

ІНТЕРНЕТ-ПРОСТІР ТА МЕДІА ЗАСОБИ ЯК ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕСИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ Й СОЦІАЛЬНОГО ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

УДК 37.013.42-053.6:004.738.5

О. Р. Алексєєва

РОЛЬ МЕДІА-ПРОСТОРУ В ПРОЦЕСІ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ

Сучасний культурно-освітній простір України проходить етап масштабних трансформацій, які викликані демократичними перетвореннями в соціально-політичному та економічному житті країни. Суспільство очікує від освіти виконання не лише виховної, освітньої та розвивальної функцій, а й таких, як соціокультурна, культуротворча, соціально-захисна тощо.

Почасти нерозуміння сутності змін, кардинальний злам звичної системи цінностей породжує в людей почуття страху та невпевненості, утрати відчуття повноти життя, стабільності та усталених соціальних орієнтирів, що призводить до серйозних особистісних і соціальних деформацій. У зв'язку з цим актуалізується проблема освіти та культури, оскільки соціалізована людина – це продукт певної культури та її творець. Політичні, соціально-економічні, соціокультурні зміни, які переживає сучасне українське суспільство, зумовили необхідність по-новому поглянути на проблему становлення та розвитку молодого покоління. У сучасних умовах суспільством гостро ставиться питання про формування громадянина – відповідального, ініціативного, творчого, здатного самостійно будувати свою життєву траєкторію. Необхідною передумовою гармонійного та стабільного розвитку суспільства є проблема успішної соціалізації молодого покоління, яка була актуальною в будь-які часи на різних етапах розвитку людства.

Суттєвим чинником соціалізації молоді на сучасному етапі розвитку суспільства постає медіа-простір, увесь комплекс медіа-засобів інформаційного суспільства. Нагальною потребою сьогодення є аналіз взаємодії різних соціальних інститутів та медіа-простору в усьому суперечливому розмаїтті його позитивних та негативних аспектів.

До проблем соціалізації, соціального становлення людини зверталися зарубіжні дослідники: А. Бандура, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, Ч. Кулі, Дж. Мід, Р. Парк, Т. Парсонс, Г. Тард, Т. Шибутані тощо.

У сучасних дослідженнях проблема соціалізації особистості у філософському, культурологічному та соціологічному аспектах розглядається такими науковцями, як С. Батенін, А. Ковальова, М. Лукашевич, В. Москаленко, Ю. Хайрулліна та ін., у психологічному –

Б. Ананьєв, Г. Андреєва, І. Кон, С. Розум тощо. Педагогічний аспект соціалізації дітей та учнівської молоді представлено в роботах В. Андреєнкової, Н. Голованової, Н. Заверико, І. Зверєвої, А. Капської, Л. Коваль, Н. Лавриченко, І. Липського, Л. Міщик, А. Мудрика, С. Савченка, С. Харченка, Л. Штефан тощо.

Одним із важливих мегачинників соціалізації дітей та учнівської визнається медіа-простір, сучасні медіа-засоби. Медіа-простір як соціокультурний феномен досліджували Н. Луман, М. Маклюєн, Ж. Бодріяр, У. Ліпман, Е. Ноель-Нойман, М. Нардорф, О. Федоров тощо.

Соціально-психологічні наслідки комп'ютерної діяльності та спілкування розглядали такі науковці, як Е. Белінська, А. Войскунський, Л. Гур'єва, А. Жичкіна, Н. Носов тощо, питання мережевих співтовариств – О. Арестова, Г. Блюмер, С. Бондаренко, Д. Гасфілд, Є. Гофман, Ч. Лантуха, Дж. Мід, І. Романов, С. Шапкін тощо.

Сучасний науковий дискурс репрезентує численні розвідки, присвячені дослідженню проблем взаємозв'язку соціалізації, соціального виховання дітей та учнівської молоді та різних медіа-засобів, медіа-простору в цілому та Інтернет-середовища зокрема. Так, соціологічний аспект Інтернет-соціалізації студентської молоді розкрито у роботах М. Данилової, вплив спілкування в мережі Інтернет на соціалізацію студентської молоді – у працях Т. Карабина. Теоретико-методичне обґрунтування феномену кіберсоціалізації представлено в дослідженнях А. Лучинкіної, К. Музиченко, В. Плешакова, Т. Обідіної, М. Уголькова тощо. До проблем медіасоціалізації зверталася А. Тадаєва.

