

**ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА
НА ПОДОЛАННЯ ЦІННІСНОГО РОЗКОЛУ СЕРЕД
СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДИ УКРАЇНИ**

Резюме. Стаття присвячена соціально-філософському дослідженню впливу інформаційного суспільства на формування соціальних цінностей студентської молоді України, а також на подолання ціннісного розколу в Україні.

Ключові слова: інформаційне суспільство, віртуальність, цінності, соціальні цінності, розкол, розмежування, студенти.

Резюме. Статья посвящена социально-философскому исследованию влияния информационного общества на формирование социальных ценностей, а также на преодоление ценностного раскола в Украине.

Ключевые слова: информационное общество, виртуальность, ценности, социальные ценности, раскол, размежевание, студенты.

Bulvinska O. Summary. The article is devoted to the social and philosophical analysis the impact of the information society on the formation of social values in students and overcoming the division of values in Ukraine.

Key words: information society, virtuality, values, social values, division, cleavage, students.

22 роки незалежності Української держави, а особливо події останніх півроку наочно показали, що народ України не є цілісним соціальним утворенням. Він розділений за мовними, культурними, конфесійними, ціннісними ознаками. Така ситуація пояснюється особливостями історичного розвитку, але, на наше глибоке переконання, вона не є перешкодою для формування української політичної нації. Існування суттєвих відмінностей між регіонами є соціальною реальністю, з якою

треба рахуватись, але не можна драматизувати. Однак політизація регіональних відмінностей тільки шкодить їх пом'якшенню.

Методологічний фундамент вивчення розколу і розмежувань у соціальній сфері заклали західні дослідники С. Ліпсет і С. Роккан у монографії «Партійні системи і уподобання виборців» (1967 р.), що вийшла за їх редакцією і включала їх власний матеріал – вступну статтю «Структури розмежувань, партійні системи і уподобання». Вона була присвячена обґрунтуванню впливу соціально-групових конфліктів на ідеологічну і партійну диференціацію. В межах зазначеного підходу С. Ліпсет і С. Роккан дійшли висновку, що конфлікти і протиріччя можуть виникати із взаємовідносин всередині соціальної структури, але лише деякі з них поляризуватимуть політичне життя в окремо взятій системі [9, 51]. Отже, соціальні та регіональні відмінності можуть призвести, а можуть і не призвести до конфлікту; конфлікт усередині суспільства найчастіше є штучно організованим.

Щоб уникнути надмірної політизації питання, не акцентуємо увагу на політичному, етноісторичному та етнопсихологічному, мовному, конфесійному розколі в Україні. Мета нашої статті – висвітлення можливостей інформаційного суспільства у подоланні ціннісного розколу серед студентської молоді України.

Формування і розвиток системи цінностей – одне з центральних питань у всіх гуманітарних науках, перш за все у філософії, соціології, педагогіці, психології. У сучасній Україні проблема динаміки трансформації суспільних цінностей набуває особливої гостроти. Цьому сприяють декілька факторів. Це, по-перше, історичний перехід від соціалістичного тоталітаризму до демократичної моделі суспільства, де людина має можливість і необхідність вибирати світоглядні орієнтири. По-друге, процеси глобалізації, становлення інформаційного суспільства прискорюють темп життя, пропонують поліфонію цінностей та

ідеологічних настанов, зростає потік інформації, швидко змінюється соціальний статус людини, а отже, особистість має вибирати світоглядні пріоритети в цих складних умовах швидкозмінюваних життєвих реалій і розмаїття ціннісних орієнтирів.

Проблемі цінностей присвячено безліч наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Вперше поняття цінності було висунуте на перший план у логіці і в метафізиці Г. Лотце, який розумів під цінністю соціальні за своїм походженням зразки, на які спираються оцінки, що виносяться людиною. В політологію і соціологію проблематику цінностей увів М. Вебер. Даною проблематикою займалися такі авторитетні дослідники суспільного життя, як Е. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс, У. Томас і Ф. Знанецький, К. Клакхон, У. Колб, Дж. Дьюї, Р. Перрі, Р. Інглехарт та ін. Класичне визначення цінності дали У. Томас і Ф. Знанецький: «Під соціальною цінністю ми розуміємо будь-який факт, який має доступні членам певної соціальної групи емпіричні зміст і значення, виходячи з яких він є або може стати об'єктом діяльності» [14, 343]. Їм належить також визначення цінностей як більш або менш виявлених правил поведінки, за допомогою яких група зберігає, регулює та поширює відповідні типи дій серед своїх членів.

