залежність - недостатня висока сприйнятливість до того чи іншого зовнішнього впливу, як правило, через нездатність людини відмовитися від впливу в результаті такого впливу.

Стереотип є зразком сприйняття, фільтрації та інтерпретації інформації у визнанні та визнанні навколишнього світу, заснованого на попередньому соціальному досвіді, прийнятому в історичній спільноті.

Цінності: вимоги, звернені до волі; цілі, які стоять перед людиною; значення цих чи інших чинників для особистості.

Соціальна установка - орієнтація особи на певний соціальний об'єкт, що виражає тенденцію діяти певним чином по відношенню до цього об'єкта.

Структурна практика концепції «соціальних мереж»

- Глобальна мережа Інтернет;

- Електронні ресурси;

- Віртуальні спільноти;

- Користувачі;

- Зв'язок;

- Дозвілля.

Метод збору інформації. В якості методу збору первинної соціологічної інформації використовується анкета. Опитування молоді пояснюється прагненням визначити позицію найбільш залучених в Інтернет взаємодії населення.

Програма соціологічного дослідження методом аналізу світогляду Р. Інглхарта.

Проблемна ситуація. В умовах стрімкого вдосконалення інформаційних технологій і швидкого розвитку послуг, найактуальнішим питанням продовжує залишатися проблема цільових життєвих установок конкретної людини, його ціннісних орієнтирів, що визначають змістовну спрямованість особистості.

Свобода в пубертатний період розвитку дитини ключова цінність, а специфіка інтернету створює абсолютні умови свободи вибору тієї чи іншої інформації. «Заборонена інформація» стає доступною так, наприклад, різні відеоролики і групи з девіантною поведінкою, відкрите висміювання окремих учасників соціальної мережі, заради розваги, у них за спиною.

Можливості Інтернету барвисто і наочно з безпрецедентною відвертістю дозволяють виявляти потужний вплив на емоційну сферу підлітка. Прийоми надання інформації, анонімність, правила участі в мережі, - інструментарій психологічної підтримки участі підлітка в віртуальному спілкуванні, а «вкидання» в мережу емоційно забарвлених текстів - засіб збереження контексту розмови і його спрямованості. Мережа як засіб віртуального спілкування не має ні спрямованості, ні контексту розмови. Вони задаються людьми. Спрямованість може бути різною, як було зазначено вище, в тому числі і асоціальною.

Найбільший вплив на молодь надає інформація в соціальних мережах. Це явище активно набирає обертів в даний час. Одною із популярних соціальних мереж є «Facebook», де в даний час зареєстровано понад 100 млн. користувачів. Тому видається очевидний зв'язок між процесами трансформації соціально-ціннісних орієнтацій сучасної молоді і істотного вплива на них інформації всередині соціальної мережі «Facebook» [75].

Проблема. Відсутність достовірної інформації про характер впливу соціальної мережі «Facebook» на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді.

Об'єкт. Молодь Сєвєродонецька у віці від 16 до 25 років.

Предмет. Вплив соціальної мережі «Facebook» на формування ціннісних орієнтацій молоді.

Мета. Вивчити особливості впливу соціальної мережі «Facebook» на формування ціннісних орієнтацій молоді міста Сєвєродонецьк.

Завдання:

1. охарактеризувати процес соціалізації молоді в Інтернеті;

2. вивчити відношення сучасної молоді до соціальних мереж, як чинника соціалізації;

3. виявити зв'язок між мірою активності молоді в соціальних мережах і сформованим типом ціннісних орієнтацій.

4. визначити ступінь активності молоді в соціальній мережі «Facebook».

Гіпотеза дослідження. Диктуються в соціальних мережах зразки поведінки, які сприяють переважанню формування матеріалістичних цінностей у сучасної молоді.

Логічний аналіз основних понять:

Молодь - це соціально-демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального стану та обумовлених ними соціально-психологічних якостей.

Соціальна мережа - це платформа, онлайнова служба або веб сайт, призначений для побудови, відображення та організації соціальних відносин, візуалізованих соціальними графіками. Соціальні мережі - це одна з соціальних інститутів, які тим чи іншим чином виконують накази суспільства та окремі соціальні групи щодо певного впливу на населення в цілому, в тому числі на окремі вікові та соціальні категорії. Проте соціальні мережі мають сильний вплив на будь-яку індивідуальність та процес формування поведінки, а інформація в мережі Інтернет недостатньо організована та керована. Аналіз діяльності в мережі Інтернет дозволяє відображати його вміст у формі структури, яка включає в себе ряд взаємопов'язаних компонентів: спілкування, значення, пізнавальні та поведінкові компоненти.

Інтернет - це мережа комп'ютерів, які взаємопов'язані між собою, глобальна система передачі інформації з використанням інформаційних та обчислювальних ресурсів [2].

Соціалізація - це процес засвоєння індивідуальних моделей поведінки, психологічних умов, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, які дозволяють успішно функціонуватися в суспільстві.

Вплив - це вплив на стан людини, його дії, думки, почуття.

Фактори соціалізації - це обставини, умови, які заохочують людей до активності, до дії.

Сприйняття - пізнавальний процес, що формує суб'єктивну картину світу.

Залежність - недостатня висока сприйнятливість до того чи іншого зовнішнього впливу, як правило, через нездатність людини відмовитися від впливу в результаті такого впливу.

Цінності: вимоги, звернені до волі; цілі, які стоять перед людиною; значення цих чи інших чинників для особистості.

Соціальна установка - орієнтація особи на певний соціальний об'єкт, що виражає тенденцію діяти певним чином по відношенню до цього об'єкта.

Структурна практика концепції «соціальних мереж»

- Глобальна мережа Інтернет;

- Електронні ресурси;

- Віртуальні спільноти;

- Користувачі;

- Зв'язок;

- Дозвілля;

Метод збору інформації. Як спосіб збору первинної соціологічної інформації використовується метод аналізу матеріалістичної та постматериалістичної філософії Р. Інглхарта. Цей метод дозволяє визначити поширеність відповідних типів ціннісних орієнтацій у даному суспільстві на основі вибору респондентів найважливішого значення з запропонованого переліку, який включає в себе значення та показники матеріалістичної або постматериалістичної орієнтації.

Опис генеральної сукупності.

Генеральну сукупність дослідження становлять молоді люди, які проживають в місті Сєвєродонецьк, у віці від 16 до 25 років.

Опис вибірки населення.

Вибірка населення 20 респондентів буде проводитися шляхом невипадкового відбору одиниць за методом максимальних варіантів. Вибір цього методу обґрунтовується тим фактом, що у вибірці населення є одиниці вибору, які нададуть інформацію, яка дозволяє нам характеризувати досліджувану проблему з різних сторін, тобто невелику суму, щоб створити узгоджену ідею про об'єкт дослідження. Зразок буде включати молодих людей, які є активними користувачами соціальної мережі «Facebook», а також не зареєстровані в соціальних мережах або рідко відвідують, у співвідношенні 50/50.

**Висновки до другого розділу**

Коли респондентам було запропоновано визначити позитивні та негативні наслідки реєстрації в соціальних мережах для себе, то знову можна спостерігати позитивні особливості соціальних мереж: багато молодих людей відзначають серед них можливість дізнатися новини в Інтернеті з будь-якої точки світу, легкий доступ до інформації, можливість познайомитися з цікавими людьми, а також для забезпечення взаємодії зі старими друзями, родичами. З негативу, найчастіше, підкреслюється, що молодь витрачає надто багато свого часу даремно.

Можна зробити висновок, що молоді люди в більшості з них проводять багато часу в соціальних мережах, а також їх активні користувачі, але оцінюють феномен соціальних мереж у відношенні до себе більш позитивно. В той же час загальний вплив на соціалізацію молоді оцінюють респонденти як негативні.

**РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ**

**3.1. Аналіз результатів анкетного опитування**

Соціалізація відбувається впродовж усього життя людини, при цьому традиційні форми соціалізації включають два види – первинну і вторинну. Первинна соціалізація відбувається з дитинства у межах родинних зв’язків, вторинна – у межах соціальних інститутів і соціальних контактів поза межами безпосереднього життєвого середовища людини [20]. Соціальні мережі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини: соціалізації не тільки в мережевому суспільстві, але й у реальному середовищі, в якому живе людина. Наповнення соціальних мереж – це певною мірою індикатор розвитку суспільства. Соціальні мережі виступають як засіб інформаційних війн, маніпуляцій людьми, соціалізації, виховання дітей, підлітків та молоді. Під впливом мережевого суспільства змінюється стиль життя людей, зокрема звичні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємин, структура дозвілля, відбувається інтенсивне вироблення нових моделей взаємодії з середовищем[51]. І, безумовно, все це впливає на безперервний процес соціалізації молодої людини. Ми погоджуємося з думкою Ю.А. Данько [14], що соціалізацію особистості із врахуванням інтернет-факторів варто розглядати у двох вимірах. По-перше, це соціалізація у віртуальному кіберпросторі, коли суб’єкт засвоює норми та цінності, моделі поведінки у віртуальній реальності, інтегрується в мережеві інтернет-спільноти. Показниками цього є рівень його комп’ютерної та інформаційної грамотності, знання правил і наявність навичок взаємодії в інтернет-просторі. По-друге, це соціалізація в реальному світі через віртуальний вимір. Інтернет є не тільки потужним агентом вторинної соціалізації, але й виграє конкуренцію в інститутів, які реалізують первинну соціалізацію. Цьому сприяє динаміка сучасного життя, криза традиційних інститутів і цінностей: зазвичай Інтернет соціалізує більшою мірою, аніж агенти реальної соціалізації.

Незважаючи на те, що Інтернет, як всесвітня Мережа, безсумнівно, багато в чому корисний і полегшує діяльність сучасної людини, в той же час, різнорідна інформація і контент, що містяться в мережі Інтернет, можуть чинити шкідливий вплив на психіку і здоров'я людей різного віку. Особливо гостро проблема соціалізації в Інтернеті проявляється в підлітковому віці, коли відбувається активне формування пізнавальних процесів і особистісних якостей людини[75].

З урахуванням цих протиріч було зроблено вибір теми дослідження «Ставлення молоді міста Сєвєродонецьк до соціальних мереж як фактору соціалізації», проблема якого сформульована таким чином: в умовах широкого поширення соціальних мереж спостерігається сформоване у суспільства уявлення про їх негативний вплив на молодь. Рішення даної проблеми визначило мету дослідження: вивчити особливості ставлення молоді міста Сєвєродонецьк до соціальних мереж як фактору соціалізації. Об'єктом виступає молодь Сєвєродонецька у віці від 16 до 25 років, зареєстрована в соціальній мережі «Facebook». Предмет дослідження: ставлення сучасної молоді до соціальних мереж як фактору їх соціалізації.

Цільова установка дослідження зумовила постановку і послідовне вирішення наступних завдань:

- Виявити сприйняття молоддю соціальних мереж як фактора соціалізації;

- З'ясувати цілі і причини реєстрації молоді в соціальних мережах;

- Визначити ступінь залежності молодих людей від соціальних мереж;

- Проаналізувати вплив використання соціальних мереж на формування стереотипів, цінностей, соціальних установок.

Основна гіпотеза дослідження заснована на ідеї про те, що соціальні мережі як соціокультурний феномен мають ряд специфічних соціальних характеристик, що детермінують процес соціалізації старших школярів і молоді. Виходячи з цього, були сформульовані наступні гіпотези слідства:

1) Соціальні мережі сприймаються сучасною молоддю як засіб для спілкування і спосіб проведення вільного часу;

2) Більшість випадків реєстрації в соціальних мережах молодими людьми пов'язане з метою підвищити свій настрій, знайти старих друзів;

3) В даний час соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя сучасної молодої людини, при цьому в більшості випадків викликаючи залежність;

4) Регулярне використання соціальних мереж як основного засобу спілкування і отримання інформації негативно впливає на формування стереотипів, цінностей, установок сучасної молоді.

В якості методу збору первинної соціологічної інформації використовується анкетування. Опитування молоді обумовлене прагненням виявити позицію найбільш залученої в інтернет взаємодії частини населення.

В ході дослідження було опрошено 35 осіб, зареєстрованих у соціальній мережі «Facebook». В опитуванні взяли участь 15 юнаків та 20 дівчат у віці від 16 до 25 років. Основну масу опитаних складали молоді люди та дівчата у віці від 17 до 25 років . Більшість респондентів на момент проведення опитування мають незакінчену вищу освіту (52%) і закінчену вищу освіту (34%) і, відповідно, є студентами (48%), а також спеціалістами (33%).

Під час проведення даного дослідження було з'ясовано, що перший досвід використання мережі Інтернет приходиться, в основному, у віці 12 - 17 років (83%). Цей досвід стає потенціалом трансформації структури самосвідомості особистості старшої школи у процесі та в результаті власності та трансляції культурних цінностей, норм і правил поведінки в Інтернеті.

Результати дослідження показали , що основними цілями проведення часу в Інтернеті для молоді є пошук інформації (89%) та спілкування (72%). Слід також відмітити , що більшість респондентів використовують Інтернет для огляду новин (41%), завантаження мультимедійних файлів (36%) та перегляду онлайн фільмів (38%).

Соціальні мережі, хоча і працюють за єдиною концепцією, мають різні функції та можливості, що дозволяє розділити аудиторію та успішно конкурувати. Мало, хто зареєстрований більш ніж у трьох глобальних соціальних мережах, звичайно навіть дуже товариські користувачі вибирають одну локальну соціальну мережу, щоб спілкуватися з співвітчизниками, одна міжнародна, якщо є друзі або родичі в інших країнах і заводити профіль у великій мережі онлайн щоденників або блогів це, звичайно, більше, ніж достатньо, щоб з користувачем провести час у мережі. Всі респонденти зареєстровані в соціальній мережі «Facebook» . Їй віддають перевагу 95% респондентів. «Facebook» - одна знайбільших в рунеті соціальна мережа. Важливо також зазначити, що більшість респондентів зареєстровані в декількох соціальних мережах одночасно, і це говорить про дуже широке їх поширення серед молоді. На другому місці за кількістю зареєстрованих знаходиться служба «Instagram», призначена для вивантаження та оцінки фотографій. Тут користувачі можуть поділитися особистими фото, а також мати можливість оцінювати і комментирувати чужих образів. Соціальна мережа «Twitter» третя за популярністю серед молоді - зареєстровані 62% опитаних. Так само 29% респондентів зареєстровані в соціальній мережі «Мой мир» .

На питання «Що спонукало Вас зареєструватися в соціальних мережах?» Більшість опитаних відповіли, що це були поради друзів (59%). Тобто соціальні мережі, це явище, яке в даний час не потребує реклами. Так як переважна більшість молодих людей зареєстровані в соціальних мережах, то, отже, вони спонукають зареєструватися своїх друзів. Можна говорити про те, що потреба зареєструватися в соціальних мережах не виникає у підлітка сама по собі. Таким чином, поширеність соціальних мереж примушує підлітка використовувати популярні сервіси в повсякденному житті.



Рис. 2.1. Гістограма розподілу респондентів щодо відповіді «Що спонукало Вас зареєструватися в соціальних мережах?»

Основною метою реєстрації в соціальних мережах є респонденти згаданого спілкування (80%). Тобто можна припустити, що з широким спектром функцій соціальних мереж головне для молодих людей залишається комунікативним. Багато функцій інтернет-зв'язку дозволяють підліткам виконувати свої потреби в спілкуванні через Інтернет. У підлітковому віці основною діяльністю є визнання інтимних комунікацій, підліток прагне розширити коло спілкування. Аналогічним чином, серед цілей реєстрації в соціальних мережах, таких як обмін фотографіями, музикою та відео. Можливість вільного доступу до інформації та інших продуктів та ресурсів, що поширюються на електронних носіях Мережею, створює умови для непрямої взаємодії користувача Інтернету зі світом та його існування у віртуальному просторі Інтернету. Інтернет створює для своїх користувачів особливий культурний простір. Таким чином, діяльність молоді в соціальних мережах реалізується у створенні та оцінці текстів, спілкуванні (обмін текстів), пошуку друзів та нових знайомих, пошуку інформації, організації дозвілля: відео, фотогалереї та обміну думками.

Більшість респондентів (47%) зазначили, що вони відвідували свою сторінку в соціальних мережах кілька разів на день. Більш того, 24% опитаних стверджують, що вони практично завжди в режимі онлайн, і 20% заходять на свою сторінку приблизно кожні дві години. У той же час 40% молодих людей проводять більше 5 годин на день в соціальних мережах, а 34% опитаних - від двох до трьох годин на день. За допомогою такої регулярної соціальної мережі молоді люди не можуть недооцінювати свій вплив на соціалізацію. Важливо зазначити, що наразі домашня комп'ютерна техніка досягає рівня, де комп'ютер та Інтернет стають агентами первинної соціалізації разом із безпосереднім середовищем дитини.

