

В сучасних умовах модернізації українського суспільства необхідним є удосконалення всіх елементів соціокультурної системи в широкому розумінні: особистості як суб'єкта взаємодії, суспільства як сукупності індивідів, що перебувають у стані взаємодії, і культури як системи цінностей, норм, ідеалів, які мають бути глибоко усвідомлені й творчо використані суб'єктами, що взаємодіють. Зайво повторювати, що всі ці елементи є невід'ємними складовими єдиного соціокультурного процесу та, як наслідок, необхідною передумовою формування цивілізованого українського суспільства, його лояльності та злагоди стосовно стратегічних напрямів розвитку країни. Своєю чергою, він потребує належної інституціоналізації, яка може бути забезпечена саме шляхом «культурної легітимації».

Таким чином, на нашу думку, без культурної легітимації неможливо створити у правовому сенсі збалансоване суспільство, в основу якого покладено принципи правової держави, визнання та реального забезпечення священних і недоторканих прав громадян. Наголосимо й на тому, що юридична наука стає дедалі культурологічнішою, адже при цьому закони та норми розглядаються не лише як вияв суспільної практики, бо вся дія правових систем починає аналізуватися в контексті цілісного буття та розвитку культури [2, с. 1066].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Великий енциклопедичний юридичний словник / За ред. акад. НАН України Ю. С. Шемшученка. – К.: Юридична думка, 2007. – 992 с.
2. Запесоцкий А. С. Культурология как отрасль научного знания // Вестник Российской академии наук. – 2010. – № 12. – С. 1064–1068.
3. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. – 544 с.
4. Философия права: конспект лекций / О. Г. Данильян, А. П. Дзедань, С.И. Максимов и др; под ред. О. Г. Данильяна. – Харьков: Право, 2009. – 176 с.



Мартинюк О. П.

*студентка III курсу юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

*Науковий керівник: д. філол. н., професор кафедри
документознавства, інформаційної діяльності
та українознавства ТНЕУ*

Шкіцька І. Ю.

СПЕЦИФІКА ПОВЕДІНКИ МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ В ІНТЕРНЕТ-СОЦСЕРЕДОВИЩІ

Соціальні мережі – явище відносно нове, однак вони дуже швидко стали популярними серед людей різних вікових категорій, особливо молоді. З огляду на це поведінка молодих людей у соціальних мережах потребує наукового вивчення,

що зумовлює актуальність нашої праці, метою якої є виявлення та характеристика особливостей поведінки молодих людей в Інтернет-соцмережах.

Людина віком від 18 до 30 років – сформована особистість, що має виборчі права й несе економічну відповідальність. У цей віковий період відбувається повноцінне включення в усі види соціальної активності. На цій стадії самосвідомість особи є центром внутрішнього світу і виявляється в пізнанні навколишнього, самопізнанні, сприйнятті численних образів себе в найрізноманітніших життєвих ситуаціях, соціальній взаємодії, індивідуальній та спільній діяльності. На етапі ранньої дорослості ці уявлення поєднуються в цілісне, узагальнене уявлення про себе – бачення себе в контексті життєдіяльності, розуміння вічних і тимчасових цінностей [5].

Становлення людини виявляється в її активності у різних сферах життя, вирішенні життєвих проблем, самовираженні, саморегуляції та організації свого життя. Молода людина як суб'єкт життєдіяльності може [3]:

- обирати напрям і спосіб життя, визначати основні цілі, етапи їх досягнення, змінювати їх послідовність;

- знаходити вихід зі складних життєвих ситуацій, досягати своїх життєвих цілей і реалізувати плани;

- створювати цінності свого життя, розширювати коло інтересів і захоплень.

Користувачі соціальних мереж цього віку є вже сформованими особистостями, які хочуть отримати від життя максимум і досягнути певної мети. У соцмережах такі люди зазвичай розміщують велику кількість власних фото. На аватарах бачимо виключно власні фото.

