

гімназистів, користується субкультура мажорів – 12 осіб (19%). Друге місце посіла субкультура хакерів – 7 осіб (11,1%). Наступними за популярністю виявилися репери – 5 осіб (7,9%). Однакову кількість набрали такі субкультури як: панки, скінхеди, хіпі – 6 осіб (9, 6%). Найменшою популярністю користуються емо та готи – 2 особи (3,2%). 37% респондентів (20 осіб) зазначили, що відносяться до певної молодіжної субкультури, 63% (34 особи) не вважають себе причетними до жодної із субкультур.

На думку старших підлітків, приналежність до субкультури допомагає розвинути духовні цінності (щирість, підтримка, чесність, самореалізація), бути різностороннім і розвиватись у всіх напрямках, реалізувати потребу у спілкуванні, знайти свою компанію, друзів, виразити своє Я, знайти місце у суспільстві, проявити індивідуальність, власний смак та стиль, власний погляд на життя, набути нових знань про кумирів та їхнє життя, знайти друзів, відвідати різні заходи.

На думку опитуваних, найбільше спонукає молодь об'єднуватися у неформальні угруповання – спільні інтереси (31,4%), бажання виділитися (22,8%), потреби у спілкуванні (19,5%). Також спонукає молодь до об'єднання в молодіжні субкультури проблеми у стосунках з батьками (6,8%), прагнення когось наслідувати (5,1%), вікові особливості (5,1%), бути не таким як всі (5,9%), брак любові (3,4 %).

Отже, старші підлітки виявили в основному своє нейтральне ставлення до існування молодіжних субкультур (77,8%). Позитивне ставлення виявили на 11,2% респондентів більше, ніж негативне. Заслужує уваги і те, що більша половина опитаних вважає основною причиною, що спонукає молодь об'єднуватись у неформальні угруповання – спільні інтереси. Це говорить про те, що у молодіжній субкультурі має можливість реалізуватись одна з найголовніших потреб старшого підліткового віку – спілкування людей з однаковими інтересами.

Отже, ми спостерігаємо певні зміни, які відбулися протягом 4 років. Слід зауважити, що тенденція об'єднання молодіжних субкультур зросла але в інших напрямках. Наприклад, у 2012 році популярністю користувалися такі молодіжні субкультури як гопники, репери, емо, а зараз – мажори, теж репери та хакери. Простежуються і спільні риси, які сприяють тому, що молодь об'єднується у неформальні угруповання на підставі спільних інтересів, бажання виділитися, проблем у стосунках із батьками.

Перспективи подальших досліджень ми вбачаємо у вивченні молодіжної субкультури як чинника становлення ціннісних орієнтацій в старшому підлітковому віці.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Артюхова Ю.В. Ценности и воспитание / Ю.В. Артюхова // Педагогика.– 1999.– № 4.– С. 117–121.
2. Божович Л.И. Личность и её формирование в детском возрасте / Л.И. Божович. – М.: “Просвещение”, 1968. – 464 с.
3. Волков Б.С. Психология подростка / Б.С. Волков. – М.: Педагогическое общество России, 2001.– 322 с.
4. Олісевич О. Покоління і молодіжні субкультури / О.Олісевич. – К.: Незалежний культурологічний часопис, 2002. – с. 129-134.
5. Собкин В.С. Подросток: нормы, риски, девиации / В.С.Собкин, З.Б.Абросимова, Д.В.Адамчук, Е.В. Баранова.– М.: ЦСО РАО, 2005.– 358 с.
6. Соціальна енциклопедія / редкол.: О.О.Яремко та ін. – Київ: «Академвидав», 2008, – Т. 4. – 688 с.

Марценюк Ю.

Науковий керівник – доц. Лещук Г. В.

#### КОМУНІКАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

На сучасному етапі розвитку суспільства Інтернет-простір є одним із соціальних інститутів, який сприяє засвоєнню молоддю широкого спектру соціальних норм та формуванню у неї ціннісних орієнтацій у сфері здоров'я, права, політики, економіки, а також виступає своєрідною системою неформальної освіти та просвіти молоді, яка дає можливість здобувати досить різнобічні, іноді суперечливі, несистематизовані знання та відомості.

Проблемі впливу соціальних мереж на формування поведінки підлітків присвячені праці Д. Матвієнка, А. Жичкіної, Р. Івакіна, І. Романова, І. Шевченка, О. Романишина, М. Раянова. Адиктивну поведінку підлітків в Інтернет-мережі вивчають Т. Вакулич, Т. Наумова, В. Посохова, Н. Сергєєва. Характеристичні окремих аспектів спілкування в Інтернет-мережі присвятили свої праці філософи І. Остапенко, В. Кулакова, психологи О. Бикулов, В. Фатурова, педагоги О. Кущенко, А. Чистяков, соціологи О. Горшко, С. Коноплицький, Н. Туякбасарова, філологи С. Заборовська, І. Ішмуратова.

Мета *статті* – розкрити особливості Інтернет-комунікації сучасної молоді в соціальних мережах.

