

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра галузевої соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНСТВА»

Спеціальність: 054 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціологія»

Освітній ступінь: бакалавр

Кваліфікація: бакалавр соціології

Виконавець:

Сердюк Єлизавета Володимирівна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:

Черних Геннадій Андрійович,
кандидат соціологічних наук, асистент

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри галузевої соціології

Протокол № _____ від « ____ » _____ 2021р.

Зав. кафедри _____ доц. Безрукова О.А.

Київ 2021

Реєстрація

номер	дата	підпис лаборанта кафедри
-------	------	--------------------------

Рекомендовано до захисту

підпис наукового керівника	ініціали , керівника	прізвище наукового
----------------------------	----------------------	--------------------

Результат захисту

оцінка	дата захисту
--------	--------------

Голова ДЕК

підпис	ініціали ,	прізвище
--------	------------	----------

Члени ДЕК

підпис	ініціали ,	прізвище
--------	------------	----------

підпис	ініціали ,	прізвище
--------	------------	----------

підпис	ініціали ,	прізвище
--------	------------	----------

підпис	ініціали ,	прізвище
--------	------------	----------

Секретар ДЕК

--	--

підпис

ініціали

прізвище

,

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІОЛОГІЇ.....	8
1.2 Інтернет-комунікація в соціологічних дослідженнях.....	11
Висновки до першого розділу.....	15
РОЗДІЛ 2. ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	16
2.2. Ціннісні орієнтації студентів.....	19
Висновки до другого розділу.....	22
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ- КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЗАСОБУ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ.....	23
3.1 Опис дослідницької методології.....	23
Завдання емпіричного дослідження.....	24
Методи дослідження:.....	25
3.2. Інтерпретація результатів дослідження.....	27
Висновки до третього розділу.....	36
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	46

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне суспільство знаходиться під повним впливом науково-технічного прогресу. Сучасна економічна стратегія, яка переважно орієнтується на практичне використання новітніх наукомістких технологій, призвела до швидкого розвитку процесу розробки та поширення інновацій у галузі інформаційно-комунікаційних технологій (інфокомунікації). Їх революційний вплив стосується способу життя людей, освіти та роботи, а також взаємодії між урядом, бізнесом та громадськістю. Інформаційне спілкування дає змогу компаніям і корпораціям збільшити зростання продуктивності праці, пришвидшити поширення різних технологічних інновацій. З розповсюдженням Інтернету та електронної комерції інформаційне спілкування стало ключовим фактором нової економіки, що логічно відображається у появі концепції „інформаційного суспільства”, що характеризує новий якісний стан сучасної цивілізації. У цьому контексті як бізнес, так і суспільство є законними і виправданими вимогами до сучасних інформаційних технологій та методів, які забезпечували б комунікаційні взаємодії між соціальною, економічною та політичною сферами, які адекватно відображають інноваційні перетворення.

Представляючи Інтернет в соціологічному підході насамперед як інформаційно-комунікаційний простір, ми спочатку поставили перед собою завдання створити модель структурної архітектури цього простору, визначивши основних учасників угорської Інтернет-спільноти, характер їх соціальної діяльності, їх зміст та роль.

Комунікаційне середовище Інтернету ініціює різні форми соціальної активності учнів, що виявляється насамперед у творчій діяльності, спричиненій організацією цього середовища та розвитком соціальних взаємодій. Кожен представник цієї соціальної групи виступає як комунікативна особистість, зі своїми унікальними уподобаннями та мотивами, що розвиваються під час спілкування як комунікативна

компетентність особистості. Студенти стають дедалі активнішою віртуальною сутністю в Інтернет-спілкуванні.

Інформаційно-комунікаційні технології зарубіжних досліджень (Р. Арон, С. Баумен, Д. Белл, З. Бжезінський, М. Глазер, В. Мейер, О. Тоффлер, Б. Хілл та ін.) Та української (В. Андрущенко) , О. Базалук, В. Бех, В. Заболотний, В. Зінченко, О. Міщенко, Н. Морс, О. Пінчук, О. Спіріна та ін.) Студенти, які наголошують, що спілкування є одним із найважливіших явищ у суспільство глобальної комунікації. Однак, незважаючи на актуальність інформаційно-комунікаційних технологій, особливості спілкування соціальних працівників в Інтернеті недостатньо висвітлені.

Метою є дослідження особливостей використання інтернет-комунікацій як засобу формування ціннісних орієнтацій студентства.

Завдання дослідження:

- здійснити теоретико-методологічний аналіз підходів до дослідження інтернет-комунікацій в соціальних науках;
- методично обґрунтувати та організувати емпіричне дослідження цінностей студентів в інформаційному просторі мережі Інтернет;
- емпірично дослідити моделі механізмів становлення цінностей українського студентства в інтернет-комунікаціях.

Об'єкт: інтернет-комунікацій.

Предмет: механізми становлення цінностей студентства в інтернет-комунікаціях.

Теоретична цінність роботи полягає в тому, що в роботі проведений комплексний теоретичний аналіз сучасної літератури з теми дослідження,

Практичне значення роботи полягає у розробці власної анкети щодо насиченості медіаінформацією у студентському житті та у визначенні впливу медіаінформації на студентські цінності.

Структура та обсяг курсової роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Список використаних джерел містить 60 найменування. Основний зміст дослідження викладений на 36 сторінках. Робота містить 10 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІОЛОГІЇ

1.1. Основні підходи до визначення поняття інтернет-комунікація

Інтернет-комунікація розглядається як соціальна взаємодія суб'єктів, яка здійснюється в Інтернеті вербальними та невербальними засобами. Вони аналізують проблеми вивчення Інтернет-спілкування та визначають його характеристики. Вони стверджують, що спілкування в Інтернеті в політичному просторі, на противагу іншим комунікаційним засобам може бути охарактеризовано суттєвими перевагами, котрі сприяють розвитку двосторонньої суб'єкт-суб'єктної моделі комунікаційної взаємодії. При цьому, взаємодія, що відбувається у віртуальному політичному просторі одночасно і стимулює активність суб'єкта, і ізолює його від політичної реальності. Ми представляємо результати емпіричного дослідження суб'єктивної оцінки впливу молоді на різних соціальних суб'єктів, а також Інтернет-середовище на формування та розвиток ознак політичної суб'єктивності. Було встановлено, що вплив Інтернет-комунікації на розвиток політичної суб'єктивності оцінюється респондентами на рівні впливу мікро- та мезосередовища та, як правило, вищий за вплив політичних партій та державних установ.

Як і всі науки, соціологія має спосіб набути їх поза реальними знаннями. Ця категорія в соціології включає систему соціологічних досліджень з усіма процедурами та етапами її здійснення. Соціологічне дослідження розглядається як система логічно узгоджених методологічних, методологічних та організаційно-технічних процедур, які підпорядковані єдиній меті: одержанню точних об'єктивних даних про соціальне явище чи процес, що досліджується. Соціологічні дослідження слід відрізнити від

соціальних досліджень. Суспільні науки - це дослідження, що проводяться в інших соціальних науках - економіці, політології, праві, етнографії, демографії тощо.

Віртуальне спілкування має ряд переваг в порівнянні з реальним спілкуванням: комунікація стає легшою, зникають психологічні бар'єри, створюються умови для більш творчого вираження особистості [Волкова, 2017: с. 45]; зникають комунікативні бар'єри, пов'язані з зовнішнім виглядом партнерів по спілкуванню, труднощі зумовлені відсутністю комунікативної компетентності (невербальної) відходять на другий план [Мамчур, 2019: с. 17]; реалізуються цінності свободи, здатності особистості до самореалізації і самоствердження [Краснякова, 2018: с. 15]; в інтернет-співтоваристві людина-образ дорівнює тексту [Волкова, 2017: с. 46]; специфічні норми спілкування (більша розкутість у спілкуванні тощо); вибіркова трансляція соціальних стандартів; вплив на хід комунікативної взаємодії відбувається шляхом встановлення деякої соціальної ієрархії між партнерами по спілкуванню [Бондаренко, 2020] і т.д.

На думку А. Краснякової, Інтернет-спілкування - це взаємодія різних суб'єктів, що здійснюється вербальними та невербальними засобами в мережі з метою обміну інформацією та створення нових соціальних зв'язків [Краснякова, 2018: с. 246]. Комунікативні можливості, що надаються Інтернетом, відкриті для соціальних працівників для надання соціальних послуг людям, навіть віддаленим проєктам. Основною метою Інтернет-спілкування у професійній роботі соціального працівника є: надання допомоги особам, які опинились у важкій життєвій ситуації; поширення знань у суспільстві та вироблення навичок запобігання здоровому способу життя, соціально небезпечній поведінці, самопомозі та насильству та взаємодопомозі у разі порушення прав та свобод громадян; соціальна допомога.

Г. Остапенко виділяє деякі характерні особливості Інтернет-комунікації серед яких: географічна віддаленість долається можливостями Інтернету;

бідне емоційне наповнення повідомлень; відсутність можливості використання невербальних засобів комунікації, анонімність та ін. [Остапенко, 2018: с. 115].

Сучасна молодь переважно користується Інтернетом для спілкування, однак Інтернет є не лише засобом зв'язку, а радше засобом створення особливого молодіжного соціального середовища. В ньому існують своя специфічна мова спілкування («смайлики» на позначення емоцій, аббревіатури, подвоєння окремих слів і т.д.) [Бондаренко, 2020].

Відтак, самопрезентація особистості в комунікаційному середовищі Інтернету є першочергово важливою в сучасному світі, що неодмінно призводить до зміни функцій віртуального світу [Черняєва, 2018: с. 15].

В епоху активного використання Інтернету та комп'ютерних технологій вираження своїх думок та почуттів відбувається переважно невербальним шляхом. Такі зміни зовнішнього світу мають неодмінний вплив на внутрішній світ людини формуючи новий тип ідентичності, так звану "візуальну" ідентичність, на протигагу "вербальній" [Кубрак, 2017: с. 6].