З твердженням «Спілкування за допомогою соціальних мереж в даний час є невід'ємною частиною мого життя» погоджується переважна більшість респондентів (повністю згоден - 39%, скоріше згоден - 26%). Таким чином, опитані повністю усвідомлюють і не заперечують значущість соціальних мереж. Тут можна говорити про наявність залежності молодих людей від явища соціальних мереж.

Особливо примітним є недавня тенденція перетворення Інтернету в сферу самореалізації людини. Розвиток електронних систем породило цілком новий тип спілкування та самореалізації - взаємодії людини з певними важливими для нього або її причинами партнерами, що дозволяє йому знаходити однодумців та виражати себе в спілкуванні . Більшість респондентів погоджуються з тим, що в Інтернеті є люди, які оцінять свої досягнення, тобто соціальні мережі стануть важливим елементом оцінки власних здібностей молоді. Але в той же час, згідно з 29% опитаних, Інтернет не надає жодних можливостей для розвитку здібностей. Крім того, практично всі респонденти погодилися з тим, що час, витрачений на соціальні мережі, може бути для них кориснішим. 30% респондентів цілком погоджуються, що в Інтернеті простіше, ніж в реальному житті, щоб уникнути спілкування з неприємними людьми чи неприємними темами. Аналогічно, велика частка опитаних молодих людей не погодилася з тим, що соціальні мережі є найбільш зручним способом ознайомлення з цікавими людьми. Таким чином, можна сказати, що людина за рахунок інтернет-комунікацій багаторазово розширює систему соціальних відносин, знаходить референти, які не представлені у найближчому оточенні. Більше того, нескінченність інтернет-середовища викликає постійне відчуття особистості неповнотою їх соціального досвіду, розуміння нереалізації їх потенціалу та породження відповідного бажання більш повно та ефективно вступати в ці контакти, навколишнє середовище, опанувати ресурсами. Таким чином, Інтернет можна розглядати як джерело і середовище соціалізації особистості протягом усього життя.

Як і будь-яке інше комерційне підприємство, соціальні мережі розробляються та реалізуються з однією метою: приносити прибуток власникам. Окрім платної реєстрації, платні рахунки, в соціальних мережах для віртуальних подарунків та сюрпризів, в онлайн-іграх платять реальні гроші. Але, хоча 72% респондентів не бачать належних причин витрачати гроші на соціальні мережі, 25% можуть витрачати гроші лише на те, що вони дійсно зацікавлені, і лише 3% респондентів не шкодують про гроші.

Результати опитування показали, що основні типи молодіжних заходів у соціальних мережах включають огляд новин (69% респондентів часто переглядають канал новин), додавання музичних записів на особисту сторінку (55% зазначили, що вони є регулярно додаються), а також розвантаження особистих свіжих фотографій у мережі (38% часто діляться свіжими фотографіями). Інтернет має рекреаційну роль, оскільки воно багато в чому визначає дозвіл людей, як групових, так і індивідуальних. Ця роль впроваджується у відношенні до всіх людей, оскільки відпочинок у дозвіллі в онлайн-просторі чи комп'ютерній грі відволікає їх від щоденних турбот і відповідальності.

Слід пам'ятати, що віртуальне середовище дає людині набагато більшу свободу дій, ніж реальність. Одним з явищ особливостей віртуального оточення є анонімність зв'язку, використання замість реальних імен, різні «псевдоніми» - віртуальні імена. Багато в чому це сприяє розвитку девіантної та правопорушної соціальної поведінки. Але лише 7% опитаних в соціальних мережах використовують фіктивні імена. Причиною є те, що вони зареєстровані під творчими псевдонімами або не використовують їх справжні імена, щоб зробити більш важким для небажаних відвідувачів доступ до своєї сторінки.

Соціальні мережі забезпечують унікальну можливість, створюючи групи та спільноти для пошуку людей, близьких до їхніх інтересів. Абсолютно будь-який користувач може стати творцем або адміністратором такої спільноти. Серед опитаних молодих людей 11% займаються адміністрацією таких груп. Серед таких груп були спільнота студентських груп, групи для комфортного спілкування близьких друзів, а також спільноти, в яких творці (фотографам, виконавцям) діляться своєю творчістю.

На відміну від широко розповсюдженого уявлення про наявність агресивних та принизливих взаємодій у онлайновому спілкуванні, що становить загрозу для підлітків, відповіді наших респондентів це не підтверджують. Під час опитування респондентам було запропоновано визначити, які саме, на їхню думку, моделей поведінки найчастіше транслюються в соціальних мережах. Більшість опитаних молодих людей зазначили позитивні поведінкові моделі, такі як «спорт» (73%), «здорова їжа» (50%), а також «книги для читання мод» (49%).

Але тоді як загальний вплив соціальних мереж на соціалізацію оцінюється 74% респондентів як негативний, пояснюючи, що час, витрачений у соціальних мережах, молодь може витратити на читання книг, саморозвиток та живе спілкування. Також зазначено, що далеко не всі молоді люди «відфільтровуються» через величезний потік інформації, переданої соціальними мережами, що може негативно вплинути на розвиток здорової особистості. Крім того, багато респондентів відзначають, що взаємодія у віртуальному просторі шкодить процесу соціалізації молоді, не допускаючи повноцінного формування міжособистісного спілкування початківців.

Коли респондентам було запропоновано визначити позитивні та негативні наслідки реєстрації в соціальних мережах для себе, то знову можна спостерігати позитивні особливості соціальних мереж: багато молодих людей відзначають серед них можливість дізнатися новини в Інтернеті з будь-якої точки світу, легкий доступ до інформації, можливість познайомитися з цікавими людьми, а також для забезпечення взаємодії зі старими друзями, родичами. З негативу, найчастіше, підкреслюється, що молодь витрачає надто багато свого часу даремно.

Можна зробити висновок, що молоді люди в більшості з них проводять багато часу в соціальних мережах, а також їх активні користувачі, але оцінюють феномен соціальних мереж у відношенні до себе більш позитивно. В той же час загальний вплив на соціалізацію молоді оцінюють респонденти як негативні.

**3.2. Результати опитування за методикою Р. Інглхарта**

В умовах стрімкого вдосконалення інформаційних технологій і швидкого розвитку послуг, найактуальнішим питанням продовжує залишатися проблема цільових життєвих установок конкретної людини, його ціннісних орієнтирів, що визначають змістовну спрямованість особистості.

Найбільший вплив на молодь надає інформація в соціальних мережах. Це явище активно набирає обертів в даний час. Одною з популярних соціальних мереж є «Facebook», де в даний час зареєстровано понад 100 млн. користувачів. Тому видається очевидний зв'язок між процесами трансформації соціально-ціннісних орієнтацій сучасної молоді і істотним впливом на них інформації всередині соціальної мережі «Facebook» [74].

У зв'язку з цим проблема дослідження сформульована як відсутність достовірної інформації про характер впливу соціальних мереж на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. Рішення даної проблеми визначило мету дослідження: вивчити особливості впливу соціальної мережі «Facebook» на формування ціннісних орієнтацій молоді міста Сєвєродонецьк.

Об'єктом виступає молодь міста Сєвєродонецьк у віці від 16 до 25 років. Предмет дослідження: вплив соціальної мережі «Facebook» на формування ціннісних орієнтацій молоді.

Проблема, об'єкт і предмет дослідження зумовили постановку і послідовне вирішення наступних завдань:

- Визначити ступінь активності молоді в соціальній мережі «Facebook».

- Дослідити ієрархію ціннісних орієнтацій сучасної молоді.

- Виявити зв'язок між ступенем активності в соціальній мережі «Facebook» і сформованим типом ціннісних орієнтацій.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на ідеї про те, що диктуються в соціальних мережах зразки поведінки сприяють переважанню формування матеріалістичних цінностей у сучасної молоді.

Якби Вам довелося вибирати, що з перерахованого на картці Ви б визнали найбільш важливим? А що було б другим за важливістю:

1. Підтримка високого рівня економічного зростання.

2. Забезпечення надійної обороноздатності країни.

3. Створення таких умов, коли люди мають великі можливості вирішувати, що повинно робитися у них на роботі, за місцем проживання.

4. Турбота про красу і благоустрій міст і сіл.

5. Підтримувати порядок в країні.