З урахуванням значущості медійних феноменів у життєдіяльності сучасного суспільства, зростання ролі медіа-комунікацій у соціокультурному просторі, загостренням суперечливого впливу медіа-простору на процеси соціального виховання дітей та учнівської молоді особливої актуальності набувають дослідження ролі медіа-простору в процесі соціалізації сучасних підлітків.

Мета статті – розкрити сутність та особливості сучасного медіа-простору як важливого мегачинника соціалізації підлітків.

Узагальнення сучасних підходів до визначення сутності феномену соціалізації, утвердження суб'єкт-суб'єктного підходу до процесу соціалізації дітей та учнівської молоді зумовлює визначення соціалізації як двостороннього процесу, «який включає в себе, з одного боку, процес засвоєння індивідом соціального досвіду шляхом входження в соціальне середовище, систему соціальних зв'язків, а з іншого – процес активного відтворення індивідом системи соціальних зв'язків за рахунок його активної діяльності, шляхом включення в соціальне середовище» [1, с. 267].

У концепції соціалізації Д. Фельдштейна особливо значущою можна визнати ідею про *динамічний характер* усього цілісного процесу соціалізації: «соціалізація за своєю суттю – це рух, а не ряд локальних дій присвоєння. Звідси надзвичайно важливо чітко розуміти та

структурувати соціалізацію як процес, зміст якого визначається, з одного боку, торканням, освоєнням усієї сукупності соціальних впливів світового рівня цивілізації, культури, загальнолюдських якостей; а з іншого – ставленням до усього цього самого індивіда, актуалізацією його «Я», розкриттям можливостей, потенціалів особистості, її творчої природи» [14, с. 78].

У контексті суб'єкт-суб'єктного підходу соціалізація розглядається як процес і результат входження індивіда в соціальне середовище, систему соціальних зв'язків, активного засвоєння й творчого відтворення ним соціального досвіду, культури, соціальних ролей, системи знань, норм, цінностей, що дозволяють йому функціонувати як повноправному члену суспільства.

Соціальна ситуація розвитку в підлітковому віці у зв'язку з дорослішанням характеризується такими ознаками: потенційність як розмаїття можливостей, що містяться в будь-яких обставинах дорослішання; інтенціональність як наявність у кожній ситуації мотиву соціального розвитку, як згорнуті смисли індивідуального дорослішання; онтологічність – незворотній характер вибору, розгляд кожної події, кожної зустрічі у фокусі дорослішання.

Основний зміст підліткового етапу соціалізації визначається ситуацією *множинних соціальних виборів*. Актуальна ж його особливість полягає в тому, що процес самовизначення протікає в ситуації нестабільності суспільства загалом і кризи звичних норм і цінностей. Отже, потенційна об'єктивна заданість труднощів підліткового самовизначення впливає насамперед з самого факту дестабілізації соціального життя, що виражається, можливо, не тільки й не стільки у відсутності інваріантних норм соціальної поведінки, скільки в тому, що сьогодні вони не утворюють чітко структурованих нормативних моделей. У підсумку сучасний підліток виявляється не тільки на традиційному віковому «перехресті» вибору, але й у ситуації зіткнення із суперечливою інформацією, яку подає йому суспільство. Однак динаміка соціальної реальності дана підлітку не безпосередньо, а через ті чи інші зміни в провідних інститутах соціалізації – у родині й у школі, у медіа-просторі в цілому та засобах масової комунікації зокрема.