Сучасна філософія трактує цінності як народжений культурою зміст, що влітається в мінливе різноманіття соціального життя як його інваріанти, що дозволяють: пов'язувати різні часові модули (минуле, сучасне, майбутнє); семіотизувати простір людського життя, наділяючи всі елементи аксіологічною значимістю; задавати системи пріоритетів, способи соціального визнання, критерії оцінок; будувати складні і багаторівневі системи орієнтації у світі; обґрунтовувати смисли [10].

Цінності співвідносяться з усією життєдіяльністю людини, визначаючи змістовний бік спрямованості особистості й становлячи основу її відносин до навколишнього світу, до інших людей, самої себе,

основу світогляду та ядро мотивації життєвої активності. Система цінностей – це та ланка, яка об'єднує суспільство з особистістю та вказує орієнтир, перспективу, визначені суспільством для кожного індивіда, і включає особу в систему суспільних відносин, визначає, з якою метою відбувається будь-яка діяльність і якими засобами вона реалізується.

Проблема вибору системи цінностей набуває особливої гостроти в умовах інформаційного суспільства, глобалізованого світу з його розмаїттям ціннісних орієнтирів.

Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому виробництво і споживання інформації є найважливішим видом діяльності; інформація визнається найбільш значущим ресурсом; нові інформаційні і телекомунікаційні технології і техніка стають базовими, а інформаційне середовище разом з екологічним і соціальним – новим середовищем людини.

Засновниками соціологічної концепції побудови інформаційного суспільства є Д. Белл, Е. Тоффлер, З. Бжезинський. Термін «інформаційне суспільство» був уведений у науковий обіг у 60-р. ХХ ст. одночасно в США і Японії. Один з найбільш впливових теоретиків інформаційного суспільства Е. Тоффлер, розглядаючи всі зміни людського суспільства з позиції культурних змін, ввів поняття «культурна хвиля». У цьому понятті, дуже виразному і ємному, він підкреслював аполітичність і надідеологічність змін, що відбуваються, а також їх стихійність та невідворотність. За Тоффлером, зараз ми живемо в період зіткнення культурних хвиль: народжується інформаційне, постіндустріальне суспільство, культура Третьої Хвилі. В історії людства було два подібних етапи: Перша Хвиля виникла 10 тис. років тому внаслідок появи землеробства; Друга – індустріальна – 300 років тому. Як друга хвиля була антисільськогосподарською, так третя є антиіндустріальною за світоглядом, поняттям часу, простору, логіки та детермінованості [15].

Характерно, що протягом останніх років інтерпретація самого поняття «інформаційне суспільство» суттєво змінилась. Від вивчення різних аспектів комп'ютеризації сучасні дослідники перейшли до аналізу абсолютно нових явищ у сфері соціальної психології, знаковому просторі культури. Стало очевидним, що «інформаційна революція» створила не тільки новий технологічний уклад, а й нову соціокультурну реальність. Для її характеристики все частіше використовується поняття «віртуальність».

Аналізуючи зміни у житті людини, які відбуваються завдяки становленню інформаційного суспільства, нової інтерпретації набуває осмислення ціннісно-світоглядного ставлення студентської молоді до світу. Саме тому характерною особливістю нинішнього етапу розвитку є зміна ціннісних пріоритетів, основою яких є діалектичне поєднання матеріальних та духовних складових життя.

В період становлення інформаційного суспільства інформаційне поле нового типу пронизує всі сфери соціального життя. Засоби масової комунікації, які включають всі види інформації, що функціонують в цьому просторі, створеному за допомогою нових технологій (мультимедіа, аудіовізуальні засоби комунікації), стали найважливішим агентом соціалізації молоді. Беручи до уваги, що основним механізмом дорослішання є засвоєння будь-яких цінностей, правил, зразків поведінки, і враховуючи, що молода людина при цьому орієнтується на успішність варіанту поведінки, яка демонструється, і легкість копіювання експонованих зразків, саме ЗМІ багато в чому визначають ті стереотипи поведінки, які схильні наслідувати молоді люди. Все сказане робить мас-медіа потужним інструментом соціального управління та формування різних соціальних норм або відхилення від них. Саме ЗМІ поширюють та популяризують певні зразки, стилі і норми поведінки, моделюють і впроваджують в масову свідомість образ реальності, до якої необхідно

прагнути. Влада ЗМІ зростає і робить поведінку людини безпосередньо залежною від мас-медіа.

Отже, засоби масової інформації, масова культура сприяють масифікації суспільства, виступаючи не тільки і не стільки засобом передачі інформації, а, головне, умовою її існування; створюють владу над подіями і людиною.

Усе більшу роль в організації та обробці інформації відіграє комп'ютер. Найважливішим з елементів інформаційної структури світового співтовариства є Інтернет. Він пропонує загальний доступ до цифрової інформації, заохочуючи її створення і поширення. Новини, вивішені в Інтернеті, можуть бути прочитані мільйонами людей у різних куточках земної кулі через проміжок часу, який дорівнює часу їх набору на комп'ютерній клавіатурі, а ще через такий же час надійдуть перші відгуки читачів. Така своєрідна «смерть простору і часу» збільшує в багато разів інтенсивність інтелектуального життя людства. Інтернет змінює не тільки життя людини, а її саму. Саме за допомогою мережі Інтернет серед молоді пропагуються певні цінності, світоглядні стереотипи та моделі поведінки. Новітні інформаційні технології, за допомогою Інтернету, впливають на систему цінностей сучасної студентської молоді.

Інтернетівський спосіб життя змінює повсякденне життя людей, трансформує характер праці і дозвілля, виводить на новий рівень систему освіти і розсуває культурні горизонти. Він формує нові навички комунікації. По-перше, різко зростає сам обсяг комунікації. По-друге, сформовані при посередництві комп'ютера, навички спілкування переносяться в повсякденне, звичне спілкування. Таким чином, відбувається розпад жорстокого підкорення, стосунки стають більш демократичними. Це сприяє закріпленню демократичних стандартів у суспільстві на рівні міжособистісного та міжгрупового спілкування. Інтернет робить більш відкритими політичні комунікації і всю політику в

цілому. Нездарма опитування, проведене ще в 2000 р. в 14 європейських країнах серед декількох сотень політиків, які займають виборні посади, показав, що 75% з них переконані в тому, що «інформаційні технології можуть посилити демократію» [1, 207].

Яскраво проілюструвати цю думку можуть події Євромайдану. Звичайно, соціологічні дослідження не встигають за подіями в Україні, подати узагальнюючі, переконливі статистичні дані поки що неможливо; крім того, політична і громадянська активність людей вносить корективи майже кожного часу, не те що дня. Але й фрагментарні або вже застарілі відомості дуже красномовні.

Слід відзначити, що для українського сегменту соціальних мереж громадська активність не була характерною аж до грудня 2013 р. В Україні не відбувалось якихось значимих навіть розважальних флеш-бомів, не кажучи вже про політично значимі акції, анонсовані в Інтернеті. Як відзначали в 2011 р. автори аналітичної доповіді «Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні» Національного Інституту стратегічних досліджень, соціальні мережі в Україні поки що складно вважати джерелом суспільних перетворень; вони є постачальниками інформації суто розважального характеру [7, 27].

Події Євромайдану сколихнули українське суспільство. Соціальні мережі перетворилися на дієвий інструмент організації мас і помічника в проведенні повстань і революцій. Facebook, Twitter і Вконтакте стали кращими інструментами для комунікації як прихильників, так і супротивників майдану. Сторінка Євромайдану у Facebook б'є рекорди за кількістю передплатників і залученості. За тегами «євромайдан», «євромайдан», «euromaidan» в Facebook і Twitter кожні 15 секунд з'являється нова інформація. А Інтернет-портал «proIT» проаналізував, які теми запитів українців у лютому 2014 р. стали найпопулярнішими в щомісячному рейтингу запитів у пошуковій системі Яндекс. Отже,

беззаперечним лідером став запит «Євромайдан». У топову трійку увійшли «Події на Майдані в Києві 18-20 лютого», «Віктор Янукович» і «Правий Сектор». Серед персон, які цікавили мешканців України, чільну трійку склали Віктор Янукович, Дмитро Ярош і Арсен Аваков [4]. В січні 2014 р. учасники групи EuroMaidan закликали всіх прихильників здійснити Twitter-шторм (це коли люди у певний час бомбардують Twitter з однаковим hashtag (хештегом), щоб пояснити всьому світу, що відбувається в Україні [6]).

Інтернет і соціальні мережі не дарма стали авангардом розповсюдження інформації про події на Євромайдані. Адже преса, телебачення та радіо у висвітленні подій на Майдані поступаються за критеріями повноти, об'єктивності та достовірності онлайн-ЗМІ. Такі результати експертного опитування, проведеного в січні 2014 р. Академією української преси. 64 експерти, серед яких – науковці, викладачі, медіааналітики, журналісти, редактори видань, представники недержавних організацій, пов'язаних з діяльністю медіа, та інші медіаактивісти, оцінили повноту та достовірність висвітлення подій навколо Євромайдану. За результатами опитування, друкована преса за середнім показником «повнота висвітлення» отримала 3,2 бали за п'ятибальною шкалою, телебачення – 3,6, радіо – 2,8, Інтернет – 4,7 бали. При цьому достовірність матеріалів у газетах та радіо новин експерти оцінили у 2,9 бали, телерепортажів – у 3,1 бали. Достовірність інформації у мережі Інтернет отримала 4,1 бали. Так само Інтернет став лідером за інтенсивністю використання (4,4 бали), хоча й програв за показником масштабності охоплення аудиторії (46%); лідером тут стало телебачення (71%). На думку опитаних, загальноукраїнські канали повернулись до практики цензурування і замовчування подій, тому Інтернет дає максимальну можливість довідатись про всі протестні акції, що відбувалися в Києві та обласних центрах.

Тому, на думку Академії української преси, поєднуючи в собі оперативність, інтерактивність, вміщуючи все більше каналів медіа та соціальних медіа, де творцями виступають самі читачі, Інтернет-простір стає не лише інформатором та агентом соціальних змін, а й аналогом повноцінного середовища існування сучасної людини [2].

Події у Донбасі та Криму показали, що інформаційна політика держави відіграє велику роль у формуванні системи соціальних цінностей молоді. Україна програла перший етап інформаційної війни проти російських мас-медіа; результатом стали антиукраїнські мітинги на Сході України і недовіра до українських ЗМІ. Проте, як відзначає заступник директора соціологічної служби Центру Разумкова Михайло Міщенко, і тут не все так однозначно: 56% опитаних у Донбасі відповідають, що не довіряють російським ЗМІ, хоча українським ЗМІ там все ж не довіряють ще більше – 68%. Донбас – це єдиний регіон, де українським ЗМІ не довіряють більше, ніж російським. Хоча, як можна відзначити, більшість населення цього регіону не вірять ні українським, ні російським ЗМІ. Більшість населення тут не вірять нікому, жодним українським політикам, ні Партії регіонів, ні тим паче політикам, що пов'язані з Майданом. Спостерігається картина тотальної невіри і недовіри, люди втрачають соціальні орієнтири [5].

Навіть Інтернет як найбільш оперативне та достовірне джерело інформації не є гарантом подолання ціннісних розмежувань, адже, по-перше, в Інтернеті є можливість тільки схопити новину чи якийсь квант інформації, але не обдумати її (на відміну від читання газети чи книги, коли відбувається повільне розгортання логіки); крім того, в отриманні інформації з Інтернету людина йде, як правило, від одного випадкового вибору до іншого, і результати цього вибору мало поєднуються з попередньо отриманими знаннями. Таким чином, у свідомості складається безладний потік різнорідних знань, в тому числі спекуляцій, домислів,

суб'єктивних думок. По-друге, серед потоку інформації з Інтернету людина все-таки вибирає ресурси, яким довіряє, а не порівнює різні, в тому числі протилежні точки зору, щоб зробити власний висновок.

Нинішня ситуація в Україні дає могутній поштовх для швидкої зміни системи соціальних цінностей серед молоді. Про це свідчать соціологічні опитування. Ще в березні 2012 р. дослідження «Молодь України», проведене Інститутом Горшеніна и тижневиком «Коментарі» за підтримки фонда Віктора Пилипишина «Діти передусім!» показало, що на запитання, чи пишаєтесь ви тим, що є громадянином своєї країни, «Так» відповіли 65,1%, відповідь «Ні» та «Важко відповісти» – дала майже однакова кількість опитуваних (17,6% і 17,3% відповідно, а разом – 34,9%) [11].

На питання, чи плануєте емігрувати з України, «Так» і «Скоріше так» разом відповіли 29,9 % молодих людей. Серед 10 демократичних цінностей, значимих для людини (можна було вибирати декілька варіантів відповіді), жодне не набрало більше 50% голосів: найбільше – свобода слова (48,8%) і право на охорону здоров'я (40,2%) [11].

У тому ж березні 2012 р. дослідження Українського центру економічних і політичних досліджень О. Разумкова показало недостатній європейський орієнтир молоді: на питання «Чи відчуваєте Ви себе європейцем, відчуваєте свою належність до культури та історії європейського співтовариства?», «Так» і «Скоріше так» виявилось меншим, ніж «Ні» і «Скоріше ні» у всіх «молодіжних» вікових категоріях: 36,2% проти 53,4% (18-29 років), 36,5% проти 56,9% (30-39 років) [16].

Опитування також показало, що 72% українців не почувуються господарями у своїй країні і, на жаль, їх кількість зростає (проти 70,5% у березні 2008 р.) [17].

Порівнюємо ці результати з даними опитувань у грудні 2013 р. (повторимось, що, хоча вони фрагментарні та недостатньо репрезентативні, все ж дають можливість певного аналізу та узагальнень).

Отже, 7-8 грудня 2013 р. фонд «Демократичні ініціативи» здійснив соціологічне опитування учасників Майдану в Києві, з вибіркою 1037 респондентів. Воно засвідчило, що основними мотивами виходу громадян на Майдан стали жорстоке побиття демонстрантів на Майдані у ніч на 30 листопада (69,6%) та відмова Віктора Януковича від підписання Угоди про асоціацію з Євросоюзом (53,5%), а також прагнення змінити життя в Україні та владу (49,9%) [12]. Прихильники євроінтеграції в цілому поділяють цінності ЄС, спрямовані на впорядкування громадського життя, починаючи від відмови від хабарів і закінчуючи виконанням правил паркування і дотримання дозволеної швидкості руху дорогами.

Отже, як зауважує доктор філософських наук, соціолог, заступник директора Інституту соціології НАНУ Євген Головаха, «Євромайдан – свідчення того, що українці відстоюють своє право бути в Європі європейськими методами. Це не персоніфікована, а ціннісна акція. Люди йдуть вже не за месією, а за європейськими цінностями» [3].

Відмітимо, що портрет Євромайдану, намальований соціологами, свідчить про високий освітній рівень його учасників: переважають люди з вищою освітою (64%), із середньою та середньою спеціальною – 22%, незакінченою вищою – 13%. За родом занять серед учасників Майдану найбільшу групу – 40% – становили спеціалісти з вищою освітою, другу за чисельністю групу – 12% – склали студенти [13].

Отже, європейські цінності перемагають серед студентської молоді і спеціалістів з вищою освітою, що беззаперечно свідчить про вплив вищої освіти на більш високий рівень розвитку системи соціальних цінностей. Але не можемо оминати малоосвічених «тітушек» по іншу сторону барикад. А те, що вони дійсно малоосвічені, свідчить анонім із правоохоронних органах: проти Майдану діє три види «тітушек». Перший – це справжні «тітушки», гопота, діти бідних околиць. Другий – учасники бандитських формувань типу харківського «Оплоту», а також раніше

судимі, в основному з Донецької області, які перебувають на обліку в МВС і яких направили в Київ їх міліцейські куратори. І третій – це співробітники оперативного складу МВС – карного розшуку, служби боротьби з економічними злочинами, УБОЗ, тощо [8].

Таким чином, проблема подолання ціннісного розколу в сучасній Україні в період становлення інформаційного суспільства є досить складною. Організаційно-комунікативні та інформаційні технології інформаційного суспільства, яке в Україні перебуває на стадії становлення, створюють для кожної людини динамічний і швидкий доступ до інформації, можливість спілкування з іншими людьми без географічних обмежень. Це робить спілкування більш демократичним, мобільним; організаційно-комунікативні та інформаційні технології стають джерелом суспільних перетворень і розвитку системи соціальних цінностей особистості.

Література:

1. Винарик Л.С. Информатизация в аспекте социальной трансформации общества / Л. С. Винарик. – Донецк : НАН Украины, Институт экономики промышленности. – 2004. – 272 с.

2. Джерелом найбільш об'єктивної та повної інформації про Євромайдан є Інтернет-медіа [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/27146>.

3. Євромайдан проти помаранчевої революції. Люди йдуть вже не за месією, а за європейськими цінностями [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nbnews.com.ua/ua/tema/106269/>

4. «Євромайдан» и «падение курса гривны» стали самыми популярными Интернет-запросами в Украине [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://proit.com.ua/news/internet/2014/03/03/152737.html>

5. Жителі Донбасу втратили довіру як до України, так і до Росії [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1122

6. За декілька хвилин Євромайдан здійме Twitter-шторм у світі інтернету [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lvivexpres.com/news/2014/01/27/57477-dekilka-hvylyn-yevromaydan-zdiyeme-twitter-shtorm-sviti-internetu>

7. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні: зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісакова; за заг. ред. Д. В. Дубова. – К. : НІСД, 2011. – 96 с.

