

ВИВЧЕННЯ Й АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ ВЗАЄМОДІЙ СУЧАСНОЇ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДИ

Актуальність вивчення й аналізу комунікативних взаємодій особистості необхідно розглядати у двох аспектах. По-перше, важливість такого дослідження обґрунтовується науковим осмисленням ролі комунікативної діяльності в житті сучасної людини. За таким аспектом важливість комунікативних взаємодій обґрунтовується інтеграційними процесами в українському суспільстві. Наслідки науково-технічного прогресу з поширення інформаційно-комунікаційних технологій обумовили розширення міжособистісних взаємодій між представниками різних етнічних, демографічних та територіальних груп населення. Інтернет, з'явившись відносно недавно, став одним з найбільш динамічних явищ сучасного суспільства із швидким зростанням його аудиторії, яка за даними Інтернет асоціації України у 2013 році вже становила 19,7 млн. вітчизняних користувачів. Функція Інтернету, пов'язана з отриманням інформації, сьогодні втрачає провідні позиції, таку роль бере на себе функція комунікації. Інтернет стає засобом не просто масової, але глобальної комунікації, яка об'єднує різні країни та народи [12].

Другий аспект актуальності соціологічного дослідження комунікативних взаємодій особистості пов'язаний із важливістю ролі міжособистісного спілкування в суспільних процесах. Діалектика соціальних перетворень у нашій країні передбачає зростання ролі людини в суспільстві, її ділової і комунікативної активності, уміння взаємодіяти з різними людьми та в різних соціальних спільнотах. Ідеться про формування навичок взаємодії індивіда із соціумом в сфері професійної діяльності на засадах пріоритету діалогу та переконання [46; 71; 75; 91-92; 97].

Вагомий внесок у розгляд питань комунікативних взаємодій особистості

в сучасному суспільстві здійснено ученими О.О. Бодалевим О.Є. Висоцькою, С.І. Даниленком, С.М. Коноплицьким, Л.М. Паламар, С.О. Сарновською. Вони акцентували увагу на тій обставині сучасного життя, за якою у третьому тисячолітті виникли принципово нові проблеми у сфері комунікативного співіснування людей. Мова йде про руйнування традиційної комунікативної системи, на відміну від якої віртуальне спілкування вносить суттєві зміни в модель комунікативних взаємодій, адже їх не обтяжують такі елементи невербальної комунікації, як міміка, жести, інтонації тощо [7; 21-22].

У вивченні проблем комунікативних взаємодій учнівської молоді визначальне значення мають праці І.Р. Алтуніної, О.М. Корніяки, Л.М. Паламар, В.І. Тернопільської, Р.А. Шулигіної. На думку учених, на комунікативні взаємодії учнів та студентів впливають фактори її належності до певних соціально-демографічних за віком та соціально-класових за статусом спільностей. В учнівському середовищі існують усталені та прийняті для молоді норми і правила комунікативних взаємодій. В сучасних умовах розвитку українського суспільства надзвичайно вагома роль соціальних мереж у комунікативних взаємодіях юнаків та дівчат. Така форма комунікації як віртуальне спілкування стає невід'ємною частиною життя юних користувачів мережі Інтернет. Проте ціннісно-орієнтоване прагнення до якісної комунікативної взаємодії у сучасних учнів та студентів підмінюється безцільною, хоча і жвавою за формою, псевдо комунікативною активністю в інтернет-мережах.

Внаслідок метою наукової статті визначено узагальнення результатів вивчення та аналізу реальних і віртуальних комунікативних взаємодій старшокласників та студентів. У науковій статті поставлено такі завдання:

- обґрунтувати актуальність проблеми вивчення реальних і віртуальних комунікативних взаємодій учнівської молоді;
- охарактеризувати методикау вивчення реальних та віртуальних комунікативних взаємодій херсонських старшокласників та студентів;
- здійснити аналіз та узагальнення результатів вивчення реальних та

віртуальних комунікативних взаємодій херсонських старшокласників та студентів.

У вивченні комунікативних взаємодій учнівської молоді нами було віддано перевагу методу анкетування внаслідок його певних переваг. По-перше, цей метод дозволяє отримати якісну інформацію стосовно найрізноманітніших питань. По-друге, даний метод засновується на висловлюваннях окремих осіб і проводиться з метою виявлення найтонших нюансів в думках респондентів [28, с.53].