Таким чином, дослідження проблем ролі медіа-простору в процесі соціалізації підлітків має здійснюватися з урахуванням основних положень сучасних теорій соціалізації (Г. Андрєєва, А. Мудрик, С. Савченко тощо), культурно-діяльній концепції соціалізації (В. Москаленко), теоретико-методичних засад розвитку соціальної педагогіки в соціокультурному контексті (А. Рижанова), основних положень культурологічного, соціокультурного, середовищного підходів до аналізу теорії та практики соціального виховання, соціалізації дітей та учнівської молоді.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій зумовлює доступ людства до усього масиву знань, накопиченого протягом століть,

перетворення інформації на фундаментальне джерело продуктивності й влади, загострення проблеми достовірності інформації у зв'язку з стрімким зростанням її обсягів та необхідністю її критичного осмислення. Характерною відзнакою нового інформаційного простору є домінування візуального сприйняття, що спричиняє протиріччя між необхідністю смислової інтерпретації інформації та її зовнішніми ознаками (видовищність, привабливість інфографіки тощо). Відповідно актуалізується проблема маніпулятивності свідомості в інформаційному просторі, соціальної ідентичності в умовах інформаційних, соціальних мереж, що продукують певні стандарти очікувань, поведінки, соціальних ідеалів та оцінок.

Дослідження поняття «медіа-простір» ґрунтується на фундаментальних положеннях філософії, соціології, культурології щодо інформаційного простору, медіа-реальності, медіа-культури (Н. Луман, М. Маклюєн, Ж. Бодріяр, У. Ліпман, Е. Ноель-Нойман, М. Нардорф, О. Федоров тощо).

Сучасний медіа-простір має розглядатися як соціокультурний простір, який характеризується як: надіндивідуальна реальність, що складається із структурованих соціальних стосунків (Е. Дюркгейм), соціальний простір, що складається з підпросторів, або полів, у якому агенти та групи агентів займаються конструюванням відповідного бачення світу (П. Бурдьє), результат соціальних взаємодій (Г. Зіммель).

Показовим є твердження Н. Лумана: «Те, що ми знаємо про наше суспільство і навіть про світ, у якому живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа. Це твердження справедливе не тільки по відношенню до нашого знання про суспільство й історію, а й щодо пізнання природи» [5]. Медіа-простір реалізує не лише інформаційну функцію, а й рекреаційну, регулятивну, розважально-дозвілєву, гедоністичну тощо. Сучасні медіа розглядаються не тільки як засоби інформаційного обміну, а як посередник між людиною та світом в цілому.

Г. Маклюєн включає до медіа-простору такі елементи, як друковане слово, пресу, телефон, телеграф, радіо, кіно, телебачення, комікс, ігри, рекламні оголошення тощо, тобто усе, що пов'язано із комунікацією. Варто відзначити й метафоричні образи, що використовує Г. Маклюєн, поділяючи медіа-простір на «гарячий» та «холодний». «Гарячий медіа-простір» – це більша участь і зворотній зв'язок, тобто отримання певної реакції (рефлексії аудиторії) [7, с. 14].

У сучасних умовах зростає роль медіа-простору як засобу продукування та формування громадської думки, включення людини в складні комунікативні зв'язки. З одного боку, медіа-простір забезпечує доступ до інформаційних скарбів усього світу, по суті, робить світ компактним, а з іншого – значно розширює можливості людини. Таким чином, амбівалентність, суперечливість медіа-простору як соціокультурного феномену зумовлює необхідність урахування як

позитивних, так й негативних аспектів його ролі в різних сферах суспільного життя.

Сучасна людина, включена в медіа-простір, репрезентована такими статусами, як «цифровий абориген» (Digital Natives) (М. Пренскі), «цифровий мігрант», «аватар» тощо.

Медіа-простір можна схарактеризувати такими ознаками:

- поєднання медіа-подієвості із об'єктивною реальністю, структурування практично усіх форм життєдіяльності людини (соціально-політична, соціокультурна, виробнича, освітня тощо);
- медіа як засіб соціального програмування, реалізації соціоінженерних проектів;
- незахищеність людини перед негативною інформацією, «патотекстом» (Б. Потятиник), що зумовлена апеляцією до підсвідомості, ініціюванням розігрування у свідомості сценаріїв утілення бажань, експлуатацією та деформацією психологічних ресурсів особистості [11, с. 124 – 169];
- стрімкий розвиток технологій маніпулювання свідомістю за допомогою сучасних медіа-засобів (поширення фейкових новин, новин із умонтованою точкою зору, технології спіндокторингу (управління новинами та медіа-подіями) тощо);
- відсутність чинника Іншого, значущість референтного статусу незнайомих у соціальних мережах;
- ерзац-свобода як вседозволеність, можливість «сховатися» за абстрактним ніком, штучною біографією тощо;
- ілюзія включеності в соціальний простір, комунікацію;
- симулякр («копії, що не мають оригіналу», Ж. Бодріяр, Ф. Вебстер) як основа медійної взаємодії, створення віртуалізованої Я-концепції, організації життєдіяльності в віртуальному світі (дружба, кохання, «будівництво міст і держав» тощо). І, як наслідок, дефіцит досвіду реального конкурентного життя;
- подолання межі між реальним та віртуальним (фальсифікація новин, реаліті-шоу тощо), що зумовлює суперечливе відчуття залученості до насиченого соціального буття, привчає жити серед віртуальних образів, віртуальних цінностей, забезпечує компенсацію реальних почуттів та переживань, створює умови для романтизації насильницьких стереотипів поведінки. І, як наслідок, – інтернет-ескапізм, фреймінг (приписування значень) як своєрідна соціокультурна реальність;
- можливості персонального маркетингу за допомогою соціальних ресурсів, технологій вікі зумовлює формування відчуття залученості до суспільних подій, власної самореалізації та самоздійснення.

Дослідження медіа-простору як важливого чинника процесу соціалізації підлітків має враховувати основні положення *соціокультурного підходу* як одного з провідних методологічних підходів

у сучасному соціогуманітарному дискурсі (Дж. Верч, І. Дуранов, М. Лапін, В. Ларцев, П. Сорокін, Г. Чернов, Т. Яблокова тощо). Соціокультурний підхід пов'язано з уявленнями про інститути суспільства як складні соціокультурні об'єкти, структура яких зумовлена історично накопиченим соціокультурним досвідом діяльності, поведінки та взаємодії людей, які забезпечують ретрансляцію соціального досвіду з покоління в покоління й утворюють гнучку сукупність зв'язків між людьми. У межах соціокультурного підходу медіа-простір постає як динамічна цілісність зі своїми специфічними особливостями: цілісність, динамізм; багатовекторність, варіативність, діапазон ресурсів, наявність соціонормативних приписів, конвенцій.

У дослідженні Дж. Верча містяться важливі позиції стосовно соціокультурного підходу в контексті вирішення завдань гуманітарного пізнання. Дж. Верч зазначає, що «провідна мета соціокультурного підходу до розуму полягає в тому, щоб дати пояснення психічних процесів людини, що враховує її суттєвий взаємозв'язок з культурним, історичним та суспільним оточенням» [2, с. 15]. Науковець наголошує на активній позиції людини, яка «вступає в контакт зі своїм оточенням і створює і його, і саму себе на підставі певної дії» [2, с. 17]. Отже, актуальною постає теза про необхідність розгляду соціальної комунікації як передумови успішного входження особистості в соціокультурний простір.

На нашу думку, варто наголосити ще на одній позиції, що спричиняє актуальність соціокультурного підходу в контексті вирішення завдань соціалізації підлітків у сучасному медіа-просторі. Відомий культуролог М. Мід свого часу запропонувала різні варіанти культури, яка характеризує той чи інший проміжок історичного часу [8]. Сьогодення можна визначити, за термінологією М. Мід, як *префігуративну культуру*. Цей тип виникає на тлі глобальних інформаційних, технічних, соціальних, політичних змін, темпи й масштаби яких не слід навіть порівнювати з попередніми історичними епохами. Інформаційна революція зробила життєвий світ не тільки для дорослих, але й для дітей значно прозорішим. Інформаційні ресурси стають зрозумілими дітям, інколи навіть без спеціального посередництва вчителів і батьків. Не випадково сучасну молодь називають саме «цифровими аборигенами».