6. Надання народу більше можливостей впливати на рішення уряду.

7. Боротьба з підвищенням цін.

8. Захист свободи слова.

9. Підтримка стабільної економіки.

10. Рух в напрямку від знеособленого до більш гуманного суспільства.

11. Боротьба зі злочинністю.

12. Рух у напрямку до суспільства, в якому ідеї цінуються більше грошей.

Індикатори 1, 7,9 - показники економічної безпеки; 2, 5, 11 - показники фізичної безпеки. Обидві ці групи, на думку Інглхарта, йдуть в зв'язці і утворюють групу матеріалістичних цінностей. Решта шість цінностей – постматеріалістичних.

Якщо респондент робить обидва вибору на користь постматеріалістичних індикаторів, то він являє собою чистий постматеріалістичний тип (ціннісний тип 1 - ЦТ 1). Якщо на користь двох матеріалістичних індикаторів - матеріалістичний тип (ціннісний тип 2 - ЦТ 2). Якщо ж респондент вибирає першим матеріалістичний, другим - постматеріалістіческіх індикатор (ціннісний тин 3 - ЦТ 3), або, навпаки, першим постматеріалістіичний, другим - матеріалістичний індикатор (ціннісний тип 4 - ЦТ 4), то його можна віднести до змішаного типу.

Для даного дослідження респонденти відбиралися виходячи з необхідності проведення опитування в двох групах - основної і контрольної. І якщо всі респонденти основної групи є користувачами соціальної мережі «Facebook», то в контрольній групі респонденти, які є активними користувачами цієї соціальної мережі, і респонденти, які не зареєстровані і рідко відвідують дану мережу, розподіляються відносно 50/50.

В ході дослідження було опитано 20 осіб у віці від 20 до 25 років. В опитуванні взяли участь 8 дівчат і 12 юнаків. Основну масу опитаних склали молоді люди та дівчата віком від 22 до 25 років (40%) і у віці від 18 до 23 років (50%). Більшість респондентів на момент проведення опитування мають незакінчену вищу освіту (85%), і, відповідно, є студентами (80%). 65% опитаних зареєстровані в соціальній мережі «Facebook», 35% - не зареєстровані.

Серед зареєстрованих в соціальній мережі «Facebook» респондентів 47% є активними користувачами і проводять більше 5 годин день в соціальних мережах. 30% опитаних вказали, що періодично відвідують свою сторінку, своєчасно відповідають на повідомлення і стежать за новинами, проводячи при цьому від однієї години до трьох годин в день в соціальній мережі «Facebook». Так само 23% респондентів відзначили, що зареєстровані в соціальній мережі «Facebook», але відвідують свою сторінку вкрай рідко, при цьому проводячи в сукупності до двох годин на місяць в даній соціальній мережі[70].

Таким чином респондентів можна розділити на дві групи: Група 1 - активні користувачі соціальної мережі «Facebook», які проводять кілька годин на день в даній соціальній мережі; Група 2 - користувачі, які не зареєстровані в соціальній мережі «Facebook», а так само вкрай рідко її відвідують.

Почнемо з аналізу відповідей першої групи. Найчастіше респонденти відзначали найбільш важливим надання народу більше можливостей впливати на рішення уряду (15% респондентів групи 1), рух в напрямку від знеособленого до більш гуманного суспільства (15%) і Рух в напрямку до суспільства, в якому ідеї цінуються більше грошей (20 %). Таким чином, 40% опитаних з групи 1 є чистий постматеріалістіческіх тип, а 60% - змішаний тип.

Відповіді в групі 2 розподілилися іншим чином. Тут респонденти визнали найбільш важливим підтримання високого рівня економічного зростання, забезпечення надійної обороноздатності країни і боротьба зі злочинністю (по 15% кожен з варіантів відповіді). В даному випадку, в групі 2 більшість також становить змішаний тип - 50% респондентів, 30% віднесені до чистого матеріалістичного типу, і 20% - до постматеріалістіческіх.

Таким чином, можна відзначити, що регулярне користування соціальною мережею «Facebook» впливає скоріше на формування постматеріалістичних типу світогляду, ніж матеріалістичного. Постматеріалістичні цінності - «ідеальний» тип ціннісних орієнтацій, що характеризується відсутністю безпосереднього матеріального змісту. Основним змістом постматеріальних цінностей стає якість життя. Згідно з якою в сучасному суспільстві у індивідів з високим рівнем життя відбувається зміна пріоритетів: замість фізичної та економічної безпеки на перше місце виходять цінності самовираження і якості життя.

**3.3. Загальні підсумки соціологічного дослідження**

Інтернет є оригінальним засобом соціокультурного розвитку молоді, який має специфічні особливості, які відрізняють Інтернет як сучасний соціальний інститут від інших соціальних інститутів (сім'я, освіта, наука, охорона здоров'я, державна влада, релігія тощо), а саме:

1) локалізація в кіберпросторі, що зумовлює інтеграцію всіх інших соціальних інститутів в Інтернет-середовище та визначає їхній вплив на соціалізацію молоді;

2) особливі можливості для задоволення численних потреб сучасної молодої людини в інтернет-середовищі;

3) потенціал трансформації структури ідентичності молоді у процесі та в результаті оволодіння та трансляції її культурних цінностей, норм та правил поведінки в Інтернеті;

Інтернет, як найбільш активно розвивається сучасний сектор кіберпростору, є специфічним фактором соціалізації, є фактором особливого роду соціалізації та кіберсоціалізаціі і має унікальний соціально-педагогічний потенціал, який характеризується такими особливостями Інтернету як навколишнє середовище: доступність, мобільність та ефективність, відносна безпека та анонімність, свобода вираження поглядів, здатна активно впливати як позитивно, так і негативно в процесі соціалізації молоді в Інтернеті [80].

Протягом першого десятиліття XXI століття в сучасному суспільстві соціалізація молоді через Інтернет відбувається в умовах аномії та соціальної свободи, кризи соціальних інститутів. У цій ситуації як сім'я, школа, так і держава, а також інші соціалістичні інститути втрачають авторитет та довіру молоді, норми та моделі поведінки через Інтернет. У той же час швидкий розвиток можливостей Мережі дозволило сформувати новий інформаційний простір соціалізації, а Інтернет стати модним і затребуваним Інститутом соціалізації. Соціалізована функція Інтернету ґрунтується на досить високому рівні довіри до неї, як від суспільства в цілому, так і молодих людей зокрема. Ця довіра обумовлена факторами, що мають як суб'єктивне, так і об'єктивне значення:

- ситуація в першому десятилітті XXI століття позитивна репутація Інтернету як опозиція інших соціальних інститутів;

- брак власного життєвого досвіду у молодіжному середовищі;

- аудіовізуальні можливості Інтернету, що забезпечує ефект присутності та очевидну автентичність отриманої інформації;

- спеціальні можливості Інтернет-зв'язку через Інтернет: подолання територіальних та часових меж; відкритість та доступність контактів; ефективний механізм зберігання та трансляції інформації; наявні можливості особистої інтеграції в кіберпросторі.

Специфіка соціалізації молоді через Інтернет також визначається тим фактом, що на відміну від традиційних інститутів соціалізації, Мережа не зосереджується безпосередньо на молодих людей на активній участі в соціальних процесах, а на віддаленому використанні інформації з позиції зовнішнього спостерігача, формуючи віддалене сприйняття та ставлення до молодіжного суспільства, відсутність реальної участі, споживчий індивідуалізм [68].

Основою формування молодіжної ідентичності через Інтернет, яка визначає цілі часу, що проводяться в Інтернеті, часто є банальною прихильністю до символів соціальної групи або спільноти, виражених у брендінгу та відповідному стилі життя [68 ].

Враховуючи Інтернет як фактор соціалізації, слід мати на увазі, що прямим об'єктом впливу потоку своїх послань є не стільки жодна людина, скільки свідомість і поведінка великих груп людей, що утворюють групу користувачів різних комп'ютерних мереж.

Вплив інтернету на спонтанну соціалізацію визначається кількома обставинами. Інтернет має рекреаційну роль, оскільки воно багато в чому визначає дозвілля людей, як групових, так і індивідуальних. Ця роль реалізується у відношенні до всіх людей, оскільки відпочинок на відпочинку в онлайн-просторі або в комп'ютерній грі відволікає їх від щоденних турбот і відповідальності [75].