*Масова комунікація* – це процес поширення інформації, знань, духовних цінностей, моральних та правових норм з допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, Інтернет) на кількісно великі, розосереджені аудиторії.

Соціальні мережі як один із нових та популярних засобів масової комунікації, являють собою онлайн-сервіси чи веб-сайти, призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, обміну інформацією та об'єднання за інтересами.

Загалом, до основних *функцій соціальних мереж* відносяться:

□ комунікативна (в рамках даної функції люди встановлюють контакти, обмінюються новинами, інформацією, об'єднуються за інтересами для досягнення певних цілей та укріплення соціальних зв'язків);

□ інформаційна (інформація має двосторонню направленість, оскільки учасники спілкування виступають і в ролі комунікатора, і в ролі реципієнта);

□ соціалізуюча (завдяки спілкуванню в соціальних мережах молодь обмінюється досвідом, неформальними правилами поведінки, ціннісними установками);

□ самоактуалізуюча (створення сторінки користувача у соціальних мережах дає можливість учасникам саморепрезентувати себе);

□ ідентифікаційна (при створенні індивідуального профілю користувач наповнює його особистою інформацією, що дозволяє здійснити пошук анкет за заданими ознаками);

□ функція формування ідентичності (учасники соціальних мереж ототожнюють себе з певними групами, вказуючи на свою приналежність до них);

□ розважальна (соціальні мережі дозволяють не тільки обмінюватися текстовими повідомленнями, але й мультимедійними файлами, які наповнені онлайн-іграми, додатковими медіа-програмами) [2, с. 181].

Серед *особливостей соціальних мереж* слід виділити:

– ідентифікацію (можливість вказати інформацію про себе);

– присутність на сайті (можливість побачити, хто в даний час знаходиться на сайті);

– відносини (учасники можуть бути позначені як друзі, родичі, що допомагає налагодити контакти та прослідкувати зв'язки між користувачами);

– спілкування (можливість спілкуватися з іншими учасниками мережі);

– групи (можливість сформувати спільноти за інтересами);

– обмін (можливість поділитися з іншими учасниками матеріалами: документами, посиланнями, презентаціями і т.д.).

Мережева спільнота у певній мірі відображає модель побудови людського співтовариства з його цінностями, нормами спілкування, правилами соціальної поведінки. При цьому, соціальна невизначеність Інтернету, неактуальність реальної соціальної ієрархії в мережевому спілкуванні передбачає свободу конструювання своєї ідентичності та створення різних спільнот [1, с. 28].

Спілкування в соціальних мережах здійснюється децентралізовано, при цьому відбувається не тільки соціалізація, але і ресоціалізація користувачів. Ресоціалізація та інкультурація протікають у відповідності з нормами конкретної мережевої спільноти, проявляючись у засвоєнні шаблонів поведінки, традицій і норм віртуальної культури, відмінної від культури реального світу.

В квітні 2015 року комунікаційне медіа-агентство Universal McCann (UM) підвело підсумки дослідження аудиторії соціальних медіа в Україні. Акцент у дослідженні було зроблено на визначення потреб аудиторії в соціальних медіа – що читають українці, чим діляться, і які емоції при цьому відчувають. Було встановлено, що дії користувачів у соціальних мережах обумовлені, насамперед, прагненням отримати визнання, а не просто розважитися, як це було раніше. 50% користувачів хочуть бути популярними онлайн, тому вибірково ставляться до того, що вони розміщують на своїх сторінках у соціальних мережах [3].

Одним з основних аспектів вивчення впливу Інтернету на особистість є проблема Інтернет-залежності, залежності від пошуку інформації, комунікації у віртуальному світі та інших видах діяльності молоді в інформаційному віртуальному просторі. Оскільки спілкування в соціальних мережах стає для людини особистісно значимим, вона починає все більше часу витратити на Інтернет. Таким чином, виникає психологічна залежність від соціальних мереж, що негативно впливає на всі сфери життєдіяльності, реальні люди та події втрачають сенс та інтерес для Інтернет-залежного.

Здійснене нами констатувальне дослідження підтверджує загальну тенденцію до збільшення у молодіжному середовищі кількості осіб, залежних від Інтернету і соціальних мереж. У ході проведеного нами анкетування серед студентів Технічного коледжу ТНТУ ім. І. Пулюя 20 % 15-18-річних опитаних визнали, що вважають себе залежними від соціальних мереж, 35 % – частково залежними, 45 % відповіли, що не мають залежності від соціальних мереж. Водночас, лише 17 % опитаних проводять у соціальних мережах менше 1 години на день, 33 % – 1-2 години, 27 % – 2-4 годин і 23 % респондентів користуються соціальними мережами більше 4 годин на день. Окрім цього, 57 % опитаних відвідують соціальні мережі щодня, 23 % – через день або декілька днів, 17 % – час від часу.

