

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ СОЦМЕРЕЖ НА ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ

Актуальність дослідження За останні кілька десятиліть інформаційні технології відзначились швидким розвитком з поміж інших галузей діяльності людини. Ця сфера стала ключовою для кожного, хто йде у ногу з прогресом. Адже актуальна інформація стала надзвичайно цінною і щоб її отримувати потрібно весь час розвиватись.

Глобальна мережа або Інтернет є невід'ємною частиною розвитку галузі інформаційних технологій. Завдяки майже миттєвій передачі інформації, він надає нам великий функціонал. Від спілкування з людьми за тисячі кілометрів, до ефективної роботи державних структур.

Проте Інтернет має як плюси так і мінуси. Мережа сильно вплинула на людину, а особливо на її ціннісні орієнтації. Соціум зазнає суттєвих змін в своїй структурі за рахунок збільшення соціальної мобільності людей. І саме молодь є одною з найактивніших груп котрі беруть участь у використанні інтернету.

У сучасних соціально-філософських дослідженнях відзначено кілька підходів до формування ціннісних орієнтації. Е. В. Бурмістрова, Т. Е.Резнік, І. А. Сурина, Н. А. Чуркіна і ін. Відомі роботи з формування ціннісних орієнтації особистості: В. П. Андрущенко, Д. В. Григор'єв, В. В. Додуров, Е. А. Новікова, В. С. Пазенок, А. Д. Шестоков та ін.

Мета дослідження: соціально-філософський аналіз впливу глобальної мережі на молодь, та її ціннісні орієнтації.

Об'єкт дослідження: трансформаційні процеси в сучасному інформаційному просторі та їх вплив на ціннісні орієнтації молоді.

Предмет дослідження: особливості впливу соціальних мереж на молодь в умовах інтенсивного розвитку сфери інформаційних технологій.

Завдання дослідження: проаналізувати теоретичні відомості щодо формувань цінних орієнтацій; провести дослідження ціннісних орієнтацій користувачів соціальних мереж; на основі досліджень виокремити особливості ціннісних орієнтацій в молоді, яка користується соціальними мережами.

Сьогодні Інтернет став невід'ємною частиною нашого життя. Це дає можливість сучасній людині навчатися, обговорювати проблеми, які турбують, знайомитися та спілкуватися з друзями, дізнатися про свою культуру та традиції, використовуючи необмежені можливості всесвітньої мережі. Проте інтернет надає не тільки переваги. До прикладу, при необачному використанні різних веб-сайтів можливе те, що люди отримують неправдиву або цілковиту брехню замість правдивої інформації. Це зумовлено тим, що творці цієї інформації самі її неправильно сприймають або ж хочуть розповсюдити брехню. На просторах інтернету часто можна знайти статті, відео і іншу інформація на різноматні теми. Проте не все це є правдою. Такі речі важливо перевіряти. Ось чому інтернет може погано вплинути на молодь та її матеріальні та духовні цінності.

З появою соціальних мереж потреба людини до живого спілкування частково зменшилась. Правда тільки частково. Відомо, що людина - соціальна істота і кожному важливо спілкуватись з рідними і друзями. Але навіть витратити свій час на планування зустрічі, якщо можна надіслати кілька повідомлень у соціальній мережі? Це правда, проте навряд чи хороший вплив на людину матиме спілкування такого типу. Термін «соціальні мережі» виник завдогдо до Інтернету. І, вважається що, сучасні соціальні мережі були введені в 1954 році соціологом з Манчестерської школи Джеймсом Барнсом.

Просте і сучасне розуміння цього терміна означає певне коло знайомих людини, де сама людина є центром соціальної мережі, його друзі - гілки цієї соціальної мережі, а відносини між цими людьми - спілкуванням.

Сучасні і популярні соціальні мережі надають ряд корисних функцій для «взаємодії» з іншими людьми. Можна поширювати свої фото, відео, писати дописи та багато іншого. Проте це викликає звичку. Після проведення опитування виявилось, що в середньому найбільше часу в соц. Мережах проводять особистості від 16 до 24 років, тобто молодь. В Європі проведений час у соц. мережах в середньому дорівнює двом годинам в день. Ці данні лише статистика і не є повністю точними, проте вони вказують на популярність цієї відносно нової речі серед молоді і на те, що залежність від соцмереж - не вигадана річ.

Як вважає Романова Н., розвиток інформаційних технологій стимулює негативний вплив ЗМІ на ціннісні орієнтації. Ця проблема стосується і соцмереж оскільки їх можна вважати засобом масової інформації. Надзвичайна кількість новин по різному інтерпретується в різних джерелах, якщо ж не зовсім не зіпсована «жовтою пресою». Це відбувається тому, що в інтернет-просторі кожен намагається утримати користувача на своєму веб-сайті як найдовше. А «гарячі» заголовки – це те що може привернути увагу людини.

