

СЕКЦІЯ 5.
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГУМАНІТАРНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР

Безушко Н.

студентка II курсу юридичного факультету

Тернопільського національного

економічного університету

Науковий керівник: д. філол. н., професор кафедри

документознавства, інформаційної діяльності

та українознавства Шкіцька І.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОГО СПІЛКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТ-СОЦМЕРЕЖАХ

Протягом останніх десяти років спостерігаємо все більшу віртуалізацію життя людей. Сьогодні Інтернет без перебільшень можна назвати глобальною поліфункціональною мережею, за допомогою якої відбувається задоволення однієї з найважливіших потреб людини – потреби в спілкуванні. Аспекти Інтернет-комунікації сьогодні вивчають учені різних сфер. Ідеться про праці психологів, соціологів, філологів, інформологів тощо. Незважаючи на великий здобуток вітчизняних і зарубіжних науковців, актуальними залишаються питання, пов'язані з міжгендерною комунікацією в Інтернет-соцмережах.

Мета дослідження – з'ясувати особливості міжгендерного спілкування молоді в Інтернет-соцмережах.

Гендерні стереотипи – це набір загальноприйнятих норм і суджень стосовно статусу жінок та чоловіків, норм їхньої поведінки, мотивів їхніх учинків і характеру потреб. Гендерні особливості залежать від психічного складу, характеру професії, соціальної ролі учасників комунікації. На формування гендерного стереотипу впливає диференціація діяльності чоловіків і жінок. Так, історично склалися стереотипи про чоловіка як мовчазного мисливця з аналітичними здібностями й умінням орієнтуватися в просторі та про жінку як домашню господиню, виховательку дітей з її необхідною для цієї діяльності вербальною активністю.

Основна відмінність Інтернет-спілкування від реального – опосередкованість і дистантність. Це чинить істотний вплив на характер спілкування. Так, у співрозмовників немає можливості зчитувати невербальну інформацію, виражати емоції в природній спосіб, спілкуватись без перерв. Спілкування в соцмережах не вимагає блискавичної реакції співрозмовника, як безпосереднє спілкування.

З іншого боку, психологи говорять про те, що до Інтернет-спілкування люди ставляться більш безвідповідально, що виявляється в нехтуванні нормами ввічливості, розв'язаності мовлення, зловживанні ненормативною лексикою, графічними знаками, уживанні усічених форм слів, авторських просторічних новотворів, нехтуванні знаками пунктуації та орфографічними правилами тощо. Інтернет-спілкування багато людей розглядають як спілкування без зобов'язань. І жінок, і чоловіків воно приваблює доступністю, анонімністю, нерегламентованістю та необов'язковістю.

Поведінка різностатевих осіб молодого віку в соцмережах різниться. Оскільки дівчата більш комунікабельні порівняно з юнаками, спілкування та

стосунки з іншими людьми для них постають значущими, тому дівчата є більш активними користувачами соцмереж. Юнаки з їх пріоритетом роботи та хобі над стосунками виявляють меншу активність у соцмережах. За результатами нашого дослідження, більшість представників чоловічої статі використовують соцмережі з інформаційною метою – пошук цікавої інформації, ознайомлення з новинами та для розваг – слухання музики, гра в ігри і т. д. Дівчата шукають передусім міжгендерної комунікації, тому часто постають її ініціаторами.

Серед 80-ти опитаних нами осіб на питання «Хто найчастіше є ініціатором міжгендерної Інтернет-комунікації?» 50 % опитаних визначили ініціаторами дівчат, а інші 50 % – юнаків. Це свідчить про тенденцію руйнування стереотипів про мужність і жіночість, відповідно до яких чоловіки – активні, ініціативні та рішучі, а жінки – пасивні, толерантні та поступливі. На нашу думку, це розмивання стереотипів частково зумовлено нав'язуваними ЗМІ та сучасною культурою гедоністичними гаслами і споживацькою психологією.

Шляхи самопозиціонування в Інтернет-соцмережах юнаків і дівчат різняться. Так, юнаки здебільшого не акцентують увагу на своїй зовнішності, але прагнуть справити гарне враження про себе, про свідчать фото на фоні дорогих автомобілів, із престижних курортів, фото з результатом успішної діяльності тощо. У дівчат домінує прагнення демонструвати переваги своєї зовнішності. І юнаки, і дівчата прагнуть видаватися розумнішими, розміщуючи на своїх сторінках різноматематичні афористичні вислови. Бажання ідеалізувати свій віртуальний образ притаманне молодим представникам обох статей.