Упадає в очі прагнення молодої людини поділитись із віртуальними друзями всіма важливими подіями у своєму житті: весіллям, народженням дитини, хрестинами, улаштуванням на роботу, підвищенням на посаді, святкуванням різних подій, відвідуванням розважальних заходів тощо. При цьому користувачі соцмереж цієї вікової групи часто вдаються до послуг професійних фотографів. Усе слугує підкресленню свого соціального статусу і зовнішньої привабливості. За набором таких світлин у соціальній мережі можна дуже швидко скласти певне уявлення про особу. Так, знімки на тлі визначних пам'яток свідчать про захоплення подорожами, фото з дітьми – про домінуючі сімейні цінності, світлини з вечірок дають змогу розпізнати людину, яка любить весело проводити час.

У середньому користувачі середнього віку заходять на свою Інтернет-сторінку 5-10 разів на день. Кількість віртуальних друзів становить у середньому 300 осіб. Записи на сторінках цих користувачів (як українською, так і російською мовою) більш стримані, ніж у користувачів-підлітків.

Жінки часто публікують записи з відомими цитатами про те, яким має бути їхній майбутній чоловік. Це є натяком для користувачів протилежної статі про пошук другої половинки й бажання створити власну сім'ю. Жінки, які мають обранця, хизуються фото з букетами квітів чи коштовними подарунками від нього.

Чоловіки полюбляють розміщувати на своїх сторінках анекдоти різної тематики, фото автомобілів (часто чужих). Проте трапляються записи і про «справжніх» чоловіків, із якими вони себе порівнюють чи ототожнюють. Представники чоловічої статі активно використовують соціальні мережі для пошуку нареченої, адже це найлегший спосіб – не виходячи з дому знайти «свою

долю». Кожна п'ята пара в розвинених країнах утворилася завдяки знайомству в соцмережах. Проте, як показує досвід, соціальні мережі є й причиною кожного третього розлучення у світі [4].

Соціальні мережі інколи стимулюють розвиток депресії, яка може бути викликана тим, що людина, постійно переглядаючи стрічку новин друзів, засмучується від того, що є не такою вродливою, стрункою, успішною і т. д. порівняно з іншими. Проте слід узяти до уваги й те, що людина отримує досить спотворену інформацію про життя інших, адже люди хочуть себе позитивно позиціонувати й акцентують увагу лише на позитивних аспектах свого життя. До того ж бажання максимально репрезентуватись у віртуальному житті часто є свідченням нереалізованості в реальному світу, бажанням утекти від проблем у пошуках ілюзорного щастя.

Отже, специфічність поведінки сучасної молоді людини в соціальних мережах зумовлена потребою у спілкуванні, самоствердженні та пошуку актуальної суспільно значущої інформації. Соцмережі є також легким способом позитивного самопозиціонування та платформою для соціального порівняння через спостереження за віртуальними проявами життя своїх онлайн-друзів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете [Электронный ресурс] / А. Е. Жичкина. – М. : Дашков и Ко, 2004. – 117 с. – Режим доступа : <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>.
2. Кухарська Н. Загрози безпеці дітей у соціальних мережах [Електронний ресурс] / Н. Кухарська, В. Кухарський // Безпека інформації. – 2014. – Т. 20, № 2. – С. 169-175.
3. Савчин М. В. Вікова психологія : навчальний посібник / Савчин М. В., Василенко Л. П. – К. : Академвидав, 2011. – 368 с.
4. 60 фактів про соціальні мережі [Електронний ресурс] // Senfil. – 2014. – Режим доступу до ресурсу : <http://senfil.net/?newsid=33>.
5. Швалб Ю. М. Возрастная психология : учеб. пособие для студ. вузов / Ю. М. Швалб, И. Ф. Муханова; Киев. нац. ун-т им. Т. Г. Шевченко, Макеев, экономико-гуманитар. ин-т. – Донецк : Норд-пресс, 2005. – 304 с.