Соціалізація відбувається упродовж усього життя людини, при цьому традиційні форми соціалізації включають два види – первинну і вторинну. Первинна соціалізація відбувається з дитинства у межах родинних зв’язків, вторинна – у межах соціальних інститутів і соціальних контактів поза межами безпосереднього життєвого середовища людини. Соціальні мережі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини: соціалізації не тільки в мережевому суспільстві, але й у реальному середовищі, в якому живе людина. Наповнення соціальних мереж – це певною мірою індикатор розвитку суспільства. Соціальні мережі виступають як засіб інформаційних війн, маніпуляцій людьми, соціалізації, виховання дітей, підлітків і молоді. Під впливом мережевого суспільства змінюється стиль життя людей, зокрема звичні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємин, структура дозвілля, відбувається інтенсивне вироблення нових моделей взаємодії з середовищем. І безумовно, все це впливає на безперервний процес соціалізації молодої людини[54].

З рекреативною тісно пов'язана релаксаціонна роль Інтернету. Вона набуває специфічного відтінку, коли мова йде про підлітків і юнаків. Для великої частини хлопців робота з комп'ютером та Інтернетом стають своєрідною компенсацією дефіциту міжособистісних контактів, засобом відволікання при виникненні ускладнень в спілкуванні з однолітками. До того ж, підлітковий вік найбільш уразливий в сфері інтимно-особистісних відносин. І безсумнівно, якщо підліток незадоволений даним видом спілкування, він, безумовно, буде вирішувати виниклі проблеми у всесвітній мережі, тим самим набуває кіберсексуальна залежність, перш за все пов'язану з отриманням та задоволенням в інтернет просторі сексуального досвіду[77].

Особливо слід відзначити те, що останнім часом набирає силу тенденція перетворення Інтернету в сферу самореалізації людини. Розвиток електронних систем породило зовсім новий вид комунікації та самореалізації - взаємодія людини з певними важливими його з тих чи інших причин партнерами, яке дозволяє йому знайти однодумців і виразити себе в спілкуванні.

Завдяки великих ресурсів для задоволення індивідуальних потреб, Інтернет-середовище проникла в повсякденне життя суспільства, залучила до свого контексту величезну кількість людей самого різного віку, особливості підлітків та молоді. Цілком очевидним є факт формування в мережевому просторі унікальних з точки зору класичних інституційних моделей побутових практик, уніфікованих і мають досить чітку структуру. Дані норми і правила «дисциплінують» суспільні відносини в рамках середовища, обмежують і мінімізують випадки девіантної поведінки.

Таким чином, спостерігається оформлена стійка організація спільної діяльності людей, спрямована на задоволення соціальних потреб.

Можна виділити властиві середовищі Інтернет як інституту і агенту соціалізації ознаки:

- наявність рольової системи, в яку включаються норми і статуси;

- сукупність звичаїв, традицій і правил поведінки;

- формальна і неформальна організація;

- сукупність норм і установ, що регулюють дану сферу суспільних відносин;

- наявність відокремленого комплексу соціальних дій спостереження показують, що людина за рахунок Інтернет-комунікацій багаторазово розширює систему соціальних зв'язків, знаходить референтів, які в його безпосередньому оточенні не представлені, може реалізувати ряд соціальних ролей, які в реальності він «програти» не може і т. д. Більш того, безмежність Інтернет-середовища обумовлює постійне відчуття особистістю неповноти свого соціального досвіду, розуміння нереалізованості своїх потенціалів і породжує відповідне бажання більш повно і ефективно увійти в ці контакти, середовища, оволодіти ресурсами. Тим самим Інтернет можна розглядати як джерело і середу соціалізації особистості протягом усього життя. Питання це вивчено поки недостатньо, але можна спробувати позначити специфіку соціалізації в середовищі Інтернет[46].

Перш за все, відзначимо опосередкований характер впливу на соціалізацію її агентів. Якщо традиційно зміст, характер, темпи і інші параметри соціалізації визначалися виключно середовищем (сім'я, школа і т.д.), то Інтернет приніс в соціалізацію принципово новий момент - опосередковану соціальність. Агенти соціалізації присутні у вигляді віртуальної реальності, яка часом починає конкурувати (і вигравати) у реальних агентів соціалізації [24].

Інтернет-комунікації не тільки замінюють традиційні форми, в яких відбувалася століттями соціалізація, але і обмежують ці види діяльності в реальному житті. Людина вважає за краще спілкуватися не особисто, а за допомогою Інтернет-пошти, грає в інтернет-ігри. Більш того, він починає шукати в Інтернет-просторі можливості задовольнити потреби в соціальних відносинах (любові, дружбі, визнання) [70]. В результаті виникає розрив з культурною традицією, формується особистість нового типу.

Якщо розглядати соціалізацію молоді через соціальні мережі, то можна відзначити, що відбувається практично повна деформація самого процесу соціалізації. Особистість в Інтернет-просторі починає засвоювати норми, цілі, цінності, правила, прийняті не на тому конкретному суспільстві, в якому вона живе, а в тому чи іншому мережевому співтоваристві, де домінують норми і цінності, які не мають міцних історико-культурних коренів, не пов'язаних з буттям даного соціуму, з його цінностями. Розбіжність мережевих норм і цінностей з ціннісними підстави конкретного суспільства може привести в результаті до конфлікту між особистістю, що засвоїв «мережеву культуру» з тим суспільством, в якому вона живе [11].

Особливо слід відзначити те, що останнім часом набирає силу тенденція перетворення Інтернету в сферу самореалізації людини. Розвиток електронних систем породило зовсім новий вид комунікації та самореалізації - взаємодія людини з певними важливими його з тих чи інших причин партнерами, яке дозволяє йому знайти однодумців і виразити себе в спілкуванні.

**Висновки до третього розділу**

Можна зробити висновки, що за останні роки досить потужно зросла чисельність реєстрації в соціальних мережах. Тому онлайн-спілкування стало активнішою формою, ніж звичайне. Останні дослідження Інтернету як одного з агентів соціалізації засвідчують можливу появу таких кризових форм інтернет-соціалізації як негативної залежності, компульсивна (нав’язлива) віртуальна поведінка, занурення у світ внутрішніх переживань, коли зменшується потреба в активному засвоєнні зовнішнього середовища. До цих кризових форм можуть призводити онлайн-ігри з елементами насилля, що в свою чергу сприяє зростанню агресивної поведінки молоді в реальному середовищі. Також мережеве суспільство може сприяти засвоєнню асоціальних, антиправових установок, які засвоюються і відтворюються в реальному світі. Таким чином, конструюється новий тип соціального індивіда – Homo virtualis – людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури. Перед суспільством стоїть завдання – створення в Інтернеті культурного конкурентноспроможного сегменту, спеціально орієнтованого на молодих людей, конкуруючого з низькокультурними ресурсами, а також підтримка так званої «віртуальної етики», зорієнтованої на закріплення моральних норм і цінностей, які будуть діяти в мережевому суспільстві, соціальний контроль за поведінкою користувачів Інтернет, моральну оцінку процесів віртуальної комунікації, введення певних обмежень і заборон. Тож, проаналізувавши всі підходи, можна говорити про те, що соціальні мережі мають можливість на існування, але потрібно раціонально використовувати час, проведений у мережі Інтернет. Та більш схилятись до звичайних способів спілкування, які позитивно впливають на особистість .

**ВИСНОВКИ**

1. Визначаючи особливості Інтернету в даній роботі, важливо відзначити, що за останні роки Інтернет став для більшої частини молоді важливим каналом спілкування і отримання інформації, дав можливість двостороннього активного спілкування практично з усім світом. За допомогою Інтернету молодь вступає в новий тип спілкування - інформаційну міжкультурну комунікацію, що протікає у віртуальній реальності. Можливість вільного доступу до поширюваних на електронних носіях інформаційним і іншим продуктам і ресурсам Мережі створює умови для опосередкованого взаємодії користувача Інтернету зі світом і для його існування у віртуальному просторі Мережі. Інтернет породжує особливий культурний простір для своїх користувачів. Таким чином активність молоді в соціальних мережах реалізується в спілкуванні, пошуку друзів і нових знайомств, пошуку інформації, організації дозвілля: перегляд відеофільмів, фотогалерей і обмін думками.