Ігнат'єва Е.А. вважає, що для віртуального спілкування необхідно мати комунікативні вміння - «..комплекс комунікативних дій, заснованих на високій теоретичній та практичній підготовленості особистості до міжособистісного спілкування» [Чемеркін, 2019: с. 18]. Такі віртуальні вміння передбачають здатність віртуальних партнерів по спілкуванню оцінити свого співрозмовника, шляхом створення його психологічного портрета, сприймати цифрову інформацію та використовувати її для вибудовування стосунків, випрацьовувати індивідуальний спосіб взаємодії з іншою людиною та вміти представити себе в такій взаємодії. Останнє, власне, і є основним критерієм оцінки рівня розвитку в людини вмінь віртуальної комунікації [Чемеркін, 2019: с. 18].

Інший вітчизняний дослідник соціальних комунікацій Різун В.В. зазначає, що віртуальна комунікація полегшує проблему нерівноправності у

масовій комунікації. Адже в Інтернет-мережі усі стають рівними у своїх правах висловлювати думку: і професійні комуніканти, і комунікати, і представники еліти суспільства, і прості громадяни. На думку дослідника, кожен може стати «господарем» віртуального полілогічного середовища спілкування [Бінько, 2018: с. 16]. Окрім цього, аналізуючи особливості створення іміджу людини в інтернет-просторі, Адамянц Т. З. наголошує на обов'язковому використанні різних соціальних технологій [Варій, 2018: с.118].

Отже, комунікація в мережі Інтернет – це такий акт комунікації між людьми, який одночасно є дуже сучасним та актуальним явищем, яке, втім багато в чому ще залишається малодослідженим. Вивчення особливостей взаємодії людей в Інтернет-просторі є невід'ємним аспектом у розумінні взаємовідносин між людьми, розумінні принципів та механізмів, а також ймовірних труднощів у перенесенні знайомств в реальне життя.

1.2 Інтернет-комунікація в соціологічних дослідженнях

Інтернет-соціологія є досить новим та перспективним напрямком дослідження, адже дослідження особливостей комунікативних процесів як на міжособистісному, так і міжгруповому рівнях в мережі Інтернет на сьогодні є мало вивченим.

Соціологія, як і будь-яка інша наука, послуговується рядом методів для отримання наукових знань. Серед них є як власне соціологічні, так і методи запозичені з інших наук, так звані, міждисциплінарні. Соціологічне дослідження має свою специфіку, яке відрізняє його від, наприклад, соціального, психологічного тощо. Одним із суто соціологічних методів дослідження, які використовують для вивчення особливостей інтернет-комунікацій, є метод конкретного соціологічного дослідження (CSD).

Конкретне соціологічне дослідження (CSD) складається з таких елементів:

- 1) об'єкт - процеси та явища соціальної дійсності;
- 2) предмет - дослідник-соціолог або група соціологів;
- 3) досягнення певної мети та вирішення конкретних завдань;
- 4) інструменти - науково-технічні та організаційні;
- 5) результат - нові знання про предмет дослідження або підтвердження вже відомих знань.

У здійсненні конкретних соціологічних досліджень існує багато етапів, які відрізняються за своїм характером та змістом, формою та процедурами.

Метою теоретичного дослідження є глибоке узагальнення зібраного матеріалу і на основі цього отримання нових знань про предмет знання. Емпіричні дослідження зосереджені на розв'язання соціальної проблеми.

Одноразове дослідження надає інформацію про стан предмета аналізу, кількісні характеристики будь-якого явища або процесу на момент дослідження. Ця інформація називається статичною, оскільки вона відображає нібито миттєвий "зріз" характеристик об'єкта. Повторне обстеження - це перевірка однакових або різних квот, які проводяться кілька разів через певні проміжки часу. Повторні дослідження були розділені на когортні, панельні та поздовжні. Метою когортного дослідження є певна вікова група, яка залишається незмінною під час повторних досліджень. За умов панельного дослідження ті самі люди обстежуються з однаковими інтервалами. Поздовжнє - це дослідження, момент рецидиву якого визначається з урахуванням генезису досліджуваної популяції, тобто досягнення цього набору стадій розвитку.

Дослідницьке дослідження - це найпростіший тип соціологічного аналізу, який дозволяє розв'язувати обмежені проблеми. По суті, існує тест на інструменти, тобто методологічні документи: анкети, інтерв'ю, анкети, картки спостереження тощо. Програма таких досліджень була спрощена, сукупність досліджуваних агрегатів невелика. Дослідження інтелекту зазвичай передують поглибленому вивченню проблеми. При цьому вони визначають мету, гіпотези, запитання.

Дескриптивне дослідження є складнішим видом соціологічного аналізу. Він використовується для отримання емпіричної інформації, яка дає відносно цілісну картину досліджуваного соціального явища. Найважливішим видом соціологічних досліджень є аналітичне дослідження. Він не тільки описує елементи досліджуваного явища або процесу, але також дозволяє виявити основні причини. Аналітичне дослідження неможливе без детальної програми та інструментів. В основному він завершує пошукові та описові дослідження.

Згідно з умовами безперервного опитування, об'єктом є вся група респондентів, які належать до громади чи групи. Найбільшою з цих громад є населення країни. У вибіркового опитуванні описана лише одна представницька група.

Опитування студентів продемонструвало наступні результати (рис. 1.1.):

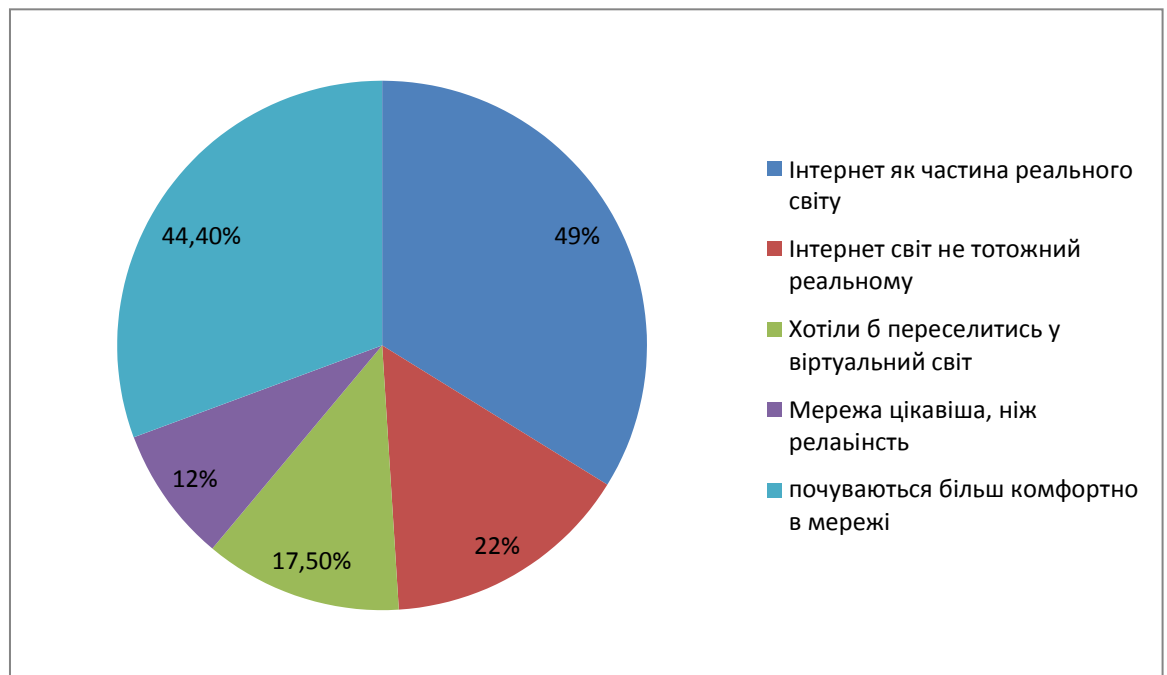


Рис. 1.1. Результати опитування студентської молоді щодо їх ставлення до Інтернет-мережі

Значна частка студентів сприймає Інтернет як частину реального світу (49%) і була б не проти переселитись у віртуальний світ (17,5%), адже те, що у

ньому відбувається є цікавішим (12%), привабливішим (25%), комфортнішим (37%) та більш зрозумілим (15%). Водночас лише 22% студентів чітко розмежовують світ реальний та світ віртуальний, надаючи перевагу першому. Такі результати є свідченням того, що Інтернет-мережа має значний вплив на студентів, створюючи масу стереотипів про віртуальний світ серед молоді.

Як зазначають дослідники, саме така можливість поекспериментувати з самоотождеченням є ключовою особливістю кіберпростору. Так, користувач може обирати ту роль, ім'я, манеру поведінки, спілкування, стать тощо, які можуть не співпадати з його реальними характеристиками. Відповідно інші користувачі будуть очікувати та сприймати його відповідно до обраного типу. Особливо наочно це проявляється в рольових онлайн-іграх, де користувач обирає персонажа та «приміряє» на себе разом з конкретним персонажем безліч архетипів, перевіряючи наскільки йому комфортно в такій ролі під час взаємодії з іншими гравцями [Белякова, 2019: с. 17].

Отже, створення віртуальної особистості є однією із ключових та унікально притаманних виключно Інтернет-простору особливостей, котрі дозволяють людині тимчасово спробувати себе в ролі когось абсолютно їй не притаманного [Каган, 2017: с. 234]. Однією з причин створення та використання віртуальної особистості може слугувати незадоволеність реальним життям або ж перенасиченість подіями в реальності, інтерес до пошуку нових відчуттів, створенні нової реальності, яка б стала рятівною або символічною.