М. Мід визначає найхарактерніші особливості суспільства префігуративної культури: «Отже, в умовах префігуративної культури центром зосередження культурних цінностей стає майбутнє. Міжпоколінні відносини в префігуративній культурі стають іншими. Практика взаємодії «батьків» і «дітей» потребує нових моделей, які базуються на співробітництві. Потрібен сценарій стосунків на основі партнерства, довіри старших до молодших. Реалії життя в умовах префігуративної культури постійно ставлять людину в край невизначені ситуації, коли не може бути готових рішень, що ухвалюються на основі

засвоєння готових знань, умінь, навичок. Сучасній людині потрібно вирішувати кожен життєвий ситуацію творчо, самостійно ухвалювати рішення й нести за них відповідальність» [8, с. 7]. По суті, усі ці позиції мають бути враховані в процесі соціалізації учнівської молоді з урахуванням особливостей інформаційно-комунікативних технологій, бурхливого й суперечливого розвитку медіа-простору, мережі Інтернет.

Узагальнення існуючих підходів до визначення сутності соціокультурного підходу дозволяє зробити такі висновки щодо його використання у вирішенні завдань соціалізації учнівської молоді в сучасному медіа-просторі: особистість школяра має розглядатися як активна (*homo activus*), багатомірна біосоціокультурна істота та суб'єкт діяльності; становлення та соціальний розвиток учнів відбувається під впливом різних форм мережевої взаємодії в Інтернет-середовищі; медіа-комунікація опосередковується субкультурними особливостями учасників різних мережевих спільнот; діалогічний характер комунікації в медіа-просторі є підґрунтям для моделювання варіативних форм соціальної взаємодії учнів підліткового та юнацького віку, формування відповідальності за вибір певного типу соціокультурної орієнтації.

Однією з характеристик медіа-простору сучасні дослідники визначають можливість кіберсоціалізації, медіасоціалізації, Інтернет-соціалізації особистості.

Поняття «кіберсоціалізація» було запропоновано російським дослідником В. Плешаковим [10], набуло подальшого обґрунтування в роботах таких науковців, як О. Кудашкіна [4], М. Угольков [13] тощо. Теоретико-методичні аспекти Інтернет-соціалізації досліджує А. Лучинкіна [6], соціалізацію в агресивному медіа-середовищі – О. Петрунько [9].

На думку В. Плешакова, кіберсоціалізація – це соціалізація особистості в кібер-просторі, процес змін структури самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання нею сучасних інформаційних і комп'ютерних технологій в контексті життєдіяльності [10]. Інтернет-середовище набуває соціалізуючого впливу внаслідок включення особистості в процеси комунікації з віртуальними агентами соціалізації, що зустрічаються людині у всесвітній глобальній мережі Інтернет (у першу чергу, у соціальних мережах, у процесі листування по e-mail, на форумах, у чатах, блогах, телеконференціях та on-line-іграх). У медіа-просторі формується відповідний «кіберсоціальний досвід» (Н. Сергієнко) унаслідок, насамперед, залучення людини до мережевих спільнот та соціальних мереж. Соціальні мережі як сучасний соціокультурний феномен характеризуються суперечливими ознаками. З одного боку, вони дозволяють людині поширити світ соціальної комунікації, забезпечують інтерактивний характер міжособистісного спілкування, сприяють самореалізації, з іншого – загострюють соціально-психологічні проблеми, пов'язані із маніпулятивним характером медіа-засобів.

Особливості перебігу процесу соціалізації в підлітковому віці з урахуванням потенційних можливостей медіа-простору багато в чому зумовлюються специфічними рисами підліткового віку, серед яких слід виділити такі: формування стійких форм поведінки, способів емоційного реагування, становлення «Я», набуття нової соціальної позиції; поява відчуття психологічного дискомфорту, що може призвести до штучної ізоляції від однолітків, батьків; нестійкість самооцінки, перебудова механізму самоконтролю; значне розширення кола спілкування; потреба в самоствердженні; амбівалентність; зміна співвідношення реального та можливого у свідомості, орієнтація на пошук потенційних можливостей; потреба в афіліації, тобто потреба в належності до якоїсь групи, спільноти.

