

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології
та соціальних комунікацій

IX

**ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ**



СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

15-16 квітня 2021 року

Матеріали

Юлія Якущенко, Карина Глущенко,
студентки Сумського державного університету

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПРОВІДНИЙ ВИД ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

З початком пандемії Covid-19 спілкування в реальності стало обмеженим. В зв'язку з цим віртуальна комунікація через соціальні мережі набуває все більшої актуальності та стає провідним видом міжособистісної комунікації у суспільстві. В сучасному світі майже кожен більшу вільного часу проводить в соціальних мережах, використовуючи їх не для пошуку потрібної інформації, а листуючись у чатах, переглядаючи фото, відео, прямі ефіри, блоги та інше.

Завдяки різноманітності видів соціальних мереж, кожен може обрати саме той тип, який є зручним та цікавим. С. Коноплицький виділяє такі види соціальних мереж:

1. Соціальні мережі, як приклад Facebook, Instagram та інші.
2. Мережі миттєвого обміну інформацією, тобто це системи, які передбачають відеозв'язок, наприклад, ZOOM, Skype, Google Meet та інші.
3. Інтернет-чати, це мережі, які надають можливість одночасного спілкування з великою кількістю користувачів, наприклад Telegram, Viber та інші.
4. Інтернет-форуми, це мережі, в яких користувачі створюють пости, а також коментують пости інших користувачів.
5. Інтернет-хости, сторінки на яких розміщують відеоматеріали [1].

Саме завдяки віртуальному спілкуванню більшість осіб намагаються задовільнити свої потреби. У кожної людини є явні і приховані потреби, які вона прагне задовольнити, це може бути потреба в спілкуванні, самореалізації, а соціальна мережа дає відчуття задоволення цих потреб. Багато закордонних та вітчизняних науковців, таких як Ф. Достоєвський, К. Обухівський та інші, представляли свої класифікації потреб. Але для пояснення як відбувається задоволення потреб завдяки соціальним мережам, найбільш дотичною є

ієрархія потреб А. Маслоу [2]. На основі цих потреб можна проаналізувати потреби та як вони забезпечуються завдяки спілкуванню в соціальних мережах:

1. Фізіологічні потреби забезпечуються завдяки тому, що в соціальних мережах можна знайти інформацію яка потрібна для життєдіяльності особистості, тобто інтернет мережа виступає як джерело інформації.

2. Потреба в безпеці реалізується завдяки тому, що забезпечується певна анонімність, також ми самі можемо обирати с ким спілкуватися, хто може переглядати нашу сторінку та інформацію, яка на ній розміщена.

3. Потреба приналежності та любові забезпечується завдяки тому, що під нашими постами та фото можна писати коментарі а також ставити «лайк», таким чином користувач бачитиме що його фото подобаються іншим.

4. Потреба у повазі. В наш час більшість людей мають складність зі встановлення соціальних контактів. Завдяки функціям соціальних мереж ми можемо спілкуватися з ким завгодно, а також припиняти спілкування в разі такої потреби.

5. Пізнавальні потреби як в Інтернеті, так безпосередньо і в соціальних мережах, ці потреби виражається в тому, що кожен має можливість отримувати нову інформацію текстового характеру на будь-яку цікаву тему, матеріалів аудіо- та відео-формату, що розвивають кругозір особистості та розважають у вільний час.

6. Естетичні потреби забезпечуються наявністю ресурсів, які розміщені в соціальних мережах та допомагають користувачам.

7. Потреби в самоактуалізації виражаються в можливості самовираження, що реалізується завдяки публікації фото та загалом створення та оформлення сторінки в соціальних мережах. Також дані потреби виражаються в можливості застосування своїх здібностей, це може бути, наприклад, публікація власних повчальних постів та в бажанні набуття нового досвіду, тобто коли в соціальних мережах ми шукаємо інформацію, ознайомившись з якою, ми можемо чогось навчитись.

Як зазначає Ю. Данько у своїх наукових працях, люди які весь час комунікують через соціальні мережі мають проблеми з пошуком реальних друзів. Також негативним впливом соціальних мереж може бути те, що, більшість людей, видають себе в мережі за того, ким у реальному житті вони зовсім не є [3].

Метою нашого дослідження є дослідити умови спілкування сучасної студентської молоді. У дослідженні взяли участь 54 студенти ІФСК, різних спеціальностей та віку, з яких 11 студентів віком 18 років, 16 осіб віком 19 років, 17 опитаних віком 20 років, 9 респондентів віком 21 рік, а також одна особа віком 34 роки.

Для дослідження нами було створено анкету, яка містить в собі 10 запитань з теми дослідження та 3 запитання для зібрання даних про респондентів.