Висновки до першого розділу

Інформаційно-комунікаційні технології - ефективний інструмент для розвитку професійної компетентності майбутніх соціальних працівників, що включає культуру спілкування в Інтернеті (дотримання етичних стандартів та правил спілкування), можливість передавати інформацію в соціальних мережах, консультування, листування, робота з різними типами та засобами масової інформації, ефективний пошук необхідних даних в Інтернеті, підвищення професійної та інформаційної компетентності. Подальші дослідження ми бачимо з проблеми підвищення інформаційно-комунікативної компетентності у професійній діяльності соціального працівника, у розробці методичного супроводу вчителів, щодо розвитку культури спілкування майбутніх соціальних працівників в інформаційному середовищі та правил мережевого спілкування.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДИ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Особливості інтернет-комунікація студентської молоді

Основними психологічними особливостями Інтернет-комунікації в соціальних мережах прийнято вважати наступні [Пиголенко, 2017: с. 10] (рис. 2.1):

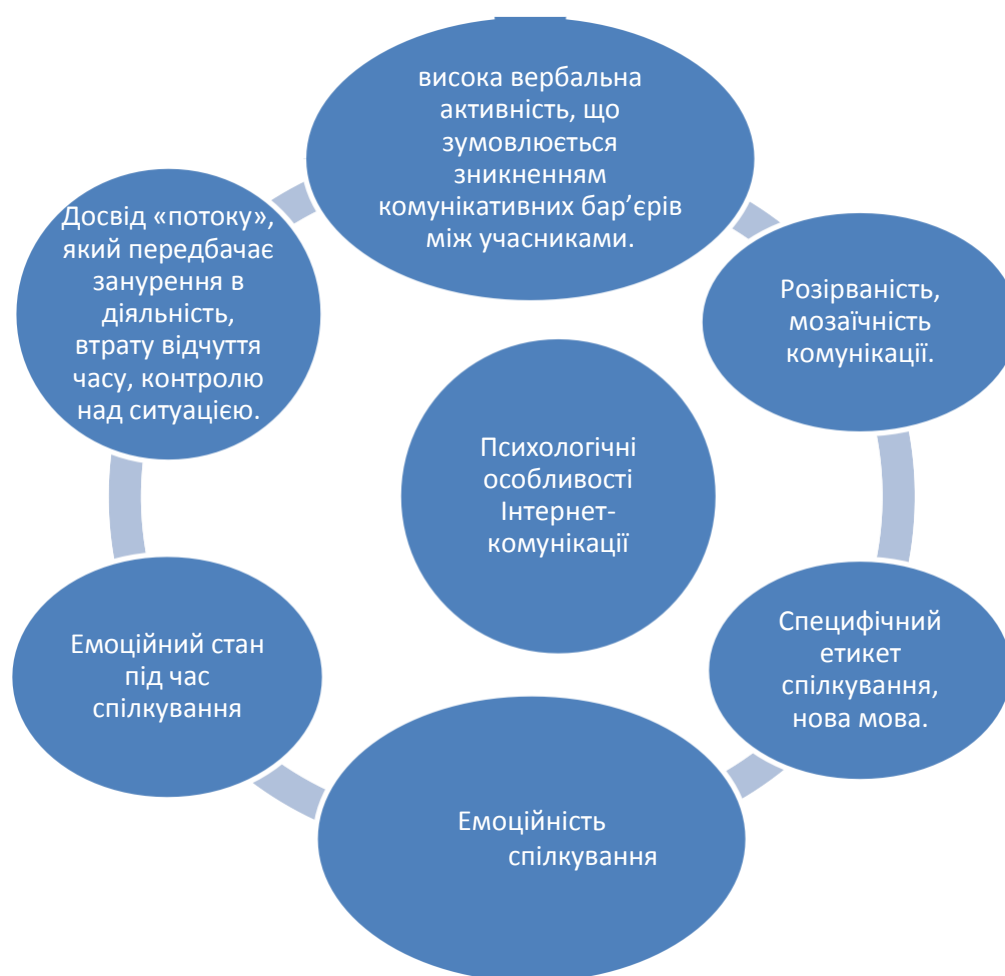


Рис. 2.1. Психологічні особливості Інтернет-комунікації

Підвищена вербальна активність зумовлюється легкістю комунікації через соціальні мережі. В реальному житті, створення ситуації

безпосереднього спілкування з партнером, потрібно докласти зусиль (відстань, час, витрати тощо), тоді як у віртуальному світі – це займає декілька секунд.

Окрім цього, соціальні мережі дозволяють зберігати анонімність, що з одного боку полегшує та зменшує неприємні емоції від спілкування, страх бути відштовхнутим, неприйнятим, а з іншого – знімає відповідальність за сказане, формує почуття безкарності за свої слова чи дії. Механізм самоконтролю в віртуальному світі працює зовсім інакше, адже функціонал соцмереж дає цілковитий простір для висловлення думок як публічно, так і приватно (можливість видалення своїх коментарів, повідомлень, коригування їх тощо). В деяких групах існують так звані «охоронці громадського віртуального порядку» - адміністратори групи, котрі можуть фільтрувати інформацію, блокувати користувачів, блокувати доступ до інформації небажаними особами, опрацьовувати скарги користувачів групи тощо.

Розірваність та мозаїчність комунікації в соціальних мережах зумовлена високою швидкістю комунікації та можливістю одночасної комунікації з багатьма користувачами. На противагу цьому, в реальності процес взаємодії з великою кількістю людей потребує значно більших ресурсів часу. В Інтернеті люди можуть онлайн переписуватись з кількома десятками або ж і сотнями людей одночасно, що звісно не сприяє глибині занурення в розмову, усвідомленні теми й висловленні справжніх думок. Окрім цього, часто таке спілкування може поєднуватись із виконанням певних завдань в реальності (перегляд телевізору, прийом їжі, навчання тощо). Швидкість відповідей та обмеженість часу на їх написання сприяє виникненню *особливого етикету спілкування та мови* користувачів соцмереж: мінімізації слів та заміні їх символами, аббревіатурами чи скороченими аналогами.

Відсутність невербального компонента спілкування під час компенсують шляхом обміну повідомленнями з підвищеним емоційним

забарвленням. З цією метою використовують «смайли» - символи облич, що виражають певні емоції; картини, фотографій чи «гіф»-зображення. Однак тут може виникати інша проблема – складнощі трактування таких символічних символів, їх контекст, власне, емоційна забарвленість.

Наступною психологічною особливістю Інтернет-комунікації є її *«потоківий» характер*. Він головним чином проявляється у занурені особистості в процес спілкування та інформацію, що постійно оновлюється. Так, більшість актів комунікації в соціальних мережах є спонтанними, стихійними, а тому виникає відчуття «втрати часу», що згодом може переростати в залежність та приймати хворобливий характер.

Як показують дослідження, використання Інтернету з метою комунікації має гендерну специфіку: чоловіки сприймають та використовують Інтернет як джерело інформації, розваг, роботи, «засіб убити час», тоді як жінки сприймають його як джерело інформації, як спосіб проведення часу і спілкування [Пиголенко, 2017: с. 452]. Звідси можна зробити висновок, що обмін інформацією є спільною метою для чоловіків та жінок, однак для чоловіків підтримка контактів є дещо менш важливою. Відрізняються також мотиви спілкування осіб різної статі: чоловіки користуються соцмережами аби підтримати стосунки з особами протилежної статі, нівелюючи при цьому цінність інформаційного обміну (на противагу бажанню інформаційного обміну з представниками своєї статі), тоді як жінки – рівною мірою переслідують цілі обміну інформації та підтримки стосунків [Пиголенко, 2017: с. 453].

Цікавою є також гендерна специфіка в переважаючих комунікативних діях в соціальних мережах: чоловіки частіше висувають аргументи в процесі спілкування з представниками одної статі, тоді як жінки віддають перевагу поширенню та обміну емоційно насиченими повідомленнями (використання графічних зображень емоцій, компліментів і т.п.).

2.2. Ціннісні орієнтації студентів

Поняття «цінностей особистості» доволі складне та неоднозначне. У широкому розумінні під поняттям «цінностей» розглядають абстрактні сенси, ситуативно важливі для індивіда моменти, які у контексті його соціального досвіду набувають особистісної значущість [Остапенко. 2018: с. 115]. Вужче розуміння опирається на визначення цінностей як духовної ідеї, що опирається на високу міру узагальнення та відповідає основним актуальним потребам особистості, що визначають значущість певних феноменів для неї.

Поняття «цінність», «ціннісна орієнтація» та «система цінностей» суміжні, але не однакові за своїм значення:

- цінність – це фіксоване у свідомості людини ставлення до певного об'єкта;
- ціннісна орієнтація – ширше поняття, що відображає структурний зв'язок та конкретизує особливості відношення особистості з середовищем, створюючи індивідуальну форму репрезентації особистісної цінності;
- система цінностей – сукупність ціннісних орієнтацій, згрупованих за мірою їх важливості для особистості [Брижко, 2018: с. 156].

Формування системи цінностей особистості в умовах трансформації суспільства є складним та багатогранним процесом, який реалізується за допомогою не лише самої людини як активного суб'єкта, але й відповідними інституційними організаціями. Фундаментальні перетворення, що відбуваються в українському суспільстві, свідчать про неможливість передачі «системи ціннісних координат» від батьків до своїх дітей, підростаючого покоління. Таким чином, ціннісні орієнтації людини виявляються взаємопов'язаними з поведінкою людини та значною мірою її визначають. Ціннісні орієнтації особистості формуються під впливом панівної в суспільстві системи цінностей [Беякова, 2019: с. 17].

Студентська молодь сьогодні відіграє важливу роль в українському суспільстві та є ціннісним індикатором його культурного та духовного розвитку. Студентський вік, як жоден інший віковий період, характеризується значними змінами, інтенсивно відбувається пошук сенсу життя та завершення формування усіх сфер особистості. Саме в студентському віці механізми соціалізації набувають найбільш очевидного та значимого характеру свого значення: засвоєння соціальної ролі студента, механізмів наслідування та механізмів соціального впливу з боку викладачів, студентської групи та соціокультурного середовища [Бінько, 2018: с. 16].