Сучасні підлітки надають мережі Інтернет друге місце щодо значущості в системі спілкування після шкільного соціуму (насамперед, блоги (Livejournal, Twitter), сайти соціальних мереж (Facebook, Вконтакті), відеохостинги (Youtube). Такі соціальні мережі, по суті, створюють можливості для опосередкованого діалогу «підліток – комп'ютер – підліток», який надає можливість для висловлювання палітри думок з різних проблем, що хвилюють учнів підліткового віку, продукування ідей, проектів різного рівня (від абсурдних до дійсно соціально важливих). Як свідчить опитування, такий спосіб спілкування відносно дешевий, що надає можливість доступу для дітей із сімей із середнім та низьким рівнем статку. Технологічні можливості «Вконтакті» дозволяють підліткам контролювати коло свого спілкування завдяки блокуванню небажаних контактів та непотрібної інформації. Попри всі застереження щодо спілкування в Інтернет-просторі маємо зазначити, що остання позиція певною мірою сприяє формуванню вміння здійснювати свідомий вибір, вибрати та програти соціальну роль, навіть вибрати ту «маску», що відповідає соціальним очікуванням і соціальному ідеалу.

Спілкування в соціальних мережах задовольняє пізнавальні, самоосвітні та комунікативні потреби учнів підліткового віку. Разом з певними позитивними рисами соціальної взаємодії підлітків у мережі Інтернет, однозначно можна окреслити й негативні наслідки такої взаємодії. Насамперед, це сурогатність такої комунікації, відхід від реального «живого» спілкування, ізолюваність при «штучній» включеності в Інтернет-товариство, уніфікація проблем, тем з домінантною на особистісно-статеву сферу. Сьогодні фіксує доволі парадоксальну ситуацію, коли батьки спілкуються в такій соціальній мережі, як «Однокласники», а діти – у «Вконтакті». Таким чином, включення підлітків у соціальні мережі Інтернет є реальним фактом сучасного процесу соціалізації, вимагає відповідного супроводу та підтримки з боку батьків, учителів, соціальних педагогів.

Заслуговує на увагу позиція О. Петрунько, яка досліджувала ризики соціалізації в агресивному медіа-середовищі [9]. Автор відзначає, що

«медіасоціалізація в агресивному медіа-середовищі передусім означає, що розвиток і усоціальнення дітей відбуваються: 1) в «одоросленому» світі (у світі «дорослих» символів, проблем, почуттів тощо), разом із цим – в умовах недостатньої участі дорослих у цих процесах («соціалізація без дорослих»); 2) в умовах надмірної для дітей множинності й некомпліментарності (образів, меседжів, моделей світу тощо), фізіологічної, психологічної, соціально-психологічної неготовності дитини до опрацювання цієї «множинності»; 3) в умовах, коли діти фактично змушені самостійно організовувати своє життя й поведінку, у тому числі й відносини з медіа, до чого вони психосоціально не готові й для чого не мають належного досвіду» [9, с. 452].

Діяльність підлітка в медіа-просторі як соціокультурному середовищі може відбуватися у різних формах: формальній; споживацькій; взаємодії молодшої людини з соціокультурним середовищем як з полем діяльності (продукування нових засобів і форм діяльності, підтримка традиційних видів діяльності тощо).

Важливою характеристикою медіа-простору як соціокультурного середовища слід уважати конструкт «повсякденність», оскільки саме в реальній взаємодії суб'єктів відбувається діалог на підставі спільних цінностей. Медіа-простір можна характеризувати й такою ознакою, як хронотопність (від гр. *chronicos* – час + гр. *topos* – місце), яка дозволяє розглядати взаємодію всіх учасників мережевої комунікації за принципом «тут і зараз». Наголосимо, що соціальний складник медіа-простору не розглядається як абстрактний конструкт, оскільки школярі вступають у складні соціальні стосунки із конкретними людьми, які персоніфікують свої культурні вподобання, соціальні цінності, репродукують певні норми соціальної поведінки й соціальні стереотипи.