Багато соцмереж збирають інформацію про користувачів без їх відома. Це не зовсім прийнятно, адже кожна людина має право на власне приватне життя і його недоторканість [5]. Проте компанія-власник соцмережі використовує здобуту інформацію тільки в одному руслі – ефективна реклама. В сучасності рекламна діяльність є одною з провідних, тому користуючись історією запитів і пошуку конкретної особи алгоритм відразу підбирає актуальну рекламу. Гавриловський В. наголошує на тому, що такий спосіб збору інформації про користувачів в соціальній мережі найбільше використовується компанією «Facebook» [2].

Все це надзвичайно впливає на ціннісні орієнтації, особливо в молоді. Адже соцмережі будуть надавати людині не надто корисну інформацію.

В. П. Тугарінов використовує поняття «Ціннісні орієнтації», які він визначав, як спрямованість особистості на ті або інші цінності [7].

Згідно з словами І. Піголенка, ціннісні орієнтації – найважливіша складова структури особистості, вони також являють собою всебічне врахування індивідуальних інтересів і потреб людини, зв'язок між особистістю і суспільством, його інститутами, культурою, цінностями [3, с. 10-11].

З. І. Файнбург відзначає «надзвичайну складність системи ціннісних орієнтацій особистості, складність її детермінації соціальним, багатопланову і багатопланову опосередкованість всієї залежності в цій сфері. Ми маємо справу з багатовимірним об'єктом, дуже складним по своїй структурі» [8; 85]

Згідно зі статистикою, кожного дня інтернетом користуються 72% користувачів, мінімум раз на тиждень – 21%, мінімум раз на місяць – 4%, рідше, ніж раз на місяць, - 2% користувачів [4].

Це данні вказують на те, що для половини людей важливе спілкування в мережі. Чого не можна сказати про людей, які рідко займаються цим видом діяльності – їм притаманне «живе» спілкування.

Соцмережі можуть вести як до прокрастинації, так до і корисного проведення часу. Адже інтернет - це найбільше скупчення інформації у світі, а соцмережі – спосіб ділитись нею з іншими. Великий обсяг навчання також проходить через інтернет. Можна вчитись переглядаючи відео, чи читаючи певний матеріал, або ж займатись чимось наживо з викладачем, чи навпаки навчати людей і перетворити цей вид діяльності на основний заробіток. Також в соцмережах часто можна побачити «чати» або «канали» з цікавим і інтерактивним навчальним матеріалом.

Висновки: Враховуючи популярність соцмереж у світі, можна сказати що користування ними тісно пов'язане з життям багатьох людей. Це не дивно адже простота, інтуїтивний інтерфейс, легкість доступу дає майже кожному можливість спілкуватись витрачаючи менше часу. Проте довге користування впливає на молоду людину що може сприяти трансформації її ціннісних орієнтацій не в кращу сторону. А оскільки все більше і більше часу люди витрачають на соцмережі, це питання стає все більш актуальним. Адже цінності молоді можуть деформуватися, а молодь все більш заглиблюватись у віртуальний світ.

Також можна зробити висновок, що частина переваг соцмереж нівелюються їх мінусами. Звісно, при правильному і обачному користуванні можна отримувати корисну інформацію і чогось вчитись навіть при досить довгому користуванні цим засобом інформаційної індустрії.

Література

1. Вплив соціальних мереж на зміст ціннісних орієнтацій у підлітковому віці: веб-сайт.URL: https://knowledge.allbest.ru/psychology/3c0b65625b3bd69b4c53a89521316c37_0.html (дата звернення 27.03.2019)
2. Гавриловський В. Щодо відслідковування осіб із використанням соціальних мереж: веб-сайт. URL:http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/boz_2013_1_39.pdf
3. Пиголенко І. В., Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ «КПІ»): дис. канд. філос. наук: 09.00.10. Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний ін-т». 2006. 192арк. Бібліогр.: арк. 173-192. С. 3-11.
4. Полякова А. Лише 58% українців користуються інтернетом – дослідження: веб-сайт.URL:<https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/31/633590/> (дата звернення 27.03.2019)
5. Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод: Міжнародний документ від 04.11.1950. URL.:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004
6. Романова Н. Аксиологічний аналіз співвідношення реальних і штучних цінностей в медіа просторі: веб-сайт.URL:<http://book.net/index.php?p=achapter&bid=1459&chapter=1> (дата звернення 30.03.2019)
7. Тугаринов В. П. О ценностях жизни и культуры: Л.: ЛГУ, 1960. С. 76
8. Файнбург З. И. Ценностные ориентации личности в некоторых социальных группах социалистического общества: Вопр. психологии. 1989. № 5. С. 79-89.
9. Гнасевич Н. В., Рудакевич О. М. Вплив політичної пропаганди в інформаційно-психологічних операціях: принципи, форми та засоби впливу : Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії а міжнародний досвід : [Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції], м. Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 20-21 квітня 2018 р.]. Тернопіль : Економічна думка, 2018. С.349-352.