Збір інформації методом анкетування вимагає попереднього аналізу вже існуючих анкет з вивчення комунікативних взаємодій особистості. За результатами аналізу здійснюється вибір анкети серед вже існуючих або розробка, у разі необхідності, нової анкети, яка відповідає меті емпіричного дослідження. Суть анкетного аналізу зводилася до того, щоб знайти такі анкетні питання, які віддзеркалювали б реальні та віртуальні комунікативні взаємодії особистості. Окрім цього ми звертали увагу на доступність питань для розуміння віковими категоріями респондентів старшого підліткового та юнацького віку з різним рівнем культури, життєвого досвіду та освіти. Перевага надавалася відкритим прямим запитанням, які не вимагають складних розширених відповідей та просторікувань. Тоді зміст анкети стає вимірюваним і доступним обчислювальним операціям.

Анкета вивчення комунікативної компетентності застосована А.І. Жичкіною у процесі опитування московських старшокласників та студентів педагогічних спеціальностей [1, с.12]. Питальник містить 34 питання, об'єднані у три частини. Дев'ять питань першої частини спрямовано на вивчення комунікабельності взагалі, тобто у всіх життєвих випадках, які не стосуються прямо професійної праці. Друга та третя частини складаються відповідно з 20 та 5 питань і стосуються суто педагогічної діяльності. Питання за змістом є доступними і зрозумілими для респондентів. Недоліком даної анкети можна вважати російськомовне оформлення та відсутність вказівок щодо її заповнення й обробки.

У ході аналізу ми звернули увагу на анкету «Чи товариська ви людина?», використану В.І. Тернопільською у процесі вивчення комунікативної культури житомирських старшокласників [8, с.289]. Розглянута анкета призначена для учнів 10-11-х класів. За позитивні її характеристики можна відзначити невеликий обсяг питань та відповідей. Хоча в питальнику нараховується 20 питань, проте їх зміст є простим, а після кожного питання подаються три варіанти можливих відповідей. Побудова анкети передбачає обмеження табличною формою запису відповідей, що робить зручною обробку відповідей респондентів.

Проаналізовано також опитувальник міжособистісних стосунків, апробований Р.А. Шулигіною у процесі вивчення комунікативних взаємодій кийських старшокласників [11, с.211]. Опитувальник розпочинається зі вступу з інструкцією щодо умов опитування. Основна частина містить питальник з 54 питань, умовно об'єднаних у три частини залежно від форми наданих відповідей. Питання стосуються не тільки міжособистісних взаємодій, але й спілкування у шкільному колективі. Хоча питання прості й доступні за змістом, проте їх велика кількість значно ускладнює процедуру та обробку результатів опитування.

Певне уявлення про віртуальні комунікативні взаємодії особистості може надати анкета з вивчення комунікативної культури юних користувачів мережі Інтернет, наведена С.М. Коноплицьким у дисертаційному дослідженні з означеної проблематики [5, с.144]. Хоча анкета не містить вступної та біографічної частин, проте приваблює стислий питальник, де включено всього 11 питань. На жаль, серед них значна частина стосується комунікативної культури тільки під час обговорень юнаками та дівчатами нагальних проблем на інтернет-форумах.

На підставі проаналізованих анкет та опитувальників нами розроблено анкету для вивчення комунікативних взаємодій старшокласників і студентів. Анкета включає 14 питань, які умовно можна поділити на три блоки. У першому блоці наведено питання стосовно комунікативних взаємодій

особистості у реальному житті. Вивчається наявність друзів та знайомих у респондента, частота спілкування із ними, особливості комунікативних контактів із незнайомими людьми та значно старшими або молодшими за віком. Другий блок присвячено вивченню комунікативних взаємодій респондента, які він здійснює за допомогою телефонного зв'язку. Це, зокрема, частота та тривалість телефонних розмов з друзями або знайомими, а також досвід телефонних знайомств респондента. У третьому блоці питань йдеться про комунікативні взаємодії респондента у соціальних мережах Інтернету. Вивчається чисельність та тривалість таких комунікативних контактів, чисельність віртуальних друзів та знайомих, практика нових знайомств респондента у соціальних мережах.

Зважаючи на той факт, що активні комунікативні взаємодії можуть бути необхідною умовою освітньої або професійної діяльності респондента (якщо студент працює у поза навчальний час), в анкеті наголошено на комунікативних взаємодіях, які не відносяться до необхідних професійних або навчальних контактів. За проблематикою дослідження нас також не цікавив аспект надання респондентами переваг тим чи іншим соціальним мережам. Адже віртуальне спілкування почергово в соціальних мережах «Вконтакте», «Однокласники» або «Facebook» суттєво не впливає на активність комунікативних взаємодій респондентів. Кожен респондент за власними інтересами може спілкуватись в межах одного каналу соціальних мереж або водночас використовувати багато каналів віртуальних мережеских контактів.

На початку запропонованої анкети «Комунікативні взаємодії» наведено біографічну частину з метою отримання попередніх даних про респондентів. Це відомості про вік, стать, сімейний стан (наявність подружжя та дітей у студентській сім'ї) та соціальний стан (учень, студент) респондентів. Додаткові відомості стосувались наявності телефонного зв'язку та користування Інтернетом. Такі відомості дозволяють визначати репрезентативність отриманого матеріалу, а також виявити активність та особливості комунікативних взаємодій представників різних соціально-демографічних та

соціально-класових груп.

В опитуванні взяли участь учні 11-х класів, які навчаються на факультеті довузівської підготовки, та студенти 5-го курсу факультету культури і мистецтв Херсонського державного університету. У групі одинадцятикласників з 62 учнів чоловічу стать представляли 8 юнаків, жіночу стать – 54 дівчини. Групу молоді склали 57 респондентів, з яких юнаків було 19, дівчат – 38. Стосовно наявності Інтернету та мобільного телефону, то цим зв'язком користуються всі молоді респонденти. Як показали підрахунки, у віковій групі старшокласників юні респонденти власної сім'ї ще не створили і проживають разом з батьками. Серед вікової категорії студентів частина респондентів встигли створити власну сім'ю (8%), решта мешкають з батьками (51%) та самостійно (41%).

Відповіді на перше питання анкети «Комунікативні взаємодії» про наявність знайомих та друзів у реальному житті, з якими постійно спілкуються респонденти (окрім необхідних професійних або навчальних контактів) нами умовно розподілялись на три групи. До першої групи віднесено тих респондентів, які вказували, що постійне спілкування охоплює менше семи знайомих та друзів; до другої групи увійшли респонденти, які постійно спілкуються із друзями та знайомими у межах 7-15 чоловік; третю групу склали особливо комунікативні респонденти, які постійно спілкуються з понад 15 знайомими та друзями.

Серед старшокласників більше 15 друзів та знайомих, з якими відбувається постійне спілкування, мають 82% респондентів, від 7 до 15 друзів та добрих знайомих мають для постійного спілкування 8% юних респондентів, решта 2% юнаків та дівчат постійно спілкуються менше ніж із 7 друзями та знайомими. У студентській групі комунікативно активних респондентів, які спілкуються більше ніж із 15 знайомими та друзями, виявилось 75%, респонденти, у яких постійне спілкування охоплює від 7 до 15 знайомих, дорівнювали 21%, решта 4% молодих респондентів постійно спілкуються менше ніж із 7 друзями та знайомими.

У другому питанні анкети вивчалось прагнення встановлювати нові

знайомства з різними людьми у реальному житті. У групах старшокласників та студентів ствердзувальні відповіді надали відповідно 73% та 38% юнаків і дівчат. Причому активні прагнення до знайомства притаманні як чоловічій так і жіночій статі серед молоді. Аналогічні тенденції простежуються у відповідях респондентів на третє, четверте та п'яте питання. Зокрема, відповідаючи, чи легко опитуваним вдається у реальному житті встановлювати контакти з незнайомими людьми, підтвердження надали 74% учнів та 42% студентів. Без зусиль знаходять теми для розмови із знайомими при непередбаченій зустрічі 79% старшокласників та 62% студентів. Легкість встановлення у реальному житті контактів з людьми, які значно старші або молодші за респондентів, підтвердили 43% одинадцятикласників та 28 % п'ятикурсників.

Шосте питання стосувалось частоти перебування респондентів у новій для них компанії. Відповіді респондентів ми ранжували в межах тих, хто перебуває в новій компанії щотижня, щомісяця та 1-2 рази на рік або ще рідше. Опитування виявило, що школярі та студенти однаково люблять нові компанії, адже серед них найбільший відсоток вільних від сімейних обов'язків юнаків та дівчат. Зокрема в учнівській групі щотижня проводять дозвілля в новій компанії 23% респондентів, щомісяця – 53% та 1-2 рази на рік – 24%. У студентській групі 19% та 39% опитаних молодих людей щотижня та щомісяця відвідують нову компанію, решта 42% проводять у новій компанії вільний час 1-2 рази на рік або й рідше.