Підводячи підсумки, варто сказати, що сьогодні соціальні мережі зайняли важливе місце в житті сучасного суспільства та кожної окремої особистості. Найбільшої популярності вони набули серед молоді, яка в більшості випадків використовує соціальні мережі для спілкування, розваг та навчання. Слід зауважити, що соціальні мережі заповнюють більшу частину вільного часу молоді людини. Витіснивши традиційні способи комунікації, вони замінили студенту хобі, вербальне спілкування.

Відавши належне всім позитивним моментам у використанні соціальних мереж, таким як економічність, доступність, швидкість пошуку та обміну інформацією, необхідно підкреслити їх негативний вплив на процес спілкування та навчання, наслідком чого є Інтернет-залежність.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Богдан М. С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж / М. С. Богдан, О. В. Горещька // Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування. – 2014. – С. 25-29.
2. 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.
3. Яровая М. Чего украинцы хотят от соцсетей и как брендам это использовать – исследование. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ain.ua/2015/04/28/578033>. – Заголовок з екрану.

*Слободян О.*

*Науковий керівник – доц. Свідерська Г.М.*

## ОБРАЗ БАТЬКА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ УЯВЛЕНЬ ПРО МАЙБУТНЬОГО ЧОЛОВІКА В ЗРІЛІЙ ЮНОСТІ

**Постановка проблеми.** Для повноцінного розвитку дитини сім'я, сімейні стосунки, батько та мати мають виключно важливе значення, є провідними чинниками її соціалізації. Однак аналіз сучасних наукових праць з даної проблематики свідчить, що поряд з активним вивченням ролі матері, участь батька в розвитку дитини часто недооцінюється [2].

**Аналіз досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми.** На сьогодні існує не так багато праць, у яких функції батька описуються досить чітко. На думку Й. Шторка, батько займає вкрай важливу позицію третього альтернативного об'єкта у відносинах «мати-дитя», і у випадку його відсутності дитина позбавляється символічної функції батька, а тому змушено застрягає в симбіотичній єдності з матір'ю. Шторк відзначає, що батько допомагає дитині вийти з діади з матір'ю, позбутися материнської залежності, забезпечуючи дитині вільний особистісний розвиток [3].

В останні десятиріччя дослідження, присвячені ролі батька доводять, що батьківський вплив є таким же важливим, як і материнський. Активно почали вивчатися питання важливості батьківської любові й турботи для дітей та підлітків, адже саме батько має найважливіше значення для оволодіння дитиною способами поведінки, притаманними чоловікам і жінкам (А.С. Кочарян, В.В. Мацюк, Л.В. Глущенко, Т.В. Говорун, Е. Фромм, К. Хорні).

**Виділення невирішених раніше частин аналізованої проблеми.** З.Цельмар дослідила, що у формуванні уявлень про подружні ролі у дитини спостерігається тенденція навчатися своєї подружньої ролі через мислене ототожнення себе із батьком тієї ж статі. Тато має важливе значення для розвитку з самого народження дитини: він є першим об'єктом для дитини і відіграє роль моделі при ранній ідентифікації. Батько заохочує процес віддалення дитини від матері, прискорюючи процес соціалізації. Для дівчини важливо засвоїти способи поведінки матері по відношенню до батька. Що стосується батька протилежної статі, то його образ дуже важливий при виборі майбутнього партнера (вибір може відбуватися за різними критеріями - схожості чи протилежності)[4].

Таким чином, зважаючи на актуальність піднятої суспільної проблеми та недостатню розробленість теоретичних і прикладних аспектів феномену образу батька та його впливу на вибір майбутнього подружнього партнера **метою** нашої статті є емпіричне дослідження зв'язку між образом батька і уявленнями про майбутнього чоловіка в зрілій юності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як відомо батько необхідний для успішного формування не тільки маскулітності синів, а й фемінності дочок. Експериментально доведено, що фемінність дівчаток позитивно співвідноситься з маскулітністю їх батьків. Психоемпіричні дослідження свідчать, що для успішного прийняття жіночої статевої ролі, дівчинка повинна відчувати себе жіночною та ідентифікуватися зі своєю матір'ю у її взаминах з батьком. Відсутність батька порушує формування статево-рольової ідентичності, що призводить до посилення тривоги й заперечення почуттів, пов'язаних з відсутністю батька [4].

З метою вивчення особливостей впливу образу батька на образ майбутнього чоловіка нами було проведено емпіричне дослідження. Вибірку склали 60 студенток 2 та 4 курсу психологічного факультету віком від 18 до 21 року. Дослідження проводилось на базі Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Діагностичним інструментарієм виступили такі методики, як ADOR («Підлітки про батьків»), «Батько в сім'ї» (автор О.М. Сізанов) та розроблена авторська анкета «Мій майбутній чоловік».

За результатами анкетування встановлено, що студентки 4 курсу більш прив'язані до матері (80%), ніж студентки 2 курсу(50%). Така ж ситуація простежується відносно прив'язаності до батька в 4 курсу (65%), а у 2 курсу (35%). Ця різниця може свідчити про більшу зрілість 4 курсу по відношенню до цінності своїх батьків ніж у 2 курсу.