За відповідями на перше запитання: «Чи вважаєте Ви себе комунікабельною людиною?» було отримано такі відповіді: «так, дуже люблю спілкування і багато спілкуюся» (50%); «не впевнений/а, люблю спілкування лише з близькими людьми» (37%); «не знаю, важко сказати» (7,4%), а також додавали власні варіанти відповідей, серед яких: «вважаю себе комунікабельною, але залежно від ситуації та настрою»; «люблю спілкуватися, але соромлюся першою розпочинати спілкування»; «Комунікабельна, але багато не балакаю».

На наступне запитання «Чи приділяєте Ви час спілкуванню в мережі Інтернет?», були отримані такі результати: 40,7% респондентів приділяють спілкування весь свій вільний час, 57,4% опитаних іноді спілкуються в мережі Інтернет, витрачаючи на це незначний проміжок часу, а 1,9% студентів не люблять інтернет-спілкування. З отриманих даних, можна побачити, що майже всі опитані студенти приділяють час віртуальному спілкуванню.

За відповідями на третє запитання, стосовно того, як часто студенти приділяють увагу спілкуванню в мережі інтернет, було визначено, що 42,6% віртуально спілкуються до 4х годин на день, 31,5% до 1 години на день, 22,2%

більше 4х годин на день, і 3,7% приділяють цьому до 2х годин на день. Таким чином було виявлено, що кожен з респондентів щодня спілкується з кимось через різні соціальні мережі.

Наступне запитання анкети стосувалося того, яких друзів більше має студент, і виявилось, що 55,6% мають більше реальних друзів, 24,1% мають більше віртуальних друзів, а 20,4% вважають, що мають віртуальних та реальних друзів порівну.

На четверте запитання анкети «Якщо у вас є потреба обговорити з другом чи подругою якусь проблему, як Вам зручніше це зробити?» було отримано такі відповіді: 38,9% відповіли, що немає значення реально чи віртуально це обговорити, головне з ким; 31,5% відповіли, що вони б це зробили завдяки віртуальному спілкуванню та 29,6% вважають, що зручніше обговорити проблему при реальній зустрічі. Як бачимо, все ж таки віртуальне обговорення проблеми є більш актуальним.

З відповідей на п'яте запитання «Якщо у вас не має нагальної потреби щось обговорити, а просто хочеться поспілкуватися, є вільний час, то Вам більше подобається:», було з'ясовано, що 38,9% хотіли б поспілкуватися в реальному часі, 33,3% хотіли б поспілкуватися у віртуальному просторі, а для 27,8% студентів не має значення як поспілкуватися, головне з ким. Таким чином, можна сказати, що для дружнього спілкування студентам більше подобаються реальні зустрічі.

Шосте запитання анкети має на меті, з'ясувати яке спілкування у житті студентів займає більше часу, і було з'ясовано, у 50% респондентів віртуальне спілкування займає більше часу, оскільки через карантин, вони не можуть поспілкуватися з друзями в реальному часі; 25,9% опитаних відповіли, що вони більше спілкуються віртуально, а 24,1% відповіли, що більше спілкуються реально. З отриманих даних можна зробити висновок, що студенти частіше спілкуються віртуально, а в умовах пандемії це стало взагалі актуально.

У наступному запитанні було виявлено, що для віртуального спілкування 66,7% студентів використовують соціальні мережі та 33,3% опитаних

користуються месенджерами. Отже, за отриманими відповідями можна сказати, що для опитаних студентів соціальні мережі є провідним видом віртуального спілкування.

В ході дослідження було з'ясовано, що більшість студентів спілкуються використовуючи Instagram та Telegram. Менш популярними є Facebook та Youtube. А також невелика кількість респондентів користуються Viber, TikTok, Twitter та WhatsApp.

Також студенти дали відповіді на запитання «На Ваш погляд, спілкування в соціальних мережах порівняно з спілкуванням у реальному житті?», було з'ясовано, що 42,6% опитаних вважають, що віртуальне спілкування є більш доступним ніж реальне; 16,7% респондентів вважають, що віртуальне спілкування більш зручне, ніж реальне та 40,7% вважають, що краще спілкуватися у реальному житті.

Отже, підсумовуючи вище викладене можна сказати, що в наш час спілкування відбувається більше в мережі Інтернет. А в умовах пандемії, коли реальні зустрічі тимчасово не можливі, віртуальне спілкування стало більш популярним. Як виявилось у нашому дослідженні, соціальні мережі справді є провідним видом віртуального спілкування, тому що так зручніше та доступніше в порівнянні з реальним спілкуванням.

Список використаних джерел:

1. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : дис. канд. соціол. наук: спец. 22.00.01 «Теорія та історія соціології». Київ, 2006. 154 с.

2. Коpecь Л. В. Психологія особистості: навч. посіб. Київ: Києво-Могилянська академія, 2008. 458 с.

3. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179–184.

Науковий керівник: Н. М. Теслик, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету