

умов для гуманізації суспільно-політичного життя, подолання відчуження людини, розбудови суспільства соціальної згуртованості і справедливості, що, власне, і складає ядро сучасної європейської соціальної моделі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Боден Ж. Шесть книг о государстве / Ж. Боден // Политология: хрестоматия / сост. М. А. Василик, М. С. Вершинин. – М. : Гардарика, 2000. – С. 443-447.
2. Дацюк С. Что такое духовность и зачем она нужна? / С. Дацюк // Украинская правда. [Електронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2009/06/16/4489861/view_print/
3. Лисса Ройал. Духовный суверенитет [Електронный ресурс]. – Режим доступа : <https://absolutera.ru/article1716-dzhermeyn-duhovnyy-suverenitet>.

УДК 007:304:659.3

ІНТЕРНЕТ-ІНТЕРЕСИ МОЛОДІ (НА ПРИКЛАДІ СТУДЕНТІВ ЧЕТВЕРТОГО КУРСУ ФАКУЛЬТЕТУ АГРОТЕХНОЛОГІЙ МНАУ)

Грабова О. П., студентка групи А 4/3

Науковий керівник – канд. філос. наук, доцент Мірошкіна Н. В.

Миколаївський національний аграрний університет

Метою дослідження є розгляд особливостей прояву та впливу сучасних новітніх технологій та популярних веб-ресурсів на сучасну молодь, розглядається також вплив соціальних мереж на формування культури особистості.

Інтернет, будучи соціокультурним феноменом, як інформаційно-комунікаційна технологія стає все більш значущим чинником змін сучасного інформаційного суспільства, демонструючи в другому десятилітті ХХІ ст. не тільки техніко-технологічну, економічну, але, головним чином, зростаючу соціальну значимість для життєдіяльності людини, ставши повноправним соціальним інститутом. При спілкуванні в мережі Інтернет студент може не вказувати свій реальний вік, стать, особливості зовнішності, приписувати собі неіснуючі заслуги, тим самим намагаючись підвищити свій психологічний або соціальний статус. Наприклад, на питання: “Яке з джерел Ви регулярно використовуєте для отримання інформації?”, перше місце за популярністю – 60% студентів віддали Інтернету, друге – 31% телебаченню, третє розділили 25%, 27%, 18% газети, радіо і книги відповідно.

У свою чергу частота відвідування студентами Інтернету говорить про його значущість як фактора соціалізації. До того ж, 69 опитаних з 70 зареєстровані в соціальних мережах. І знаходяться в них досить часто – 86% опитаних респондентів вказали, що знаходяться в соціальній мережі “онлайн” практично завжди, 10% вказали, що заходять в соціальну мережу

досить рідко, і всього 5 % – практично не користуються соціальними мережами, 1,4 % – не зареєстровані в соціальних мережах. Більше того, рівень довіри до Інтернету як джерела інформації в молодіжному середовищі досить високий: 85 (4%) респондентів вибрали варіанти відповіді “довіряю” і “скоріше довіряю”. Що підтверджує той факт, що студенти в основному відносяться до інформації в Інтернеті без критичного її осмислення. Студентській молоді, як найбільш схильній до впливу різноманітної інформації, поширеної в Інтернеті, слід навчитися з обережністю ставитися до неї. Отже, результати анкетування студентів дають підстави вважати, що Інтернет, будучи частиною структури інформаційних технологій, зайняв значне місце в інформаційному полі студентів.

Вивчення мотивів звернення студентської молоді до інтернет-ресурсів має важливе значення для дослідження суперечливого характеру впливу інтернет-технологій на соціалізацію студентів. Важливо оцінити, що спонукає студентів до діяльності в кіберпросторі, для виявлення різних стратегій поведінки. Для реалізації поставленого завдання необхідно визначити, що саме ми будемо розглядати в якості мотиваційної характеристики мережевої поведінки студентської молоді.

У нашому дослідженні ми розглянемо мотивацію мережевої поведінки студентської молоді і, тим самим, розглянемо, яку роль відіграє Інтернет в соціалізації студентів. Під мотивацією в широкому сенсі мається на увазі те, заради чого людина виконує ту чи іншу діяльність. Яка діяльність здійснюється внаслідок будь-якого внутрішнього імпульсу (потреби) і заради деякої зовнішньої по відношенню до неї цінності. Ці відносини й утворюють два полюси реальної мотиваційної системи. Таким чином, мотив – це предмет, на який спрямована діяльність, відповідний певній людській потребі. При вивченні мотивів студентів представляє інтерес їх суб'єктивна оцінка ролі, яку відіграють застосовувані ними інструменти та ресурси Інтернету для успішної або негативної соціалізації [2].

У зв'язку з вищезазначеним для дослідження мотивів використання інструментів і ресурсів мережі Інтернет нами пропонуються наступні показники:

- мети використання студентами мережі Інтернет;
- спрямованість інтересів студентів в Інтернеті;
- оцінка психологічних особливостей роботи студентів в Інтернеті;
- уявлення студентів про власні мотиви і потреби.

На питання: “Для яких цілей ви найчастіше використовуєте Інтернет?” відповіді розподілилися таким чином: для пошуку навчальної інформації – 60%, для спілкування – 50%, для розваги (задоволення) – 30%, для роботи – 15%, для пошуку інформації про товари і послуги – 8%.

Основною метою використання Інтернету студентами є пошук інформації для навчання (65%). До того ж для підготовки навчальних занять студенти найчастіше використовують пошукові системи Інтернету (google, yandex та ін.) – 80%; електронні бібліотеки – 10 %; бібліотеки міста – 5%. Тим самим Інтернет виключив з життя студентів процес відвідування

бібліотек, полегшивши пошук потрібної інформації, але в той же час присутній і негативний аспект, студенти часто використовують швидко знайдену інформацію без обдумування і критичної рефлексії. Інтернет безперечно є головним (якщо не єдиним) каналом інформації для підготовки до навчальних занять, який істотно потіснив або виключив усі інші.

Перейдемо до аналізу відповідей на наступне питання: “Уявіть собі, що Інтернет зник з Вашого життя. Що станеться?” Студенти сприймають Інтернет, в першу чергу, як джерело інформації, втрата якого може серйозно позначитися на якості навчання. Найбільше студентів цікавить “географія та туризм” (50%), “гумор” (49%), “освіта” (44%) “наука” (38%). Опитані студенти низький інтерес мають до таких тем: “релігія”, “медицина”, “сім’я”, діти”.

Найважливіше для студентів бажання знати (пізнавальний мотив) – 75%, далі йде бажання спілкування (комунікативний мотив) – 65% і на третьому місці бажання самоствердження, бажання належати групі однодумців і бажання самореалізуватися – 56% (мотив самореалізації). Також було з’ясовано, що спілкуючись в Інтернеті, користувачі часто створюють собі так звану «віртуальну особистість», яка наділена ім’ям – “nick” (від “nickname” – псевдонім). Частина респондентів (45%) надає великого значення тому, як називатиметься в Інтернеті, тобто для них можливість представитися кимось іншим залишається незатребуваною. Інша частина – 58% не надають великого значення своєму nick name і вибирають при реєстрації ім’я, якого немає в чаті або форумі, або перше, що прийшло в голову. Мотив самореалізації, який проявляється в контексті використання Інтернет-простору для публічного обговорення власних досягнень, результатів своєї творчості, позицій потребує подальшого вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дюжева К. В. Вплив сучасних інтернет-ресурсів на молодь і зв’язки з громадськістю: соціокультурний та комунікативний аспект / К. В. Дюжева // Соціум. Документ. Комунікація . – 2016. – Вип. 1. – С. 257-265.
2. Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності [Електронний ресурс] / А. Церковний. – Режим доступу : http://www.politik.org.ua/vid_magcontent.php3?m=6&n=31&c=495.