Таким чином, можна зробити висновок про притаманність молоді високої активності комунікативних взаємодій у реальному житті. Це пояснюється тим, що юнаки та дівчата значний час проводять в середовищі загальної або професійної освіти і мають значну аудиторію для реального спілкування. Тому в означених закладах створюються сприятливі умови для комунікативних контактів у позанавчальний час. Тенденція знаходити спільну мову з різними за віком людьми більшою мірою притаманна юним респондентам. Вони виявляють відкритість до спілкування внаслідок притаманного юні оптимізму та відсутності негативного життєвого досвіду.

Наступні сьоме та восьме питання стосувались комунікативної взаємодії респондентів засобами телефонного зв'язку. Нагадуємо, що мобільний або стаціонарний телефонні апарати мали всі 100% опитаних. Аналогічно попередньому питанню відповіді на сьоме питання стосовно частоти та тривалості телефонних розмов з друзями або знайомими (окрім необхідних професійних або навчальних контактів) розподілялись у межах щодня, щотижня та щомісяця або ще рідше. Отримані результати показали, що у молодшій групі щодня тривалий час розмовляють по телефону з друзями та знайомими 83% респондентів, щотижня – 14% та щомісяця – 3%. У старшій групі приділяють значний час телефонним розмовам з друзями та знайомими щодня 42% респондентів, щотижня – 38%, щомісяця – 20%. Відповідаючи на восьме питання про телефонне знайомство з людьми, виявилось, що його практикують 35% учнів та 29% студентів. Таким чином, результати отриманих відповідей свідчать про телефонну комунікативну активність учнівської молоді, адже мобільний зв'язок робить таке спілкування зручним за будь-яких умов місцеперебування респондентів.

Анкетні питання з дев'ятого по шістнадцяте дозволяють вивчити віртуальні комунікації юнаків та дівчат. Звертаємо увагу, що в обох досліджуваних групах всі респонденти користуються мережею. Відповіді на дев'яте питання анкети «Комунікативні взаємодії» про наявність знайомих та друзів у соціальних мережах, з якими постійно спілкуються респонденти (окрім необхідних професійних або навчальних контактів), умовно розподілялись на три групи. Першу групу склали респонденти, які вказували, що постійне віртуальне спілкування охоплює менше семи знайомих та друзів; до другої групи увійшли респонденти, які постійно віртуально спілкуються з друзями та знайомими у межах 7-15 чоловік; до третьої групи ми відносили тих осіб, які віртуально спілкуються з понад 15 знайомими та друзями. Серед старшокласників більше 15 віртуальних друзів та знайомих для постійного спілкування мають 48% респондентів, від 7 до 15 друзів та добрих знайомих для віртуального спілкування притаманні 36% школярів і тільки 2% юнаків та

дівчат постійно спілкуються менше ніж із 7 віртуальними друзями або знайомими. У другій групі спілкуються більше ніж із 15 віртуальними знайомими та друзями 52% студентів, у 31% опитаних віртуальне спілкування охоплює від 7 до 15 знайомих, решта 2% молодих людей віртуально спілкуються менше ніж із 7 друзями та знайомими.

Десяте питання анкети «Комунікативні взаємодії» стосувалось частоти і тривалості віртуального спілкування респондентів; відповіді на нього розподілялись у межах щодня, щотижня та щомісяця або ще рідше. Виявилось, що у групі школярів щодня тривалий час віртуально спілкуються з друзями та знайомими 72% респондентів, щотижня – 12% та щомісяця – 2%. Більш старші студенти витрачають на віртуальне спілкування з друзями та знайомими: щодня – 71% опитаних, щотижня – 13%, щомісяця – 1%.

У соціальних мережах юнаки та дівчата також легко встановлюють нові знайомства. Відповідаючи на одинадцяте питання анкети, 74% одинадцятикласників та 73% п'ятикурсників відзначили, що позбавлені будь-яких труднощів нових знайомств у соціальних мережах. Відповіді молодих респондентів на дванадцяте питання анкети відображали особливості встановлення віртуальних контактів з людьми, які значно старші або молодші за опитуваних. Легкість у такому спілкуванні підтвердили 82% учнів та 79% студентів. На питання про контакти з незнайомими людьми в соціальних мережах 88% старшокласників та 86% студентів вдаються до такого спілкування постійно.