8. Киевская хроника – Верховная Рада, Майдан, жертвы. 21 февраля [електронний ресурс] – Режим доступу: http://society.lb.ua/accidents/2014/02/21/256418_hronika_kiev_21_fevralya

9. Липсет С. М., Роккан С. Структуры размежеваний, партийные системы и предпочтения избирателей // Партии и выборы: Хрестоматия / Отв. ред. и сост. Н. В. Анохина, Е. Ю. Мелешкина. – Ч. 1. – М.: ИНИОН, 2004. – С. 49-80.

10. Новейший философский словарь / Сост. А.А. Грицанов. – Мн.: Изд. В.М. Скакун, 1998. – 896 с.

11. Молодежь Украины. Социологическое исследование [електронний ресурс] – Режим доступу: http://institute.gorshenin.ua/researches/108_molodezh_ukraini.html

12. Обличчя Євромайдану (соціальний портрет учасників протестів) [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/content/oblichchya-ievromaydanu-socialniy-portret-uchasnikiv-protestiv>

13. Соціологи опублікували портрет Євромайдану [електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2013/12/131210_euromaydan_sociology_or.shtml

14. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки // Американская социологическая мысль. Тексты. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1994. – С. 333-356.

15. Тоффлер Е. Третья Хвиля ; пер. с англ. / Е. Тоффлер. – К. : Всесвіт, 2000. – 475с.

16. Чи відчуваєте Ви себе європейцем, відчуваєте свою належність до культури та історії європейського співтовариства? Соціологічне опитування Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=672

17. Чи почуваетесь Ви господарем своєї держави? Соціологічне опитування Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=54

Literature:

1. Vinarik L.S. (2004), Informatization in the aspect of social transformation of society, Institut ekonomiki promyshlennosti, Donetsk, Ukraine.

2. “Internet-media is source of the most objective and complete information about Euromaidan”, available at: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/27146>.

3. “Euromaidan against Orange Revolution. People don’t follow the Messiah, but for European values”, available at: <http://nbnews.com.ua/ua/tema/106269/>

4. “Euromaidan” and “Depreciation of the hryvnia” became the most popular Internet queries in Ukraine”, available at: <http://proit.com.ua/news/internet/2014/03/03/152737.html>

5. “The residents of Donbass lost confidence both in Ukraine and Russia”, available at: http://www.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1122

6. “In some minutes Euromaidan will raise the Twitter-storm in the world of the Internet”, available at: <http://lvivexpres.com/news/2014/01/27/57477-dekilka-hvylyn-yevromaydan-zdiyme-twitter-shtorm-sviti-internetu>

7. Ogevan M. A., Hnatyuk S.L., Isakova T.O. (2011), Informational technologies as a factor of social change in Ukraine, NISD, Kyiv, Ukraine.

8. “Kiev Chronicle – Verhovna Rada, Maidan, victims. 21st of February”, available at: http://society.lb.ua/accidents/2014/02/21/256418_hronika_kiev_21_fevralya

9. Lipset S.-M., Rokkan S. (2004), “Cleavage structures, party systems, and voter alignments: an introduction”, Partii I vybory, Vol. 1, INION, Moscow, Russia, pp. 49-80.

10. Hritsanov A.A. (1998), Newest Philosophical Dictionary, Minsk, Belorussia.

11. “The Youth of Ukraine. Sociological research”, available at: http://institute.gorshenin.ua/researches/108_molodezh_ukraini.html

12. “The Face of Euromaidan (social portrait of the protesters)”, available at: <http://infolight.org.ua/content/oblichchya-ievromaydanu-socialniy-portret-uchasnikiv-protestiv>

13. “Sociologists published the portrait of Euromaidan”, available at: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2013/12/131210_euromaydan_sociology_or.shtml

14. W. Thomas, F. Znaniecki (1994), “Methodological Notes”, American sociological thought, MHU, Moscow, Russia, pp. 333-356.

15. Toffler (2000), The Third Wave, Translated by Yevsa A., Vsesvit, Kyiv, Ukraine.

16. “Do you feel European, feeling of belonging to the culture and history of the European Community? Public opinion polls, Ukrainian Centre for Economic and Political Studies named after Olexander Razumkov”, available at: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=672

17. “Do you feel the master of your state? Public opinion polls, Ukrainian Centre for Economic and Political Studies named after Olexander Razumkov”, available at: http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=54