Ш. Шварц виділяє 10 типологічних ціннісних індексів життєвих цінностей, котрі поєднуються в укрупнені ціннісні категорії (рис.2.2.) [Соколов, 2017: с. 345]:

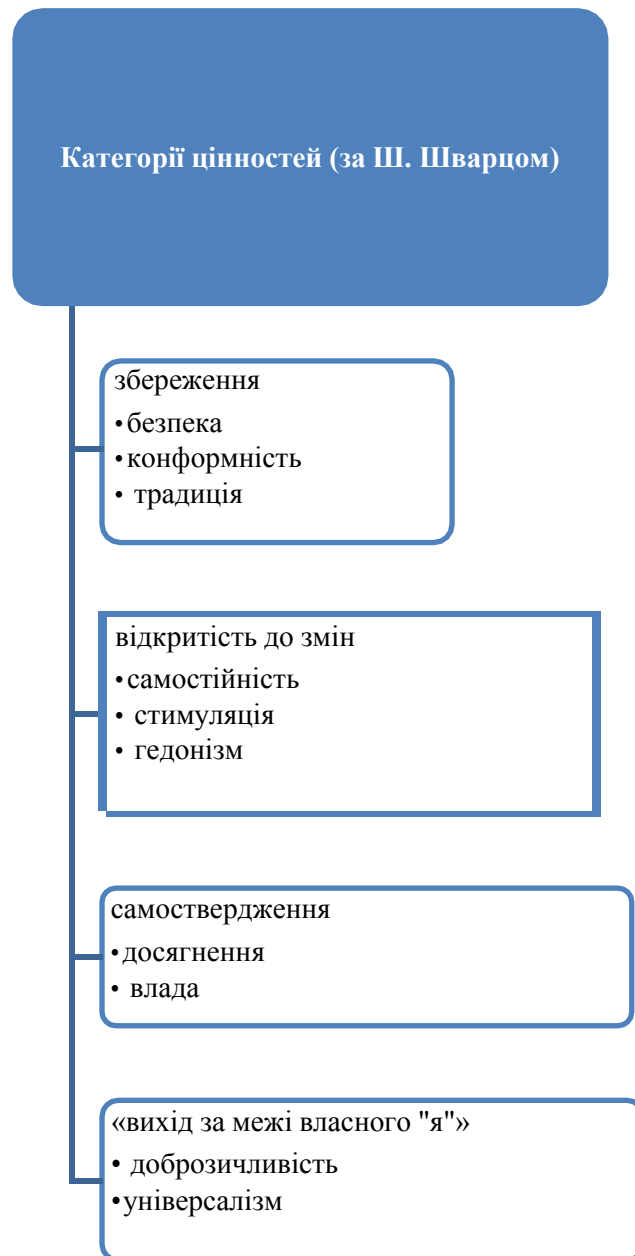


Рис. 2.2. Типологія ціннісних індексів життєвих цінностей та їх категорії (за Ш. Шварцом)

Отже, гармонійне поєднання різних груп та категорій цінностей в структурі особистості студентів, цілеспрямований розвиток та формування таких цінностей буде сприятливо позначатись на їх соціально-гуманістичній спрямованості.

Висновки до другого розділу

Інформаційно-комунікаційні технології сьогодні виступають як фактор соціокультурної реальності та революціонізують економічну та соціальну сфери людей, науку та освіту, культуру та побут. На наш погляд, здатність громадян використовувати нові інформаційні технології безпосередньо пов'язана із загальним підвищенням рівня життя. Отже, головним фактором, що стримує процес, є те, що нові інформаційні технології не доступні для всіх верств населення однаково. Однак слід розуміти, що зараз, а тим більше в майбутньому, розуміння процесів у суспільстві, пов'язаних з інформатизацією, значною мірою визначатиме стан фізичного та психічного здоров'я майбутніх поколінь.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЗАСОБУ ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТСТВА (на прикладі дослідження студентів факультету соціології КНУ ім. Тараса Шевченка)

3.1 Опис дослідницької методології

Для організації емпіричного вивчення механізмів створення цінності в інформаційному просторі за сукупністю конкретних прийомів та прийомів важливо визначити методологічні рівні, на яких базується вивчення проблеми. Як справедливо зазначають Т. Корнілов та С. Смирнов, "визначення методологічних рівнів в організації експериментальних досліджень є необхідним, оскільки часто потрібно переоцінювати нижчі рівні з урахуванням світогляду чи філософського звучання, тоді як технічна сторона дослідження правильно"[Бондаренко, 2020]. Водночас, крім розрізнення різних методологічних знань, важливо консолідуватись навколо конкретного предмета дослідження. Соціально-психологічний контекст дослідження особистості, на відміну від загальної психології, базується на вивченні рис особистості, характеристик та рис, що мають соціально-психологічний характер, тобто вони розвиваються в процесі міжособистісних стосунків. і, як справедливо зазначала В. Лабунська, впливають на появу нових відносин та певних типів взаємодій.

Програма соціологічного дослідження

Тема: Цінності студентів в інформаційному просторі

Територія проведення дослідження: м. Київ (КНУ імені Тараса Шевченка)

Проблемна ситуація: сьогодні цінності молоді та переважання матеріалістичних цінностей проти духовних цінностей швидко змінюються.

Ціннісні орієнтації молоді в певному інформаційному просторі формуються багатьма факторами. Однак це явище все ще недостатньо досліджено. Надалі отриману інформацію можна використовувати для формування ціннісних орієнтацій молодих людей через інформаційний простір.

Об'єкт дослідження – цінності студентської молоді міста Києва.

Предмет дослідження – механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційного просторі (на прикладі студентів КНУ імені Тараса Шевченка).

Мета дослідження – виявити механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі

Завдання емпіричного дослідження:

1) визначити соціальні цінності та реальну структуру ціннісних орієнтацій студентської молоді;

2) визначити кількісні та якісні характеристики інформації в житті студентів;

3) визначити особливостей ціннісних орієнтацій українських студентів в інформаційному суспільстві. Виходячи з мети дослідження, було сформульовано гіпотезу дослідження: рівень залученості студента в інформаційному просторі визначає специфічну структуру ціннісних орієнтацій.

Стратегічний план дослідження: описовий (описовий) план дослідження. Метою дослідження є перевірка гіпотез та отримання кількісних характеристик об'єкта та його опису. Це дослідження зможе підтвердити (або спростувати) основну гіпотезу, висловлену раніше. У цьому дослідженні також використовуються елементи пояснювального плану. Необхідність його використання вимагає глибокого аналізу та пояснення основних механізмів розвитку цінностей українських студентів в інформаційному просторі.

Однією з головних шкал вимірювань цього дослідження буде шкала Лайкерта, яка служить для оцінки власної думки, представляючи ціннісну орієнтацію студентської молоді та механізми її розвитку в інформаційному просторі. Для такого масштабування у відповідях просять вказати ступінь згоди чи незгоди із твердженнями, які відповідають за вашу особисту думку, використовуючи варіанти відповіді „не повністю згорнуто” та „повністю зібрано”.

Розробка дослідницьких рішень: вибірка є репрезентативною для студентів КНУ імені Тараса Шевченка та НТУУ «КПІ». «Це дослідження використовує різноманітні методи вибірки, оскільки всі молоді в загальній сукупності повинні спочатку вибрати тих, кого можна віднести до студентів.

Потім з їх набору потрібно вибрати зразок для пошуку студентів 18-22-річного віку з гуманітарних та інженерних факультетів (Національний університет імені Тараса Шевченка - соціологія, психологія, радіофізика, кібернетика, фізика; НТУУ "КПІ" - соціологія та право, маркетинг та управління, радіотехніки, біомедичної інженерії, обчислювальної техніки та обчислювальної техніки.

Методи дослідження:

1) Явна діагностика соціальних цінностей особистості. Метод допомагає виявити особисті, професійні та соціально-психологічні орієнтації та уподобання і може бути корисним як при виборі характеру роботи, так і при оцінці працівників при пошуку та сертифікації персоналу [Зуев, 2019: с. 120]. Наступні заходи застосовуються до таких заходів:

Подано 8 тверджень. Будь ласка, виберіть наступну кількість для кожної групи: 10 (більше не доступна), 20, 30, 40 ... 100 (до одного року). Розділіть бали за таблицями (цифри в розділі - це номери відповідних підтверджень).

Чим більша кількість загальних балів для кожного розділу, тим більше значення площі для респондента. У цьому випадку, чим ближче значення на кожному з восьми етапів, тим універсальніший респондент.

2) Методологія "Діагностування справжньої структури ціннісних орієнтацій особистості" С. Бубнов. Методологія «Діагностування справжньої структури ціннісних орієнтацій індивіда» С. Бубнов ставить за мету вивчення реальних орієнтацій особистості в особистості. Метод містить 66 закритих питань, спрямованих на вивчення реалізації ціннісних орієнтацій у реальному житті [Лозняк, 2017: с. 34]. Ця анкета призначена для вивчення особистості та стосунків. Вам потрібно швидко відповісти, не довго роздумуючи над будь-якими питаннями. Ви повинні відповісти "Так" або "Ні". У бланку відповідей це "+" або "-", яке потрібно розмістити поруч із номером запитання.

Тяжкість кожної структурної структури визначається за допомогою ключа, показаного на бланку відповідей. Відповідно, ми підраховуємо кількість позитивних відповідей в одинадцяти стовпцях значень. За результатами обробки окремих даних побудовано графічні профілі, які відображають вираження кожного значення. Загальні результати тестування формуються шляхом підсумовування балів кожного значення кожного дослідника на основі результатів отриманих груп. Побудований графічний профіль, який відображає ступінь впливу вартості. Для побудови такого профілю кількісний вираз значень записують горизонтально, а значення записують вертикально. Ці значення перераховані в узагальненому вигляді: приємний час, відпочинок; високий матеріальний добробут; пошук і насолода прекрасним; допомога і милосердя для інших людей; кохання; пізнання нового у світі, в природі, у людині; високий соціальний статус та управління людьми; визнання та повага до людей, вплив на інших; соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві; спілкування; здоров'я.