Для міжгендерного спілкування української молоді характерні русизми («зделав», «просьба», «чуть-чуть» і под.) та англіцизми на зразок «воркінг», «лайк», «смайл», «окей» і т. д. Зауважимо, що ненормативні мовні елементи більше притаманні мовленню юнаків, ніж дівчат. Це можна пояснити тим, що представниці жіночої статі ввічливіші за чоловіків, більше дотримуються правил мовленнєвого спілкування, їх мовлення є нормативнішим [1, с. 92; 3, с. 378].

Властиві жіночому мовленню слова із зменшувальними суфіксами, етикетні мовні формули ввічливості, називання комунікативного партнера на ім'я [2, с. 92] простежуємо також і в Інтернет-спілкуванні. Це можна пояснити емоційністю представниць слабкої статі та тим, що вони вважають себе відповідальними за підтримання міжособистісних контактів [4, с. 65-66].

Для демонстрації емоцій під час листування і юнаки, і дівчата використовують смайли та інші графічні знаки, що спричинено бажанням компенсувати дистантність комунікації.

Таким чином, для сьогодення характерним є витіснення Інтернет-спілкуванням безпосереднього спілкування людей. Це стосується і міжгендерної комунікації, яку багато користувачів Інтернет-соцмереж розглядають як спілкування без зобов'язань. Молоді люди жіночої та чоловічої статі по-різному позиціонують себе в соцмережах: дівчата акцентують увагу на своїй зовнішності, юнаки – на досягненнях і хобі. У представників обох статей спостерігається прагнення подати себе у вигідному світлі. Активнішими й багатослівнішими комунікантами в міжгендерній інтеракції постають представниці жіночої статі. Їх мовлення відзначається більшою нормативністю та емоційністю порівняно з мовленням юнаків. Вивчення міжгендерної Інтернет-комунікації крізь призму культурних відмінностей становить перспективу наших подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел

1. Мартынюк А. П. О реализации принципа вежливости в речи женщин и мужчин / А. П. Мартынюк // Вестник Харьковского ун-та. – Х. : Изд-во при ХГУ, 1989. – № 339 : Человек и речевая деятельность. – С. 89-92.
2. Подлегаева О. Г. Понятие мужской и женской речи в теории лингвистики гендерных субкультур / О. Г. Подлегаева // Вісник Луганського нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка. – Серія : Філологічні науки. – Луганськ : Вид-во ЛНПУ ім. Тараса Шевченка, 2007. – № 8. – С. 90-96.
3. Шкіцька І. Ю. Гендерний вимір маніпулятивного дискурсу / І. Ю. Шкіцька // Мовознавство : наук.-теор. журнал. – 2012. – № 1 (січень-лютий). – С. 64-72.
4. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект : монографія / Ірина Юріївна Шкіцька ; за наук. ред. проф. В. М. Бріцина. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – С. 377-461.

Вовк М.

*студентка II курсу юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

Кулик Л.

*студентка III курсу юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету*

*Науковий керівник: к. психол. н., доцент кафедри
психології та соціальної роботи ТНЕУ Ребуха Л.З.*

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Сучасні цінності пов'язують із проблемою формування світогляду. А вже світогляд виступає інтегративною основою діяльності як окремого індивіда, так і соціальної групи, чи людства загалом. Вища освіта є головним соціальним інститутом, що діяльнісно працює на задоволення суспільних потреб, в тому і на розв'язання проблеми, пов'язаної із формуванням цінностей особистості. Це зумовлює до того, що зміст національної системи вищої освіти, поза всяким сумнівом, прагне до ціннісного пізнання студентства.

Поняття «пізнання» трактується як сукупність процесів, процедур і методів набуття знань про явища і закономірності об'єктивного світу, що слугують найвищою формою відображення об'єктивної дійсності, процес вироблення дійсних знань. У психології та педагогіці вихідним і базовим є поняття «ціннісне пізнання», що розкриває собою особливий зв'язок-взаємодію суб'єкта та об'єкта, в межах якого відбувається вираження, переживання й осмислення соціокультурного значення об'єкта, необхідного для буття суб'єкта. Такий процес, що представляє формування ціннісних орієнтацій є невід'ємною складовою розвитку особистості майбутнього фахівця, його взаємовідносин, скерованості й мотиваційної сфери. Відповідно до зазначених положень в сучасних умовах необхідно перебудовувати особистісну систему цінностей.

Система цінних якостей особистості розвивається й виявляється через її власне ставлення до держави і громадянського суспільства, до себе, людей, природи, праці, мистецтва. Такий комплексний підхід реалізується у змістовому