

інтерсуб'єктивного поля – простору діалогу двох суб'єктивних світів. Переживання людини неможливо зрозуміти без урахування тих інтерсуб'єктивних контекстів, в яких воно формується і артикулюється, причому присутність розуміючого суб'єкта є найважливішим контекстом.

Перелік використаних джерел

1. Кохут Х. Восстановление самости. М.: Когито-Центр, 2002. 318 с.
2. Lazarus A. 2007. On necessity and sufficiency in counselling and psychotherapy (revisited). *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*. Vol. 44 (3).
3. Rogers C. 2007. The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*. Vol. 44 (3).

Оксана Воронюк

здобувач вищої освіти соціально-гуманітарного факультету
Західноукраїнський національний університет

Науковий керівник:

Ольга Шаюк

канд. психол. наук, доцент кафедри психології та соціальної роботи
Західноукраїнський національний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВІРТУАЛІЗОВАНЕ СОЦІАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Віртуальні соціальні мережі є об'єктом для вивчення не тільки технічних наук, що розглядають її з позиції функціонування протоколів і потоків даних, які перенаправляються через комп'ютерну мережу і сервера, але і гуманітарних наук, починаючи від лінгвістики, що вивчає вплив соціальних мереж на розвиток мови, і закінчуючи культурологією і філософією, які реєструють зміни культури, формування суб-і контркультур під дією соціальних мереж і світогляду, що формується під впливом величезного масиву необробленої і часто суперечливої інформації.

Соціальна мережа - це віртуалізоване соціальне середовище, в якому особистість встановлює, розширює і поглиблює соціальні зв'язки, формуючи специфічну структуру відносин, соціалізується,

самореалізується, генерує і споживає будь-яку, цікаву для нього інформацію через різні комунікаційні канали в певних формах [3].

Нові форми взаємодії людей, розвиток технічних засобів і новітніх технологій, поява віртуальності і перенесення соціальних контактів в нову реальність змушує дослідників вивчати зміни і адаптацію психіки до новим формам соціальної взаємодії.

Соціальна установка - це особистісний психологічний конструкт, який має трикомпонентну структуру: когнітивний компонент, що містить знання, уявлення про соціальний об'єкт, афективний компонент, що відображає емоційно-оцінне ставлення до об'єкта, і поведінковий компонент, що виражає потенційну готовність особистості реалізувати певну поведінку по відношенню до об'єкта [1; 4].

Виділено сутнісні характеристики, властиві соціальним установкам сучасної молоді, засновані на описі цілісного соціально-психологічного портрета сучасної молоді: спрямованість на успіх, креативність як обов'язкова якість особистості, підвищення власної значущості і цінності, акцентуація на власній персоні; акцентуація на "зараз" - тобто на сьогоднішній день, певний відрізок часу [2].

Підставою для формування соціальних установок в віртуальних соціальних мережах є акцентовані потреби в підвищенні і підтримці соціального статусу, в підвищенні і підтримці самооцінки, в успіху і ідентифікації.

Соціально-психологічний механізм - це система організаційно-управлінських процедур, що забезпечують умови, в яких з високим ступенем ймовірності виявляються соціально-психологічні закони і закономірності, що забезпечують запланований ефект [4].

У віртуальних соціальних мережах створюються такі умови, щоб з'являлися соціально-психологічні закономірності, які призводять до зміни сприйняття соціального об'єкта.

Процес формування соціальних установок в соціальних мережах є лінійним, але заснований на циклічному повторенні фіксації соціальних патернів, закладених в когнітивний компонент інтернет-повідомлення і розкривається не тільки в міру сприйняття повідомлень, а й при використанні авторами методів впливу на

користувача з метою домогтися більш повного сприйняття і закріплення когнітивного і афективного компонентів у свідомості користувача.

Після фіксації патерну при повторенні повідомлення формується установка користувача. При подальшому повторенні установка кристалізується і може бути перенесена в підсвідомість користувача. При повторенні цієї інформації більше семи разів, починається процес формування установки або її кристалізації відповідно до кривої забування Еббергауза [1].

Визначено три групи факторів: макросоціальні, мікросоціальні і суб'єктивні, що впливають на процес формування установок, які можуть як гальмувати процес фіксації паттерна і формування установок, так і форсувати його.

Доведено, що віртуальні соціальні мережі формують соціальні установки сучасної молоді через соціально-психологічний механізм, що включає в себе вибір акцентованої потреби, формування повідомлення з використанням Маніпулятивних методів, функціонування соціально-психологічних механізмів і диференційованих механізмів задоволення акцентованих потреб та фіксації інформації.

Формування соціальних установок відбувається через задоволення соціальних мережах акцентованих потреб - в підвищенні і підтримці статусу, в підвищенні і підтримці самооцінки, в ідентифікації, в успіх

Перелік використаних джерел

1. Зелінський С. А. Інформаційно-психологічний вплив на масову свідомість 978-5-903463-17-6. Видавництво Старого Лева, 2008. 280 с.
2. Оксфордський словарь назвал словом года «selfie». *BBC Україна*. URL:http://www.bbc.com/ukrainian/ukraine/2013/11/131119_ua_s_word_of_the_year (дата доступу 23.09.2015)
3. Социология молодежи / Гайдукова Е.А.М.: Юрайт, 2015. 416 с.
4. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование «Я» в опосредствованном комп'ютером общении. *Гуманитарные исследования в Интернете*. М.: Терра-Можайск, 2000, 340 с.