2. Характеризуючи процес соціалізації молоді в Інтернеті необхідно відзначити, що якщо традиційно процес соціалізації носив цілеспрямований і регульований характер, то соціалізація в Інтернет-просторі носить в основному стихійний характер. Особистість сама вибирає варіанти свого існування в Мережі, сама знаходить референтів, сама визначає обсяги та способи існування в Інтернет-співтоваристві. Інтернет в умовах загальної комп'ютеризації є і фактором соціалізації особистості, що надає як позитивне, так і негативний вплив на розвиток підростаючого покоління. Вона впливає на процес засвоєння людиною соціальних ролей, зразків поведінки, культурних норм і цінностей. Основною метою реєстрації в соціальних мережах відзначено спілкування. Тобто, можна вважати, що при широкому наборі функцій соціальних мереж основна для молоді залишається саме комунікативна. Але при цьому Інтернет виконує так само і рекреативную роль, оскільки багато в чому, визначає дозвільний проведення часу людей, як групове, так і індивідуальне. Ця роль реалізується по відношенню до всіх людей, оскільки відпочинок на дозвіллі в онлайн просторі або за комп'ютерною грою відволікає їх від повсякденних турбот і обов'язків.

3. Вивчивши ставлення сучасної молоді до соціальних мереж, як фактору соціалізації, можна зробити висновок, що молоді люди в більшості досить багато часу проводять в соціальних мережах, а так само є їх активними користувачами, але оцінюють явище соціальних мереж по відношенню до себе скоріше позитивно. При цьому загальний вплив на соціалізацію молоді оцінюється самими респондентами як негативне.

Отже: соціальні мережі, виступаючи особливим соціальним простором, є тією сферою, де трансформуються традиційні форми соціалізації і соціальних

відносин, а спілкування як вид дозвільної зайнятості стає можливим не в традиційному виді безпосереднього живого спілкування, а набуває риси простої комунікації; зміни соціалізаційних процесів молоді відбуваються як на рівні агентів соціалізації, так і на рівні тих, хто соціалізується, тобто кожен з користувачів Інтернету може одночасно займати дві позиції і брати активну участь у формуванні нових моделей поведінки у мережевому просторі, бути трансляторами соціокультурних, інституціональних норм, цінностей і правил, а також практик повсякденної культури; конструюється новий тип соціального індивіда – Homo virtualis – людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури; соціальні мережі значно впливають на соціалізацію сучасної молоді, відбувається процес кіберсоціалізації під впливом нових комп’ютерних технологій; соціальні мережі заміняють традиційних агентів соціалізації, внаслідок чого молоді люди створюють свій віртуальний соціум, в якому діють ними вигадані закони; норми і правила, які формуються всередині соціальних мереж, не співпадають із загальними стандартами, за порушення яких накладають цілком реальні покарання; молодь засвоює у віртуальному світі нові норми й правила, не завжди позитивні, переносить їх в реальний світ, руйнуючи загальноприйняті в межах існуючої культури і ускладнюючи цим процес соціалізації.

4. Виявивши зв'язок між ступенем активності молоді в соціальних мережах і сформованим типом ціннісних орієнтацій, таким чином, можна відзначити, що регулярне користування соціальною мережею «Facebook» впливає скоріше на формування постматеріалістичного типу світогляду, ніж матеріалістичного. Постматеріалістичні цінності - «ідеальний» тип ціннісних орієнтацій, що характеризується відсутністю безпосереднього матеріального змісту. Основним змістом постматеріальних цінностей стає якість життя, згідно з якою в сучасному суспільстві у індивідів з високим рівнем життя відбувається зміна пріоритетів: замість фізичної та економічної безпеки на перше місце виходять цінності самовираження і якості життя.

Так як соціальні мережі з точки зору впливу на соціалізацію молодих людей є недостатньо вивченими, ми вважаємо, що наше дослідження дозволяє окреслити нові можливості та широкі перспективи використання соціальних мереж в напрямку створення співтовариства, груп та додатків у соціальних мережах на навчальні теми, щоб молоді люди , які проводять там по кілька годин в день мали змогу використовувати свій час в мережі не тільке для того щоб грати в ігри, слухати музику, проглядати різні відео та інше,але й щоб проводили час в інтернеті із користю, щоб сприяли своєму саморозвитку та навчанню. Дана ідея може допомогти молоді більш захоплюватися навчанням. Молодь знає соціальні мережі як ніхто інший і навчання там може стати дуже популярним. У такий спосіб вони мали б змогу обмінюватися своїми знаннями, ділитися новою інформацією, обговорювати незрозумілі теми, а також це можливість отримувати дистанційну освіту тим підліткам, які в силу певних життєвих причин не можуть відвідувати школу.

Перед суспільством стоїть задача – створення в Інтернеті культурного сегменту, спеціально орієнтованого на молодих людей і конкуруючого з низькокультурними ресурсами. А також підтримка так званої «віртуальної етики», задачами якої має бути:

1) закріплення моральних норм і цінностей, які будуть діяти в мережевому суспільстві;

2) соціальний контроль за поведінкою користувачів Інтернет;

3) моральна оцінка процесів віртуальної комунікації;

4) введення певних обмежень і заборон.

Існує ряд напрямків, в яких може реалізовуватися зазначена задача. В першу чергу, Інтернет є невід’ємною частиною молодіжного дозвілля. Адже відомо, що дозвілля, його зміст та наповнення має величезний вплив на формування і розвиток особистості молодої людини, на становлення її базової культури. Тому педагогічне освоєння Інтернету має містити в собі організацію дозвілля, створення Інтернет-сайтів, які задовольнятимуть потреби молодих людей і в той же час сприятимуть їхньому особистісному розвитку та успішній соціалізації.

Таким чином, соціальні мережі мають як позитивні, так і негативні аспекти їхнього використання. Саме тому велике значення займає профілактика Інтернет- залежності, яка пов’язана з виявленням та виправленням негативних інформаційних, педагогічних, психологічних факторів, що зумовлюють відхилення в психічному і соціальному розвитку дітей та молоді.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1.  Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление  личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы / Н.В. Амяга. - М., 1991.- С. 37-74.

2. Аносов В.Д. Исходные посылки проблематики информационно- психологической безопасности / В.Д. Аносов, В.Е. Лепский. – М., 2003. – 190 с.

3. Андерсон П. Переходы от античности к феодалізму / П.Андерсон. — М.: Территория будущего, 2007. — 288 с.

4. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб. для вузов / Галина Михайловна Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 376 с. – Библиогр. : С. 370- 374.

5. Бурдье, П. Структуры практики / П. Бурдье // Современная социальная теория. – Новосибирск, 1995. – С. 16–32.

6. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 322 с.

7. Бабенко Ю. А. Вільний час і дозвілля української молоді в умовах нової соціокультурної реальності / Ю. А. Бабенко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2013.

8. Баткаева Е. Р. Роль социальных сетей в социализации молодежи [Электронный ресурс] // «Парето» информационно-политический центр. URL: http://www.paretocenter.ru/smi-59.html(дата обращения: 19.11.2012).

9. Бондаренко C.B. Культура мобильных телекоммуникаций.-Ростов-на-Дону: ЗАО «Книга» / С. В. Бондаренко. - 2007. - 352 с.

10. Бондаренко C.B. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ.-Ростов-на-Дону / С.В. Бондаренко. - 2004. - 320 с.

11. Браславец Л.А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы/ Л.А. Браславец// Вестник ВГУ. Серия: Филология и журналистика. – 2009. –№1. – С. 125-132.

12. Белинская Е. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты / Е. Белинская, А. Жичкина.- М.: ЮНИТИ, 2009 – С. 165.

13. Бабаева Ю.Д. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова; Под ред. А.Е. Вой-скунского. – М.: Наука, 2000.

14. Войскунский А. Е. Психологические аспекты деятельности человека в Интернет-среде / А. Е. Войскунский // 2-ая Российская конференция по экологической психологии: тезисы. – М.: Экопсицентр РОСС, 2000 – С. 269- 270.

15. Винсент Дж. Передача эмоций с помощью мобильного телефона. Информационное общество / Дж. Винсент. - 2010. - №2. - С. 46-56.

16. Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу/ В. Д. Винник // Философия науки. - 2012. - №4 (55). - С. 110-126.

17. Винер Н. Кибернетика и общество / И. Винер; Под ред. Э.Я. Кольмана. - М.: ИнЛит, 1958. – С. 200.

18. Васильева И.А. Психологические аспекты применения информационных технологий // Вопросы психологии / И.А. Васильева, Е.М. Осипова, Н.Н. Петрова. – 2002. - № 3. - С. 80-88.