Процес соціалізації підлітків у медіа-просторі має досліджуватися й з урахуванням *концепції соціальних естафет*, представленої в дослідженнях М. Розова [12], який визначає соціальні естафети як передачу досвіду від людини до людини, від покоління до покоління шляхом відтворення безпосередніх взірців поведінки та діяльності. Згідно теорії М. Розова підґрунтям відтворення соціальних явищ є здатність індивіда та соціуму діяти за безпосередніми взірцями. Такими взірцями в медіа-просторі для підлітка, насамперед, є референтні групи в соціальних мережах.

Медіа-простір, інтернет-простір надає можливість підліткам для пошуку *референтної групи*, що має особливе значення для набуття соціального досвіду, самоствердження та самореалізації. Референтна група (уважається, що термін було введено американським соціологом Г. Хайменом) – це соціальна група, на яку індивід орієнтує свою поведінку (від сім'ї до класу, нації). У соціальних мережах підліток може залучитися як до «компаративної» (стандарт, за допомогою якого індивід оцінює себе й інших), так і до «нормативної» (реальний або уявний колектив (група), з яким індивід співвідносить свою поведінку й

майбутнє) референтної групи. Варто враховувати, що сучасна молодь відчуває серйозні труднощі у визначенні дійсно референтних груп, які можуть слугувати еталоном, моделлю поведінки, взірцем для формування поглядів, цінностей, способу життя.

Участь підлітків у різних проектах соціальних мереж створює своєрідне «*поле соціальних проб*», яке дозволяє включитися у спеціально організовану діяльність на основі вибору адекватного ситуації способу поведінки. Значущою є саме конструкція «поле соціальних проб», оскільки «поле» в психології розуміється як сукупність актуальних («тут і зараз») збуджувачів активності, що переживаються суб'єктом.

Проблеми соціалізації дітей та учнівської молоді в медіа-просторі зумовлюють посилену увагу і до питань Інтернет-безпеки дітей, до упровадження завдань цілісної програми «Безпечний Інтернет» [3]. Науково-методичний супровід зазначеної проблеми представлено на сайті «Он-ляндія: моя безпечна Веб-країна» (www.onlandia.org.ua), інших спеціалізованих Інтернет-порталах.

Таким чином, сучасний медіа-простір виконує важливі функції в процесі соціалізації підлітків – інформативну, регулятивну, виховну, фасилітативну тощо, створює можливість для «поля соціальних проб», пошуку відповідних референтних груп. Медіа-простір характеризується як значним соціалізаційним потенціалом, так й суттєвими ризиками для певної категорії дітей та молоді. Провідним завданням усіх педагогічних працівників, батьків, громадськості постає мінімізація негативного впливу медіа-простору на особистість підлітків, забезпечення Інтернет-безпеки, формування навичок Інтернет-культури, культури мережевої взаємодії.

Тому перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані із розробкою науково-методичних засад попередження та подолання медіа-депривації учнівської молоді.

Список використаної літератури

- 1. Андреева Г. М.** Социальная психология : учеб. для высш. учеб. заведений / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 364 с.
- 2. Верч Дж.** Голоса разума. Социокультурный поход к опосредованному действию / Дж. Верч. – М. : Тривола, 1996. – 176 с.
- 3. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків** / І. Литовченко, С. Максименко, С. Болтівець та ін. – К. : ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 48 с.
- 4. Кудашкіна О. З.** Кіберсоціалізація як новий вид соціалізації у віртуальному середовищі / О. З. Кудашкіна // Соціальна педагогіка: теорія та практика. – 2011. – № 1. – С. 12 – 18.
- 5. Луман Н.** Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
- 6. Лучинкіна А.** Аналіз мотиваційної складової Інтернет-соціалізації / А. Лучинкіна // Горизонты образования. – 2013. – № 1 (37). – С. 36 – 40.
- 7. Маклюэн Г. М.** Понимание медиа: Внешние расширения