Це пояснюється тим, що у віртуальному світі сучасна людина менш обмежена соціальними нормами та правилами поведінки, тому почувається вільніше у встановленні нових комунікативних контактів. Юнаки та дівчата мають можливість відійти від традиційних стереотипів й розширити коло соціальних ролей, адже в інтернет-просторі будь-яка людина під умовним ім'ям може побудувати омріяний імідж, якого не спроможна досягти в реальному житті. Як і у випадках реального спілкування, у соціальних мережах молодь виявляє відкритість до спілкування внаслідок життєвої відкритості до всього

нового та оптимізму, що допомагає спілкуванню з представниками різних вікових груп.

Проведене дослідження комунікативних взаємодій старшокласників та студентів дозволило сформулювати за його результатами певні висновки.

У новому столітті перед суспільством постала потреба розширення комунікативних зв'язків у цілях поліпшення складних соціально-групових та соціально-професійних взаємодій. Проблеми у сфері міжособистісних взаємодій пов'язані із руйнуванням традиційної комунікативної системи й поширенням віртуальної масової маніпуляції свідомістю і поведінкою індивідів. Це стосується насамперед середовища учнівської молоді, яка внаслідок вікових особливостей соціального розвитку відзначається нестабільними життєвими інтересами та цінностями.

В основу вивчення комунікативних взаємодій старшокласників та студентів покладено метод анкетування, який відзначається простотою отримання відповідей респондентів стосовно найрізноманітніших життєвих ситуацій. На підставі проаналізованих анкет та опитувальників розроблено анкету для вивчення реальних і віртуальних комунікативних взаємодій старшокласників та студентів. В опитуванні взяли участь одинадцятикласники факультету довузівської підготовки та п'ятикурсники Херсонського державного університету.

Проведене дослідження виявило що учнівська та студентська молодь активно реалізує міжособистісні взаємодії як за допомогою реального спілкування, так і в соціальних мережах Інтернету. Інтенсивність реального спілкування пояснюється тим, що основна життєдіяльність здійснюється в середовищі загальної або професійної освіти, якому притаманна численна молодіжна аудиторія для комунікативних контактів. Віртуальне спілкування дає змогу зберігати цілковиту анонімність співрозмовників, що робить комунікативні взаємодії вільнішими від соціальних умовностей.

Отримані результати не вичерпують всіх аспектів вивчення комунікативних взаємодій учнівської молоді. Подальшого дослідження

потребують питання порівняльного аналізу ефективності реального та віртуального навчального середовищ в освіті молоді.

Література:

1. Алтунина І.Р. Развитие коммуникативной компетентности у старшеклассников и взрослых людей: Автореф. дис...канд. психол. наук: 19.00.07 / МГУ им. М.В. Ломоносова. – М., 1999. – 23 с.
2. Бодалев А.А. Психология общения [Текст] / А.А. Бодалев – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2002. – 320 с.
3. Висоцька О.Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства) [Текст]: монографія /О.Є. Висоцька. – Дніпропетровськ: Інновація, 2009. – 314 с.
4. Даниленко С.І. Громадянський вимір комунікаційної революції: модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж [Текст]: монографія / С.І. Даниленко. – К.: ІМВ, 2010. – 310с.
5. Коноплицький С.М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : дис... канд. соціол. наук: 22.00.01 / Коноплицький Сергій Михайлович; НАН України; Інститут соціології. – К., 2007. – 145с.
6. Паламар Л.М. Функціонально-комунікативний принцип формування мовної особистості: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02 / Паламар Лариса Максимівна. – К., 1997. – 39с.
7. Сарновська С.О. Сучасна соціальна комунікативна культура (філософсько-методологічний аналіз): Автореф. дис...канд. філос. наук: 09.00.03 / Інститут філософії імені Г.С.Сковороди Національної Академії НАН України. – К., 2000. – 18 с.
8. Тернопільська В.І. Соціально-комунікативна культура школяра: шляхи сходження : монографія / В.І.Тернопільська. – Житомир : Вид-во ПП «Рута», 2008. – 303 с.
9. Кількість інтернет-користувачів в Україні // Інтернет-журнал «Консалтинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалів: <http://consulting-ua.com>.
10. Корніяка О.М. Психологія комунікативної культури школяра [Текст] / О. М. Корніяка. – К. : Міленіум, 2006. – 336 с.
11. Шулигіна Р.А. Формування культури спілкування старшокласників у виховному процесі загальноосвітніх навчальних закладів : дис... канд. пед. наук: 13.00.07 / Шулигіна Раїса Андріївна; Київський міський педагогічний ун-т ім. Б.Д.Грінченка. — К., 2007. — 225с.