19. Войскунский А.Е. Исследования Интернета в психологии // Сборник «Интернет и российское общество» / А.Е. Войскунский; Под ред. И. Семенова. Центр Карнеги. М.: – 2002.- С. 21–25.

20. Выготский Л.C. Психология развития как феномен культуры. Избранные психологические труды / Л.С. Выготский ; под ред. М.Г. Ярошевского. – М.: Институт практической психологи, 1996. – 510 с.

21. Гавловський В. Д. До питання захисту персональних даних у соціальних мережах / В. Д. Гавловський // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – 2011. – № 24. – С. 252-262.

22. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи / Е.И. Горошко. – Саратов.: – 2009. С. 11–27.

23. Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении / Е.И. Горошко. – Харьков.: 2009. – С. 79.

24. Горошко Е.И. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики / Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина. – 2010. –№12. – С.105–124.

25. Гребліовський М.Я. Трудова терапія психічно хворих / М.Я. Гребліовський.- М.: 1996. с.126-132.

26. Гревцов В. Е. Развитие социальных связей и отношений в виртуальных сообществах. // Социосфера / В.Е. Гревцов. - №1, 2010. - с. 59-62.

27. Демків О. Б. Розвиток та основні напрямки мережевого аналізу // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна / О.Б.Демків. – 2003. – c. 161-166.

28. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2012. – С. 179-184.

29. Девтеров І.В. Характер соціальних комунікацій в мережі Інтернет/ І. В.Девтеров // Теорія і практика упр. соц. системами. – 2011. – №3. – С. 66-72. 34. Дедова О. В. О языке Интернета / О.В. Дедова // Вестник МГУ. Сер. 9, Филология. – 2010. – N 3. – С. 25-38; 17.

35. Загладина Х.Т. Социализация подростков и молодежи: роль бизнеса, гражданского общества и государства // Воспитание школьников / Х.Т. Загладина. - 2011.- № 2.-С. 29-32.

36. Зубрилин A.A. Эмигрировавшие в Интернет // Человек / А.А. Зубрилин, Р.И. Александрова. – 2002 .- №4.- С. 131-137.

37. Заморский В.В. Роль социальных сетей в ценностных трансформациях молодежи / В.В. Заморський // Ист., философ., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. – 2013. – № 5/2. – С. 60-63.

38. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0.- СПб,2002.- 224с.

Информация и социализация подростка // Мир психологи / Д.В. Иванов. – 2010. – № 3. – С. 90-134.

39. Івашньова С. В. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті / С. В. Івашньова // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого- педагогічні науки. – 2012. – № 2. – С. 15-17.

40. Кудашкіна О. З. Кіберсоціалізація як новий вид соціалізації у віртуальному середовищі. // Соціальна педагогіка: теорія та практика, / О.З. Кудашкіна.- 2011. - № 1. – с. 12 – 18.

41. Кон, И. С. Социология личности / Игорь Семенович Кон. – М. : Политиздат, 1976. – 383 с

42. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз: Автореф… дис. канд. соціол. наук: С. М. Коноплицький . – К.: 2007. – 17 с.

43. Ксенофонтова И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор / И.В. Ксенофонтова. - Сборник статей Отв. ред. Каргин А.С: М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. С. 285 - 294.

44. Лукашевич М. П. Особливості соціалізації української молоді в сучасних умовах / М. П. Лукашевич // Теорія і практика управління соціальними системами: фі- лософія, психологія, педагогіка, соціологія. – 2009. – №4. – С. 34–36.

45. Найштетік Є.В. Соціальна мережа як система множинних рефлексій / Є.В.Найштетік. – Електронний ресурс. Режим доступу: http://skabber.nir.com.ua.

46. Павловский В. В. Ювентология: проект интегративной науки о молодежи : моно- графия / В. В. Павловский. – М. : Академ. проект, 2001. – 304 с. 133 Політологія.

47. Плешаков В.А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности // Проблемы педагогического образования / В.А. Плешаков. - сборник научных статей: под ред. В.А. Сластёнина, Е.А. Левановой. - М.: 2005. Вып. 21 - С. 48-49.

48. Плешаков В.А. О социальном воспитании в контексте киберсоциализации человека // Вопросы воспитания / В.А. Плешаков. – 2010. - № 4 (5). -С. 89-98.

49. Прохоров.Є.П. Социальные сети и Інтернет, секреты Интернета / Є.П. Прохоров. – Октябрь., 2006.- с. 80.

50. Роберт К.В. Основные направления научных исследований в области информатизации профессионального образования / К.В. Роберт, В.А. Поляков. - М.: Образование и інформатика,2004. - 68 с.

51. Ритцер Джордж. Современные социологические теории. 5-е изд. / Джордж Ритцер. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.

52. Самоненко И. Ю. Влияние современной информационной среды на культуру общения школьников / И. Ю. Самоненко // Социол. исслед. – 2009. – №4. – С. 137–142.

53. Силаева В. Л. Интернет как социальный феномен / В. Л. Силаева // Социол. ис- след. – 2008. – №11. – С. 101–107.

54. Соціологія: підручник / за ред. В. Г. Городяненка. – 3-тє вид., переробл. і доп. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 544 с.

55. Социальная психология: учебное пособие для студ. высших учеб. заведений / А. Н. Сухов, А. А. Бодалев, В. Н. Казанцев и др. – М.: Издат. центр «Академия», 2001. – 600 с.

56. . Симхович В. Проблемы социализации молодежи в сетевом обществе / В. Симхович // Spoleczenstwo sieci. Tom I. Gospodarka sieciowa w Europie srodkowej i wschodniej. Pod red. Slawomira Partyckiego. – Lublin: Wydawnictwo KUL, 2011. – С. 201-205.

57. Семенов Д. И. Cетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности / Международный журнал экспериментального образования / Д.И. Семенов, Г.А. Шушарина. — 2011. — № 8. — С. 135 с.

58. Силаева В.Л. Интернет как социальный феномен. Социологические исследования / В.Л. Силаева. - 2008. - №11. - С. 101.

59. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации / А.В. Соколов.- СПб.: Университетская книга, 2002. - 208 с.

60. Солдатова Г.В. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследование представлений детей и взрослых об Интернете / Е.Ю. Зотова, А.И. Чекалина, О.С. Гостимская. Под ред. Г.В. Солдатовой. - М.: 2011.- 176 с.

61. Соколов М. М. Онлайн дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / М.М. Соколов. - СПб.: Издательство СПбГУ. - 2006.- С. 9-39 с.

62. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г.Н. Трофимова. – М.: 2004. - 300с.

63. Тихонова С.В. Логика современной коммуникационной революции // Гуманитарные и социально-экономические науки. Сер. Социология / С.В. Тихонова. – 2007. - № 1. - С. 58 – 65.

64. Tащенко А. К. Форми соцiалiзацiї молодi в умовах перехiдного суспiльства / А. К. Tащенко // Iнформоенергетичнi технологiї адаптацiйних процесiв життєдiяльностi на початку III тисячолiття : зб. наук. пр. – К. : Вища освiта, 2001. – Вип. 1. – С. 269–273. 6. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : ACT, 2004. – 781 с.

65. Українська О.О. Інформатизація суспільства та ризики сучасності. // «Культура народов Причерноморья», 2011. – № 212. – с. 155 – 158.

66. Фельдштейн Д.И. Психология взросления: структурно-содержательные характеристики процесса развития личности: избранные труды / Д.И. Фельдштейн. - М.: МПСИ Флинта, 1999. - 672 с.

67. Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций (социокультурный анализ) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра соц. н. : спец. 22.00.06 / А. В.Чистяков. – Ростов-на-Дону, 2006. – 58 с.

68. Чудова Н.В., Евлампиева М.А., Рахимова Н.А. Психологические особенности коммуникативного пространства Интернета // Медиапсихология / Н.В. Чудова. - М.: 2001.

69. Черняева К.О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: Автореф … канд. соц. Наук / К.О. Черняева. - Саратов, 2010. - 22 с.

70. Черняева К.О. Культурная идентификация в социальных сетях Интернета // Вестник ПАГС / К.О. Черняева. – 2010. - №1. – С. 209-214.

71.Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций: социокультурный анализ / А. В. Чистяков. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. пед. ун-т, 2006. – 278 с.

72. Шадських Ю. Г. Еволюція смислового значення поняття "віртуальна реальність" / Ю.Г. Шадських // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . Філософ. науки. – 2012. – № 723. – С. 73-78.