человека / Г. М. Маклюэн. – М.: Ин-форм, 2003. – 464 с. **8. Мид М.** Культура и мир детства. Избранные произведения / М. Мид ; пер. с англ. и коммент. Ю. А. Асеева ; сост. и послесл. И. С. Кона. – М. : Наука. Гл. ред. вост. лит., 1988. – 429 с. **9. Петрунько О. В.** Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіа-середовищі / О. В. Петрунько : монографія. – 2-ге вид. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2011. – 480 с. **10. Плешаков В. А.** Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'a до Homo Cyberus'a : монография / В. А. Плешаков. – М. : МПГУ, 2012. – 212 с. **11. Потятиник Б. В.** Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. **12. Розов М. А.** Феномен социальных эстафет / М. А. Розов. – Смоленск : СГПУ, 2003. – 205 с. **13. Угольков Н. В.** Интернет как институт социализации старших школьников : автореф. дис. на соискание ученой степ. канд. пед. наук : спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования» / Н. В. Угольков. – М., 2012. – 24 с. **14. Фельдштейн Д. И.** Психология развития личности в онтогенезе / Д. И. Фельдштейн. – М. : Педагогика, 1989. – 208 с.

Алексеева О. Р. Роль медіапростору у процесі соціалізації підлітків

У статті на основі аналізу філософської, культурологічної, соціологічної, психолого-педагогічної літератури розкрито особливості соціалізації підлітків у сучасному медіа-просторі. Визначено сутнісні характеристики соціалізації підлітків у контексті суб'єкт-суб'єктного підходу. Представлено основні підходи до визначення сутності поняття «медіа-простір», його функцій у процесі соціалізації учнів підліткового віку. Розкрито значущість соціокультурного підходу в дослідженні медіа-простору як важливого чинника соціалізації сучасних підлітків. Визначено сутність понять «кіберсоціалізація», «медіасоціалізація». Схарактеризовано особливості підліткового віку, які впливають на перебіг соціалізації учнівської молоді в медіа-просторі.

Ключові слова: соціалізація підлітків, медіа-простір, соціокультурний підхід, кіберсоціалізація, медіасоціалізація.

Алексеева О. Р. Роль медиа-пространства в процессе социализации подростков

В статье на основе анализа философской, культурологической, социологической, психолого-педагогической литературы раскрыты особенности социализации подростков в современном медиа-пространстве. Определены сущностные характеристики социализации подростков в контексте субъект-субъектного подхода. Представлены основные подходы к определению сущности понятия «медиа-пространство», его функций в процессе социализации учащихся подросткового возраста. Раскрыта значимость социокультурного подхода

в исследовании медиа-пространства как важного фактора социализации современных подростков. Определена сущность понятий «киберсоциализация», «медиа социализация». Охарактеризованы особенности подросткового возраста, влияющие на их социализацию в медиа-пространстве.

Ключевые слова: социализация подростков, медиа-пространство, социокультурный подход, киберсоциализация, медиа социализация

Alekseeva O. R. The Role of Media Space in the Socialization Process of Adolescents

The article reveals the main features of the adolescents socialization in modern society taking into consideration the analysis of philosophical, cultural, sociological, psychological and pedagogical literature. The essential characteristics of the teenagers socialization in the context of the subject-subjective approach are determined. The main approaches to the definition of „media space” concept, its' functions in the process of teenagers socialization, various features of media in realization of teenagers social education issues, the modern media peculiarities in the context of main pre figurative provisions type of culture (M. Mid) are presented. The media role in the teenagers socialization process is analyzed considering contemporary philosophical and psychological-pedagogical ideas such as daily life, chronotopes, the concept of social relay of M. Rozov, the provisions of the sociology and psychology regarding reference groups, „social fields samples”, etc. The importance of social and cultural approach to study of media as an important factor of modern teenagers socialization, the role of various forms of network interaction in the Internet space, dialogic nature of communication in the media space as the basis for modeling various forms of social interaction between teenagers and young people are revealed. The definition of the concepts of „cyber socialization”, „media socialization”, social communication in the Internet space is determined. Afterwards, the specifics teenagers' age influencing on the process of „cyber socialization” and „media socialization” of students are characterised.

Key words: Teenager socialization, media space, social and cultural approach, cyber socialization, media socialization.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2015 р.

Прийнято до друку 30.01.2015 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Савченко С. В.