3) Анкета «Інформація у житті студентства» (дет. див. Додатки)

Для цілей поточного дослідження була розроблена авторська анкета, спрямована на вивчення механізмів цінностей українських студентів в інформаційному просторі.

У анкеті респондентам пропонувалось відповісти на ряд питань, зокрема, про джерела інформації, які є для них найбільш важливими, тривалість часу проведеного в мережі Інтернет протягом дня, тижня тощо, мету використання Інтернету, міри задоволеності від користування Інтернетом, дослідження інших інформаційних джерел, з яких людина отримує нові відомості (телевізор, радіо тощо) та ін.

3.2. Інтерпретація результатів дослідження

Одним із завдань емпіричного дослідження було визначення кількісних та якісних характеристик інформації в житті студентів. Для виконання цього завдання ми розробили анкету для запитання студентів «Інформація у студентському житті». Повний текст паперової анкети наведено в Додатку А.

Паперова анкета складається з п'яти блоків, що містять питань. Перший блок складається із загальних питань про джерела інформації та найчастіше використовуваний студентами інформаційний ресурс - Інтернет. Другий блок містить запитання, пов'язані з наступним джерелом інформації - телебаченням.

Наступний, третій блок включає опитування, чи взагалі студенти використовують радіо як засіб отримання інформації. Четвертий блок присвячений питанню забезпечення задоволення студентів сучасними джерелами інформації та потужністю, якою вони впливають на розвиток цінностей учнів та їх життєву орієнтацію. Останній блок - це короткий опис респондента - демографічний блок, а саме: вік; стать; сімейний стан; Університет, курс та факультет, де навчається студент; оцінка фінансового стану та задоволення ним. Вищезазначені характеристики становлять мінімальну інформацію, необхідну про респондента, яка визначається метою та завданнями нашого дослідження.

Запитання в анкеті були розроблені, щоб окреслити низку справді важливих питань щодо опитування та уникнути перевантаження змісту, що

може викликати невдоволення респондентів та сприяти великому відсотку відмов брати участь в анкеті. Слід підкреслити, що анкета складається з використанням різних типів шкал, наприклад: порядковий номер (ранг), іменний та інтегральний. Запитання в анкеті зазвичай стосуються частоти та характеристик використання інформації з Інтернету, телебачення, радіо, друкованих та інших джерел інформації. (наприклад, "Скільки годин на день ви проводите в Інтернеті?").

Окрім кількісних характеристик, опитувальник включає питання щодо якісних характеристик інформації, а саме зміст інформації після використання певного типу носія інформації та задоволення отриманою інформацією. В кінці анкети є ряд узагальнюючих питань, які також спрямовані на отримання якісної інформації про вплив джерел інформації на розвиток ціннісної орієнтації серед молодих студентів та незаперечну важливість інформації в житті респондентів. В анкеті використовувались дихотомічні запитання (так / ні); багатоваріантність (доступно кілька відповідей); питання відкритого та закритого типу.

У дослідженні взяли участь 148 студентів обох статей, різного віку, різного матеріального та сімейного стану та факультетів різної спрямованості. 45% опитаних - чоловіки та 55% - жінки, що загалом відповідає гендерній структурі українського суспільства. Загалом, студенти оцінюють своє матеріальне становище в середньому та на низькому рівні, більшість із них унікальні. Більшість респондентів - студенти третього курсу. Сердній вік студентів – 20 років. З них 81 були представниками КНУ, а 67 – представниками КПІ.

Щодо галузі дослідження, можна сказати, що респонденти технічних та гуманітарних спеціальностей майже рівномірно представлені серед респондентів (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Розподіл досліджуваних за напрямком навчання

Таким чином, до респондентів належать респонденти обох статей, різного віку, з різною спеціалізацією, що дозволяє проводити подальший аналіз ціннісних орієнтацій та механізмів розвитку студентської молоді в інформаційному просторі.

Перша частина питань стосувалася того, як довго молоді студенти користуються засобами масової інформації (рис. 3.2).

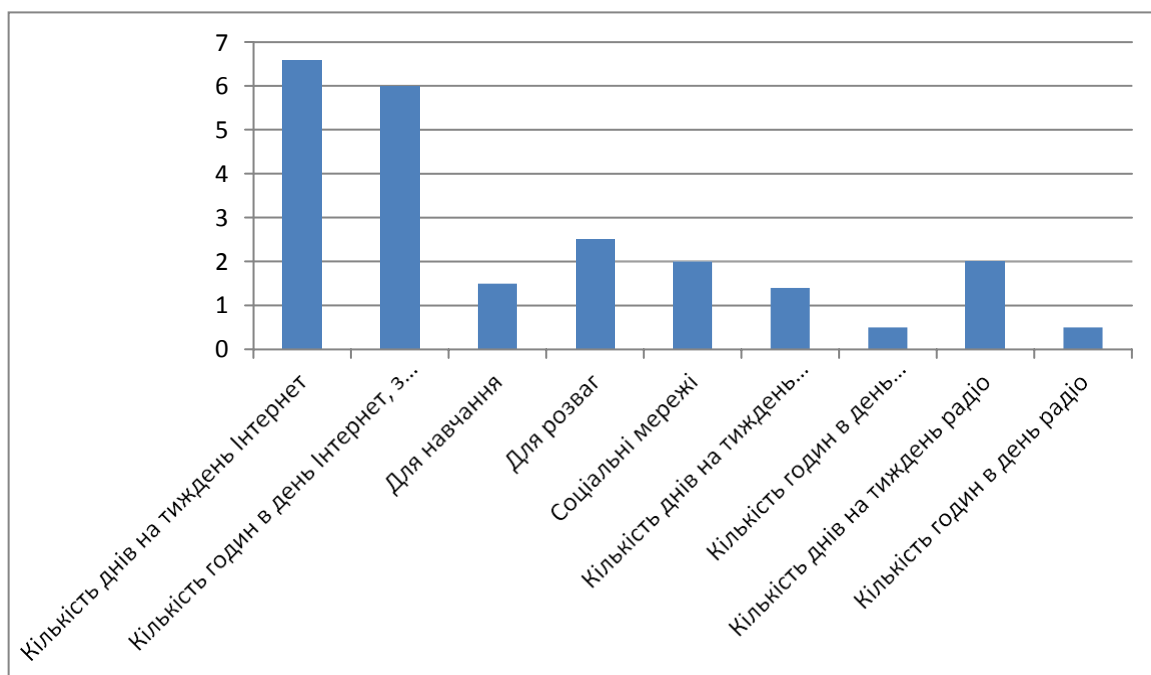


Рис. 3.2. Середні показники часу проведеного в Інтернеті

З представлених даних можна зробити висновок, що середній користувач Інтернету провокує в Інтернеті від 1 до 13 годин на день, у середньому - 6 годин на день, 6,6 днів на тиждень (від 3 до 6 лише 7 відповідей). Починаючи з 6 годин для навчальних цілей, учасники Інтернету підключаються до спілкування в соціальних мережах в середньому 1,5 (0,5 з 3 годин), а для відповідних цілей - в середньому 2,5 року (0,5-13 годин) та додатково 2 роки.

Що стосується телебачення, то студенти дивляться телевізор в середньому 1,4 дня на тиждень, а 35% респондентів взагалі не користуються телевізором. 25% респондентів відчують емоційне навантаження після перегляду телевізора, і лише 11% студентів телебачення допомагають у навчанні. Відповіді студентів на використання радіо підтвердили той факт, що радіо більше не є популярним засобом масової інформації в суспільстві. За результатами опитування лише 2 студенти дали ствердну відповідь на питання, чи слухають вони радіо взагалі. Отже, на основі результатів аналізу можна зробити наступні висновки:

- Інтернет для студентів є основним джерелом інформації;
- щодня майже весь вільний час студенти проводять в мережі;
- значна частина студентів проводить навчання в Інтернеті, навіть під час навчання;
- Інтернет-студенти вважають корисними та важливими як навчання (94%), так і особисті цілі (спілкування, розваги) - 96%;
- Більшість студентів проводять час в Інтернеті (72%), перегляд телевізора (75%) не означає емоційного задоволення та задоволення, а слухає радіо.

Результати дослідження дозволяють умовно розділити респондентів на 2 підгрупи: студентів, які в своєму житті мають дуже високий вміст інформації, та студентів, які споживають мінімальну або середню

інформацію (порівняно з їхніми однолітками).

Далі наводиться порівняльний аналіз вивчення досліджуваних ціннісних характеристик між цими двома групами.

Аналіз експрес-діагностики індивідуальних соціальних цінностей підтвердив тезу багатьох соціологів про поширеність матеріальних цінностей у сучасному суспільстві (табл. 3.3).