73. Шипицин А.И. Феномен социальных сетей в современной культуре // Известия Волгоградского государственного педагогического университета / А.И. Шипицин. – 2011. - №3 – С. 36-40 с.

74. Ядов, В. А. Социологическое исследование : методология, программа, методы / Владимир Александрович Ядов. – Самара : Самарский ун-т, 1995. – 331 с.

75. «ВКонтакте», «Одноклассники» та Facebook лідирують серед соціальних мереж в Україні. - GfK Ukraine/Новини та матеріали/Прес-релізи GfK Ukraine/Матеріали. - October 11, 2012, 00:22. – Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.gfk.com/gfkukraine/htdocs/public\_relations/press/press\_articles/009018/index.ua.html.

**ДОДАТОК А**

**Анкета**

Запрошуємо Вас взяти участь в соціологічному опитуванні, присвяченому вивченню думки молоді про вплив соціальних мереж на соціалізацію. Це дослідження проводиться виключно в наукових цілях, і зібрані дані будуть використані в узагальненому вигляді. Сподіваємося, що представлені питання не викличуть у Вас труднощів і будуть Вам цікаві.

Для того, щоб заповнити анкету, обведіть кружечком номер того відповіді на питання, який збігається з Вашою думкою, або запишіть відповідь самі, якщо він не наводиться. При відсутності будь-яких вказівок, необхідно вибрати одну відповідь.

1.В якому віці Ви почали користуватися Інтернетом? (Вкажіть в цифрах)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Які цілі використання Вами Інтернету? (Відзначте навпроти кожної цілі ступінь важливості для Вас)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Мета | Основна мета | Другорядна мета | Не використовую для цієї мети |
| Пошук інформації |  |  |  |
| Огляд новин |  |  |  |
| Завантаження файлів |  |  |  |
| Мультимедіа |  |  |  |
| Перегляд фільмів онлайн |  |  |  |
| Онлайн ігри |  |  |  |
| Освітні програми |  |  |  |
| Робота в інтернеті |  |  |  |
| Ведення форуму |  |  |  |
| Спілкування |  |  |  |
| Інтернет магазини |  |  |  |
| Інше(вкажіть) |  |  |  |

3. Ви зареєстровані в соціальних мережах?

1) Так

2) Ні (перехід до питання №18)

4. В яких соціальних мережах Ви зареєстровані? (Можливо кілька варіантів відповіді)

Твітер

Мій світ

В колі друзів

Facebook

Світ тісний

Instagram

Foursquare

Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Що спонукало Вас зареєструватися в соціальних мережах?

1) Поради друзів

2) Випадково побачив в Інтернеті

3) Зацікавила реклама на ТВ / в пресі

4) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5) Важко відповісти

6. З якою метою Ви реєструвалися в соціальних мережах?

1) Спілкуватися з друзями

2) Слухати музику, дивитися відео, фотографії та інше

3) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7. Як часто ви відвідуєте свою сторінку в соціальних мережах?

1) Я завжди онлайн

2) Кожні декілька годин

3) Декілька разів в день

4) Тільки вранці

5) Декілька разів в тиждень

Інше (вкажіть)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8. Скільки часу ви проводите в соціальних мережах?

1) Більш 5 годин в день

2) 2-3 години в день

3) Годину в день

4) Декілька годин в тиждень

5) Інше (вкажіть)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10.Готові Ви витрачати кошти в соціальних мережах? (На подарунки, додатки, доступ до спеціальних функцій тощо.)

1) Так, мені не шкода на це грошей

2) Я можу витратити гроші, тільки якщо мене щось дійсно зацікавить

3) Не бачу вагомих причин для витрачання грошей в соціальних мережах

4) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11. Ви часто знайомитеся в соціальних мережах?

1) Так, знаходжу близьких за інтересами людей і спілкуюся з ними в звичайному житті

2) Часто, але ці люди залишаються для мене віртуальними друзями

3) Не шукаю знайомств в інтернеті, мої друзі в соціальних мережах з реального життя

4)Я не схвалюю віртуальні знайомства взагалі

Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12. Чи використовуєте Ви в соціальних мережах псевдонім замість імені / прізвища? Якщо так, то чому?

1)Так \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2) Ні

13. Чи займаєтесь Ви адмініструванням будь-яких груп / публічних сторінок / спільнот в соціальних мережах? Якщо так, то яких?

1)Так \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2) Не займаюся

14. Як Ви вважаєте, чи впливає надмірне захоплення соціальними мережами на становлення особистості підлітків і молоді? (Прокоментуйте, будь ласка, свою відповідь)

1) Впливає позитивно

2) Впливає негативно

3) Ніяк не впливає

4)Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Коментар: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

15. Відмітьте, які зразки поведінки, на Вашу думку, найчастіше транслюються в соціальних мережах? (Можливо кілька варіантів відповіді)

1) Заняття спортом

2) Здорове харчування

3) Пропаганда наркотиків / алкоголю

4) Агресивна поведінка

5) Націоналізм

6) Мода на читання книг

7) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

16. Опишіть, будь ласка, позитивні і негативні наслідки реєстрації в соціальних мережах.

Позитивні: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Негативні: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

17.Ваша стать:

1) Чоловічий

2) Жіночий

18. Ваш вік:

1) Менш 18-ти

2) Від 18 років до 21 року

3) Від 22 до 25 років

4) Від 25 до 30 років

19.Ваша освіта:

1) Середня

2) Середня спеціальна

3) Незакінчена вища

4) Вища

20. Вкажіть Ваш рід занять:

1) Робочий

2) Спеціаліст

3) Керівник

4) Підприємець

5) Домогосподарка (ін)

6) Студент (ка)

7) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дякую за участь в опитуванні!

**ДОДАТОК Б**

**Бланк опитування**

Запрошуємо Вас взяти участь в соціологічному опитуванні, присвяченому вивченню думки молоді про вплив соціальних мереж на соціалізацію. Це дослідження проводиться виключно в наукових цілях, і зібрані дані будуть використані в узагальненому вигляді. Сподіваємося, що представлені питання не викличуть у Вас труднощів і будуть Вам цікаві.

Для того, щоб заповнити анкету, обведіть кружечком номер того відповіді на питання, який збігається з Вашою думкою, або запишіть відповідь самі, якщо він не наводиться. При відсутності будь-яких вказівок, необхідно вибрати одну відповідь.

1.Ви зареєстровані в соціальній мережі «Facebook»?

1) Так

2) Ні (перехід до питання №5)

2.Оценіть ступінь своєї активності в соціальній мережі «Facebook»:

1) Є активним користувачем: проводжу вільний час в соціальних мережах, ділюся фотографіями, багато спілкуюся.

2) Періодично відвідую свою сторінку, своєчасно відповідаю на повідомлення, стежу за новинами.

3) Заходжу рідко - тільки по потребі або щоб відповісти на повідомлення

4) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.Скільки часу Ви проводите в соціальній мережі «Facebook»?

1) Більше 5 годин на день

2) 2-3 години в день

3) Близько години в день

4) Кілька годин в тиждень

5) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Якщо б Вам довелося вибирати, що з перерахованого на картці Ви б визнали найбільш важливим? А що було б другим за важливістю? (Вкажіть потрібну цифру в таблиці нижче)

1. Підтримка високого рівня економічного зростання.

2. Забезпечення надійної обороноздатності країни.

3. Створення таких умов, коли люди мають великі можливості вирішувати, що повинно робитися у них на роботі, за місцем проживання.

4. Турбота про красу і благоустрій міст і сіл.

5. Підтримувати порядок в країні.

6. Надання народу більше можливостей впливати на рішення уряду.

7. Боротьба з підвищенням цін.

8. Захист свободи слова.

9. Підтримка стабільної економіки.

10. Рух в напрямку від знеособленого до більш гуманного суспільства.

11. Боротьба зі злочинністю.

12. Рух у напрямку до суспільства, в якому ідеї цінуються більше грошей.

Повідомте, будь ласка, деякі відомості про себе.

6.Ваша стать :

1) Чоловічий

2) Жіночий

7. Ваш вік:

1) Менш 18-ти

2) Від 18 років до 21 року

3) Від 22 до 25 років

4) Від 25 до 30 років

8.Ваша освіта:

1) Середня

2) Середня спеціальна

3) Незакінчена вища

4) Вища

9. Вкажіть Ваш рід занять:

1) Робочий

2) Спеціаліст

3) Керівник

4) Підприємець

5) Домогосподарка (ін)

6) Студент (ка)

7) Інше (вкажіть) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дякую за участь в опитуванні!