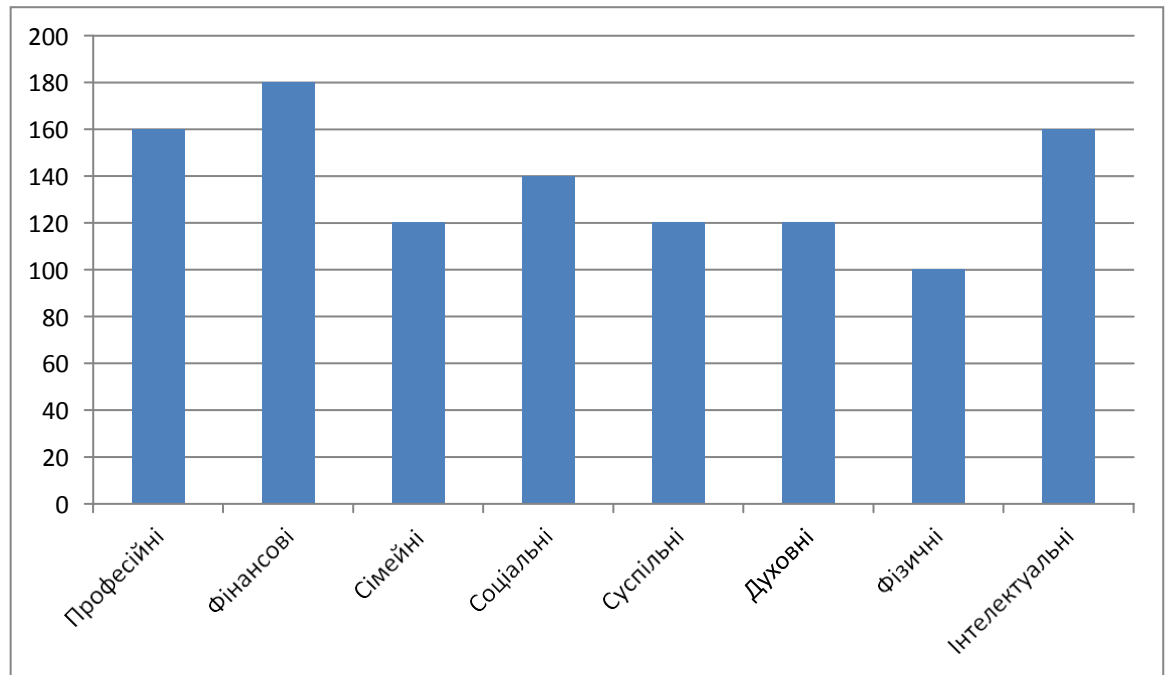


Рис. 3.3. Узагальнені дані опитування респондентів щодо домінуючих соціальних цінностей (середні значення)

Представлені дані показують, що найбільше значення для сучасних студентів має фінансова безпека. На другому місці професійні цінності, які пов'язані з професійним розвитком вищої освіти. Для сучасних студентів, крім професійних, багато значать також інтелектуальні цінності, що вказує на важливість інформації як такої в успішному житті студента. Далі в рейтингу йдуть соціальні цінності, що зрозуміло з огляду на ситуацію в Україні. Однією з найменш важливих цінностей для учнів є сімейна, соціальна та духовна цінність (що ще раз підтверджує тезу про занепад інтелектуальної ціннісної орієнтації в сучасному українському суспільстві). На жаль, молоді люди вважають фізичні цінності найменш важливими для себе.

Для того, щоб отримати більш об'єктивну та детальну картину

ціннісних орієнтацій, був використаний метод «діагностики реальної структури ціннісних орієнтацій особистості». Середні результати обробки даних наведені нижче (рис. 3.4).

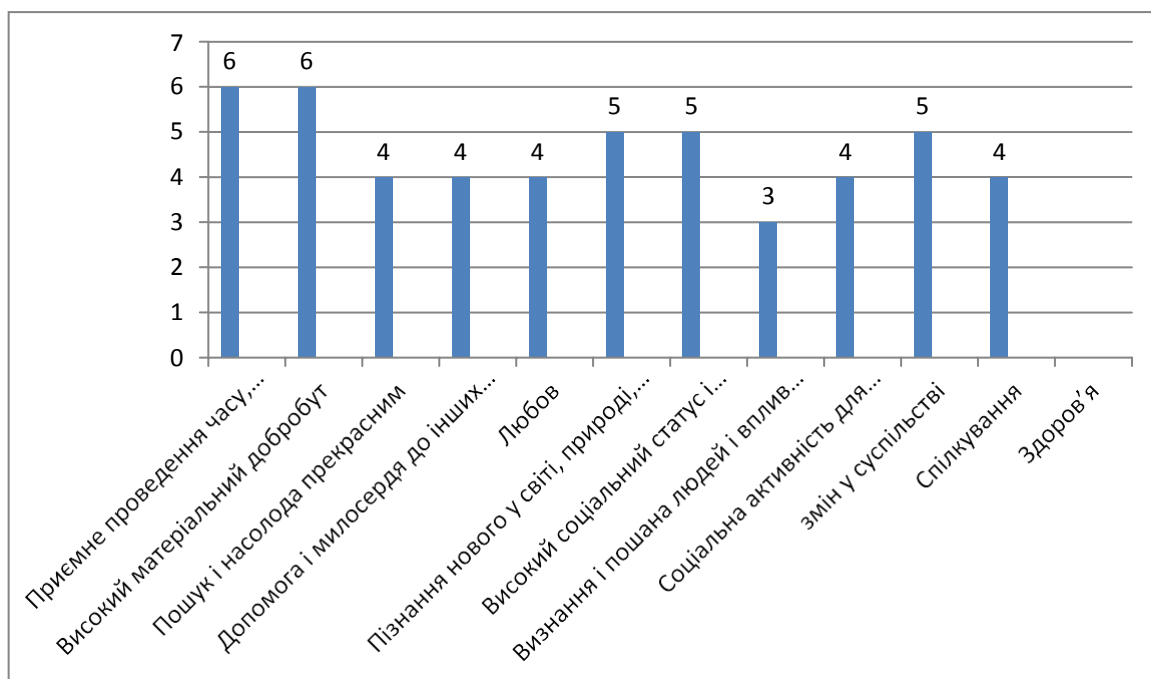


Рис. 3.4. Результати за методикою «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова

Як бачимо, результати цієї методики підтверджують результати попередніх і знову вказують на переважання матеріальних цінностей над духовними (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Розподіл результатів методики реальної структури ціннісних орієнтацій особистості

З отриманих результатів можна зробити висновок, що найважливішими цінностями для студентства є приємне проведення часу та матеріальний добуток; трохи менш важливими є високий соціальний статус та спілкування; найменшу цінність для студентів представляє цінність визнання та пошани людей.

Отже, за результатами проведеного дослідження цінностей студентської молоді можна зробити висновок, що у них відзначається

Для дослідження механізмів становлення ціннісних орієнтацій студентської молоді в інформаційному просторі було проведено порівняння між підгрупами, які попередньо були визначені (рис. 3.6).

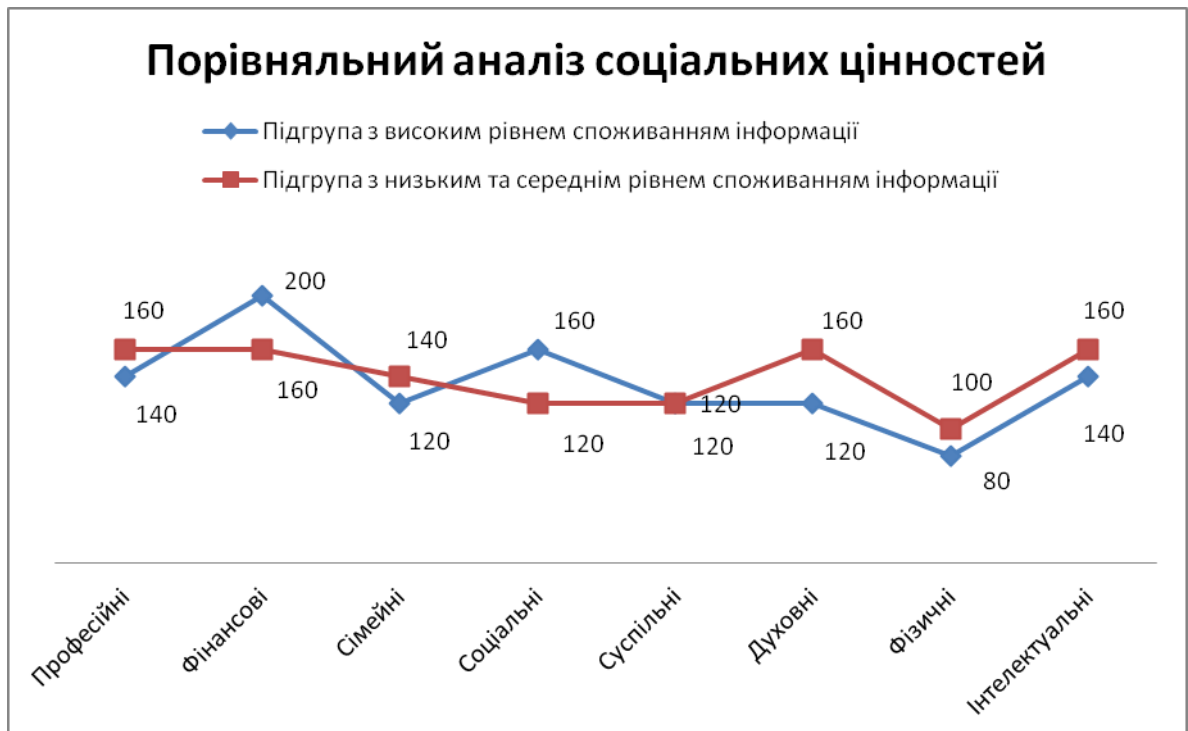


Рис. 3.6. Порівняльний аналіз експрес-діагностики соціальних цінностей особистості

Дані, представлені на рисунку, показують, що майже всі значення в двох групах мають різні середні показники. Найбільші відмінності спостерегаються у групі фінансових, соціальних та духовних цінностей студентів. Так, фінансові та соціальні цінності важливіші для студентів, які споживають багато інформації. Цей факт можна пояснити важливістю матеріального та соціально активного компонентів в інформаційному просторі. Слід зазначити, що ці студенти мають низький рівень сімейних та духовних цінностей та дуже низький рівень фізичних цінностей. Ці результати показують певну картину сучасної молоді, яка успішно формується у студентів, які використовують велику кількість інформації із джерел інформації.

Щоб зрозуміти причини відмінностей у ціннісній орієнтації молодих людей, ми зробили порівняльний аналіз представлених ціннісних груп серед вибраних під груп респондентів (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Порівняльний аналіз результатів методики діагностики реальної структури ціннісних орієнтацій особистості

Результати порівняльного аналізу дозволяють зробити наступний висновок: студенти, що споживають значну кількість інформації найбільше цінують так звані «статусні цінності» (відпочинок, матеріальний добробут, високий соціальний статус та спілкування).

Висновки до третього розділу

Водночас для другої підгрупи найголовнішим є цінність пізнання нового, відпочинку, добробуту, пошуку прекрасного та насолоди від нього. Ці цінності відображають специфіку життя студентів як представника певної епохи. Інші цінності майже однаково важливі для респондентів.

Таким чином, соціологічне дослідження показало, що ступінь участі студентів у використанні різних засобів масової інформації впливає на їх ціннісні орієнтації: збільшення використання засобів масової інформації збільшує значення матеріальних цінностей та зменшує їхню духовну значущість.

ВИСНОВКИ

У сучасному суспільстві інформація стає найважливішою цінністю, а галузь отримання, обробки та передачі інформації є провідною галуззю, де з року в рік вкладається все більше капіталу. Провідні вчені стверджують, що інформація стає важливим стратегічним ресурсом, брак якого призводить до значних втрат в економіці. Інформатизація суспільства є одним із визначальних факторів ринкової модернізації економіки та запорукою інтеграції України до світового співтовариства.

Світ крок за кроком рухається до створення інформаційного суспільства, в якому нові виробничі системи також потребують якісно нової системи людських відносин.

Поняття інформаційного простору широко поширене в контексті розгалуження інформаційно-комунікаційних технологій, але культура не може існувати поза інформаційним простором. Основними функціями, які в цей час виконує інформаційний простір, є: інтеграція - поєднання різних видів економічної діяльності в єдиному просторово-комунікаційному та соціокультурному середовищі; комунікативний - створюється специфічне середовище для транскордонного, інтерактивного та мобільного спілкування між різними економічними суб'єктами, в межах якого відбувається обмін інформацією; оновлення - в інформаційному просторі актуалізуються інтереси різних суб'єктів господарської діяльності шляхом реалізації інформаційної політики; геополітичні - розвиток власних ресурсів та мінливе значення традиційних ресурсів, створення нового середовища для геополітичних відносин та конкуренції; соціальний - інформаційний простір трансформує суспільство і змінює характер і зміст соціально-економічних відносин у всіх сферах: політика, культура, наука, релігія тощо.

Для вивчення механізмів формування цінності українських студентів в інформаційному просторі ми запропонували соціологічне дослідження серед

студентської молоді. Метою соціологічного дослідження є виявлення механізмів формування цінності українських студентів в інформаційному просторі. Для досягнення цієї мети використовуються три методи дослідження: швидка діагностика соціальних цінностей особистості; метод "Діагностування справжньої структури ціннісних орієнтацій особистості" С. Бубнов; анкета "Інформація про життя студентів". Дослідження проводили 148 студентів в галузі гуманітарних наук та техніки.

На основі результатів соціологічних досліджень ми визначили особливості споживання студентами інформації із джерел інформації, особливості цінностей та характеристики ціннісної орієнтації студентської молоді.

Таким чином, виявилось, що студенти майже завжди перебувають в інформаційному полі, більшу частину якого займає Інтернет. Використання засобів масової інформації допомагає студентам у навчанні та є важливою частиною дозвілля та розваг. Однак інформація не завжди заповнює та задовольняє респондентів.

Ціннісні орієнтації молоді включають також матеріальні цінності. Варто також зазначити, що значення соціальної включеності студентів у життя країни та професійних цінностей зростає. Студентам важливо знайти щось нове, розслаблення, соціальні та соціальні взаємодії, спілкування та матеріальний добробут.

Провівши порівняльний аналіз, ми виявили негативні та позитивні риси ціннісних орієнтацій студентів, які розвиваються внаслідок тривалості споживання інформації з медіаджерел. Виявлені характеристики стосуються різних сфер студентського життя.

Результати зазвичай відображають вікові особливості респондентів та включають характеристики сучасного життя в інформаційному просторі.

Таким чином, під час навчання було досягнуто мети та виконано поставлені на початку завдання. В результаті дослідження визначено особливості ціннісної орієнтації студентів та особливості інформаційного

споживання сучасних студентів. Також підтверджена гіпотеза дослідження про те, що рівень участі студента в інформаційному просторі визначає конкретну структуру ціннісних орієнтацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко С. В. Социальная система киберпространства как новая социальная общность. URL: <http://banderus2.narod.ru/100966.html> (дата звернення: 25.01.2020)
2. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація: навч. посів. Київ: ВЦ «Академія», 2017. 256 с.
3. Каган М.С. Мир общения. Проблема межсубъективных отношений. Москва : изд-во полит. лит., 2017. 319 с.
4. Кастельс М. Интернет-галактика. Київ : Ваклер, 2017. 304 с.
5. Краснякова А. О. Интернет-комунікація як чинник становлення політичної суб'єктності особистості. *Проблеми політичної психології*. 2018. Вип. 2. С. 243-253.
6. Кубрак С. В. Мережа Internet та E-mails – важливі засоби комунікації під час вивчення іноземних мов. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2017. Вип. 58. С. 82-87.
7. Мамчур Л.І. Перспективність і наступність у формуванні комунікативної компетентності учнів основної школи: автореф. дис.... д. пед. наук: спец. 13.00.2019. Херсон, 2012. 44 с.
8. Остапенко Г.І. Особливості віртуального спілкування молоді в комунікаційному середовищі мережі інтернет. *Світ соціальних комунікацій*. 2018. Т.10. С. 113–117. URL: <http://wsc.kytmu.edu.ua/> (дата звернення: 25.01.2020).
9. Посохова В.В. Стили он-лайн спілкування інтернет-користувачів в повсякденній мережній діяльності. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2018. № 3. С. 211–215.

10. Чемеркін С.Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньо- структурні процеси. Київ: НАН України. Інститут української мови, 2019. 240 с
11. Актуальні проблеми практичної психології : зб. наук. праць. - Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2017. С. 22-25.
12. Ануфрієва О. В. Психологічні особливості впливу засобів масової інформації на структуру ціннісних орієнтацій студентської молоді: автореф. дис. канд. психол. наук : 19.00.05 / О. В. Ануфрієва. К., 2018. 19 с.
13. Ануфрієва О. Тенденції взаємодії засобів масової інформації з молодіжною аудиторією. *Соціальна психологія*. 2018. С. 111-119.
14. Бажан А. К. Проблемний портрет молоді людини. *Дзеркало тижня*. 2017. С. 7-8.
15. Бердник Г. Б. Особистісний розвиток як компонент структури професіоналізму майбутніх фахівців. *Актуальні проблеми практичної психології* : зб. наук. праць. Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2017. С. 22–25.
16. Бінько І. Інформаційний простір України: стан та тенденції розвитку. *Бібліотечний вісник*. К., 2018. С. 15 - 18.
17. Белякова Е. Г. Социокультурное информационное пространство образования в контексте проблемы формирования личности. *Вестник Тюменского государственного университета*. 2019. С. 11-17.
18. Варій М. Й. Психологія особистості : навч. посіб.. К.: Центр учбової л-ри, 2018. 592 с.
19. Василенко И.А. Информационная революция и политическая картина мира XXI века . *Государственная служба*. 2018. С. 50-58.
20. Вашкевич В. М. Ціннісно-світоглядні настанови молоді в умовах соціально- історичних трансформацій. Науковий вісник: Збірник наукових праць. *Серія: Історичні, філософські, політичні науки*. К., 2018. Вип. 31. 448 с.
21. Венгер Л. А. Психическое развитие ребенка в процессе совместной деятельности. *Вопросы психологии*. 2001. Вип 3. С. 17 - 26.

22. Вінічук І. Особливості впливу глобальних систем масової комунікації на особистість. *Бібліографознавство. Документознавство. Інформологія*. 2019. С. 50-53.
23. Власова О. І. Психологія соціальних здібностей: структура, динаміка, чинники розвитку: монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 308 с.
24. Вовкун В. Державна стратегія культурного поступу. *Культура і життя*. 2018. С. 11-22.
25. Горелова Е. В. Философское осмысление проблем техногенной цивилизации. *Философские науки*. 2018. С. 5-21.
26. Грехнев В. С. Информационное общество и образование. *Вестник Московского университета. Философия. Сер. 7*. 2018. С. 88-106.
27. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура. *Сучасна українська політика*. 2019. Вип. 19. С. 223-232.
28. Засекіна Л. В. Інформаційна безпека у вимірі інформаційно-психологічної позиції особистості. *Актуальні проблеми прикладної психології*: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. Херсон : ПП Вишемирський В. С., 2018. С.196 -200.
29. Зотов В.В. Информационная картина мира и информационно-коммуникативная среда: проблемы взаимосвязи в современном обществе. *Вопросы культурологи*. 2018. С.14-16.
30. Зуев И. А. Изучение информационных модальностей учащихся. *Вісник Харківського національного університету. Серія «Психологія»*. 2019. С. 119 - 123.
31. Інформаційне суспільство: дефініції: людина, її права, інформація, інформатика, інформатизація, телекомунікації, інтелектуальна власність, ліцензування, сертифікація, економіка, ринок, юриспруденція / В.М. Брижко, О.М. Гальченко, В.С. Цимпалюк та ін. К.: Інтеграл, 2018. 220 с.
32. Казміренко В. П. Інтеграційні процеси в суспільстві та політичний вибір особистості: монографія. К. : Міленіум, 2018. 360 с.

33. Каткова М.В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии. *Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2018. Вып.2. С.23-26.
34. Корытникова Н. В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества. *Социологические исследования*. 2017. С. 85-93.
35. Кохан С. Т. Влияние информационных технологий на психологическую безопасность человека. *Актуальні проблеми практичної психології*. Херсон : Вишемирський, 2019. С. 207-210.
36. Крэйн У. Теории развития. Секреты формирования личности. СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2018. 512 с.
37. Кутюгин Д. И. Интернет как новое коммуникативное пространство информационного общества. *Закон и право*. 2017. С. 45-46.
38. Люзняк М. В. Суспільна інформаційних ресурсів і комунікацій у моделюванні уявлень про знання. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2017. С. 157-163.
39. Макаров В. П. Формирование глобального информационного пространства. *Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология*. 2018. С. 3-18.
40. Маркин В. Н. Жизненная позиция личности как психолого-акмеологическая категория и феномен социального самоутверждения. *Мир психологии*. 2017. № 4. С. 45-50.
41. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества. *Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. СПб.*, 2017. С.34-52.
42. Назарова И. А. К проблеме становления и развития информационного общества. *Гуманитарные и социально-экономические науки*. 2017. С. 7-10.
43. Огурчиков П. К. Экранная культура и современное

коммуникативное пространство. *Гуманитарные и социально-экономические науки*. 2017. С. 113-116.

44. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник: у 2 кн. *Кн. 1: Соціальна психологія особистості і спілкування*. К. : Либідь, 2018. 576 с.

45. Пиголенко І.В. Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі КПІ) : автореф. дис. канд. філос. наук. 2017. 16 с.

46. Ратиев В. В. Социокультурная взаимосвязь «массового» и «информационного» общества. *Власть*. 2018. № 9. С. 60-63.

47. Ситников В. П. Техника и технология СМИ. *Печать, радио, телевидение*. М. : Филологическое общество «Слово», 2018. 416 с.

48. Скокова Л. Культурні уподобання молодіжної аудиторії. *Media. Демократія. Культура* / За ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Інститут соціології НАН України, 2008. С. 178-205.

49. Советов Б.Я. Информационные технологии: Учеб. Для вузов. М.: Высш. шк., 2019. 134 с.

50. Советов Б.Я. Теория информационных процессов и систем / Б.Я. Советов, В.А. Дубенецкий, В.Ф. Цехановский и др. М.: Издательский центр «Академия», 2018. 432 с.

51. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб. : изд-во Михайлова В. А., 2017. 461 с.

52. Социальные коммуникации в Интернет-среде. *Социальная коммуникация в современном мире* : коллект. моногр. / Н. Н. Азаров [и др.]; под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной. М. : Альтекс, 2017. 476 с.

53. Старіш О. Г. Теорія відкритих систем як парадигма процесів глобального розвитку. Сімферополь : Універсум, 2018. 240 с.

54. Тихонова С. В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть. *Полис*. М.: 2017. С. 53-64.

55. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Психотерапия, 2019. 544 с.

56. Ховалыг Д. В. Коммуникативная природа ценностей и их трансформация в медийном пространстве. *Полис*. 2018. № 1. С.61-66.
57. Шапошнікова І. В. Дослідження впливу телебачення на формування цінностей сучасної студентської молоді. *Соціологія та профспілковий рух*. 2018. С. 19-25.
58. Шахбазян А. В. Информация как вид ценности в современном мире. *Гуманитарные и социально-экономические науки*. 2018. N 2. С. 162-163.
59. Щедрій Я. І., Дещинський Ю.Л., Мурін О.С. Основи охорони праці: Навчальний посібник / За ред. Я.І. Щедрія. 3-тє вид., переробл. і доп. Львів: “Магнолія плюс”, видавець СПД ФО В.М. Піча, 2017. 240 с.
60. Яковенко М. Інформаційний простір: філософські аспекти формування поняття. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2018. С. 22-27.

ДОДАТКИ

Анкета «Інформація у житті студентства»

Шановний респонденте!

Ми проводимо дослідження «Механізми цінностей українських студентів в інформаційному просторі». Відповіді на анкету не займають багато часу, але вони дуже допомагають нам у проведенні дослідження. Вся інформація, отримана з анкети, персоналізована (буде використана в узагальненому вигляді), тому, будь ласка, відповідайте на анкету якомога чесніше і відкритіше.

1. Вкажіть, будь ласка, які із нижче перерахованих джерел інформації є для Вас найбільш важливими? (*Оберіть декілька варіантів, але не більше 2*).

- a) мережа Інтернет;
- b) телевізор;
- c) радіо;
- d) друкована література (у тому числі газети, журнали і т.п.);
- e) інформація, передана «із уст в уста»;

Інший варіант _____.

2. Вкажіть, будь ласка, скільки днів на тиждень Ви користуєтесь мережею Інтернет? _____.

3. Скільки годин на день Ви зазвичай проводите в Інтернеті? _____.

4. Скільки годин на добу Ви, зазвичай, проводите в соцмережах? _____.

5. Зазначте, будь ласка, з якою метою Ви користуєтесь мережею Інтернет? (*Можна обирати декілька варіантів. Оберіть ті, які мають для Вас найбільше значення*).

- a) у навчальних цілях;
- b) для розваг (прослуховування музики, перегляд фільмів, комп'ютерні

ігри і т.д.);

- с) з метою організації власного дозвілля (у вільний від роботи час);
- д) для виконання робочих завдань;
- е) для користування соцмережами;
- ф) для комунікації з родичами, друзями, знайомими;
- г) задля використання корисних додатків (перекладач, GPS-навігація,

фоторедактор і т. п.);

- h) як джерело отримання новин.

6. Зазначте, будь ласка, скільки годин в день Ви витрачаєте на користування мережею Інтернет за різними цілями? *(Відповідь за кожним рядком).*

	Скільки часу Ви витрачаєте на добу у мережі Інтернет з метою:
у навчальних цілях	
для розваг	
для організації власного дозвілля	
для виконання робочих завдань	
для користування соцмережами	
для комунікації	
задля використання корисних додатків	
як джерело отримання новин	

7. Зазначте чи відчуваєте Ви себе емоційно наповненим після часу, проведеного в Інтернеті?

- а) Так;
- б) Скоріше так, ніж ні;
- с) Не завжди;
- д) Ні;

е) Важко відповісти.

8. Вкажіть, будь ласка, чи дивитесь Ви телевізор?

а) Так

б) Ні

9. Оберіть твердження, яке на Вашу думку, відображає основну причину того, що Ви не дивитесь телевізор. (*Оберіть не більше двох варіантів*).

а) мені не цікаво;

б) немає телевізора;

с) немає часу, щоб дивитись ТБ;

д) вважаю це старомодним;

е) мені вистачає інших джерел, щоб задовольнити потребу в інформації;

ф) важко відповісти;

г) телевізійні програми перенавантажують зайвою інформацією;

*Інший варіант*_____.

10. Вкажіть, будь ласка, скільки днів на тиждень Ви дивитесь телевізор або телевізійні програми через Інтернет?_____.

12. Чи допомагає Вам телебачення в навчанні?

а) Так

б) Ні

13. Яким чином телебачення допомагає Вам у навчанні?_____

14. Які телепередачі Ви дивитесь найчастіше? (*Оберіть декілька варіантів, але не більше трьох*).

а) гумористичні;

б) пізнавальні;

с) реаліті-шоу;

д) інформативні (наприклад, новини);

е) політичні програми;

f) документальні (передачі, фільми і т. п.);

*Інший варіант*_____.

15. Після декількох годин перегляду ТБ Ви відчуваєте себе інформаційно наповненим?

- Так;
- Ні.

16. Напишіть, будь ласка, у чому проявляється це інформаційне наповнення/відсутність інформаційного наповнення

17. Чи слухаєте Ви радіо?

- Так
- Ні

18. Оцініть важливість радіо для студентської молоді сучасності по 10- бальній шкалі, де 1 – взагалі не важливо, а 10 – надзвичайно необхідно.

(Обрану відповідь обведіть кружечком).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

19. З якою метою Ви використовуєте радіо?

- прослуховування музики;
- отримання нової інформації (наприклад, новини);

*Інший варіант*_____.

20. Яке із перерахованих нижче джерел отримання інформації Ви вважаєте найважливішим у формуванні Ваших цінностей та переконань?

- a) телевізор;
- b) мережа Інтернет;
- c) методом «із уст в уста»;
- d) радіо;
- e) друкована література (у тому числі газети, журнали і т.п.);
- f) думка авторитетних для Вас осіб;

*Інший варіант*_____.

21. Чи задовольняють Вашу «інформаційну спрагу» сучасні інформаційні джерела, такі як: мережа Інтернет, телебачення, радіо, газети, книги?

- a) так, задовольняють у повному обсязі;
- b) скоріше так, ніж ні;
- c) вищевказаних джерел інформації недостатньо для мене;
- d) важко відповісти;

Інший варіант _____.

22. Ваш вік: _____.

23. Ваша стать:

- a) ж;
- б) ч.

24. Сімейний статус:

- a) неодружений/незаміжня; б) одружений/заміжня.

25. Нижче пропонується 8 тверджень. Оцініть для себе значущість кожного з них у балах за схемою: 10 (неважливо), 20, 30, 40 ... 100 (дуже важливо). Розподіліть бали згідно з таблицями (цифри в розділах – номери відповідних затвердження).

Професійні
Фінансові
Сімейні
Фізичні
Суспільні
Духовні
Соціальні
Інтелектуальні

27. Факультет, на якому Ви навчаєтесь:

28. На якому курсі Ви навчаєтесь зараз:

a) 1;

b) 2;

c) 3;

d) 4.

29. Як Ви можете оцінити власний матеріальний стан?

a) хороший;

b) задовільний;

c) хотілося б мати більше;

d) мене не влаштовує моє матеріальне становище;

e) мені постійно не вистачає грошей.

Дякуємо за участь у дослідженні