

# Информационная социализация подростков

30

# М

еждисциплинарная проблема социализации на протяжении длительного времени остается объектом внимания представителей разных наук. Обогащение и развитие научных представлений о процессе и механизмах социализации происходит в результате получения новых данных в социологии, педагогике, политологии, культурологии, разных отраслях психологии (психологии развития, акмеологии, социальной психологии, этнической психологии, педагогической и других). При этом большинство исследователей признает, что содержание, формы и способы социализации тесно связаны с социальными, культурными и экономическими условиями. В современном мире эти условия подвергаются значительным изменениям, поэтому существуют запросы как общества, так и фундаментальных и прикладных наук в понимании современных особенностей процесса социализации на разных этапах онтогенеза.

Необходимо отметить и тот факт, что междисциплинарный характер проблемы социализации в разных ее аспектах (одним из которых предстает и информационная социализация) диктует возможность и необходимость ее рассмотрения в разных парадигмах и в разных

дискурсах, включающих и когнитивные аспекты восприятия и переработки информации, и индивидуально-личностные, и социальные.

Наиболее важными, с нашей точки зрения, являются подходы, актуализированные в направлении «социальная психология развития», в которой сочетаются две парадигмы: генетическая и социальная.

Пристальное внимание к проблеме социализации в настоящее время связано с несколькими причинами. В условиях глобализации и «сужения» географического пространства происходит расширение пространства межличностных контактов, взаимодействия между людьми разных культур, разных социальных и этнических групп.

Значимой причиной повышения интереса к проблеме социализации является увеличение неопределенности, которая связана с постоянными трансформациями ценностей, норм, эталонов в современном, изменяющемся мире. В обществе постоянно меняются «правила игры» даже в относительно стабильных социальных группах. Исходя из этого можно констатировать, что процесс социализации как таковой происходит не только в первые 10–15 лет жизни, но на протяжении всего жизненного пути.

Это понимание социализации адекватно соотносится с понятием З. Баумана «текущая современность». Эта позиция исходит из того, что при «жесткой культуре» возможны определенные, жесткие нормы, правила и институты социализации, четко определяющие технологии

и результаты воздействия взрослых на подростков. Современная многомерная культура предполагает «жидкую» социализацию, в которой возможно многоаспектное и не направленное воздействие, а результат может быть отсроченным, латентным. Таким образом, методология постмодерна и конструкционистская парадигма являются наиболее адекватными для исследования процесса социализации в современных условиях неопределенной и изменчивой среды.

Особенно актуальной и значимой проблема социализации, в том числе и информационной социализации, является для поколения, только вступающего в жизнь, для которого процесс становления идентичности (как социальной, так и личностной) совпадает с процессом социализации в целом. Если для старшего поколения стремление к замене утраченных социальных идеалов новыми связано со стремлением к восстановлению нарушенной картины мира, то для подростков – со стремлением к созданию картины своего мира, одновременно похожего и не похожего на мир взрослых, который подростки одновременно считают и своим, и чужим. В этом плане поиск своей личностной уникальности, ее содержания и структуры непосредственно связан с рефлексией жизненных планов, целей и путей самоопределения.

В связи с этим возникает настоятельная потребность в изучении процесса присвоения подростками, юношами и девушками своего индивидуального и культурно-исторического прошлого и способности аутентично конструировать свое будущее. При этом огромное значение имеет анализ причин неприятия или пассивного отторжения подростками той культуры, тех нравственных эталонов и оценочных категорий, которые являются значимыми для его социального окружения.

Исходя из этого необходимо подчеркнуть, что особенность процесса современной социализации диктует необходимость разработки новой методологии, новых методов исследования, а также новых технологий и средств воспитания и образования. Изучение особенностей информационной социализации подростков, которое пока но-

сит стихийный характер, позволяет конкретизировать представления как об общих закономерностях процесса социализации, так и об особенностях в процессе восприятия и переработки разных видов информации, а также влияния на этот процесс социально-личностных и индивидуально-личностных характеристик подростков.

Необходимо отметить и тот факт, что процесс информационной социализации и его содержание у российских старшеклассников имеют значительные отличия по сравнению таковыми у юношей и девушек других стран. Различия в ментальности, в ценностных ориентациях, в степени социальной укорененности, не могут не сказаться и на выборе источников информации, и на отношении к ним, и на содержании транслируемых СМИ и СМК ценностей, норм и эталонов. В связи с этим данные, полученные зарубежными учеными, не могут быть полностью отнесены к нашей действительности и нуждаются в уточнении и коррекции.

Культура может рассматриваться как синергетический фактор, структурирующий и выстраивающий процесс социализации и становления идентичности в кризисные периоды, являющиеся бифуркационными точками в развитии личности. Культура информационного общества предполагает в качестве одного из основных аспектов исследования процесс информационной социализации, включающей не только когнитивные, но и эмоционально-личностные и поведенческие аспекты этого процесса. При этом можно вслед за Н. Винером рассматривать информацию как один из способов организации, структурирования образа мира, что накладывает особую ответственность на носителей информации и способы ее подачи подросткам и молодежи.

Информационное пространство не может рассматриваться изолированно от общего пространства социализации человека, оно входит в общую структуру поля социализации. В то же время,

**Особенность процесса современной социализации диктует необходимость разработки новой методологии, новых методов исследования, а также новых технологий и средств воспитания и образования.**



об авторе



*Т.Д. Марцинковская, заведующая Лабораторией психологии подростка Психологического института РАО, главный научный сотрудник Центра социализации, воспитания и неформального образования Федерального института развития образования, доктор психологических наук, профессор.*



если динамика и институты социализации исследованы достаточно широко и многогранно, то разные виды и источники информации, которые также могут рассматриваться как разновидность социализационных институтов, практически не изучены. Разделяя понятие информационного пространства как общего социокультурного пространства, в котором живут, общаются и действуют люди, и понятие информационного поля, представляющего конкретный источник или группу источников информации, целесообразно выделить несколько критериев, на основании которых можно разделить источники информации на группы.

Таковыми критериями могут быть:

- степень влияния и (или) степень доверия к информации;
- форма представленности информации (визуальная, вербальная, аудио-информация);
- принадлежность к определенным информационным группам (печатные или электронные, фильмы, книги, журналы, музыка и т.д.);
- содержание информации (здоровье, развлечение, хобби, мода, косметика, автомобили и т.д.),
- целевая направленность информации (возрастная, гендерная, профессиональная и т.д.)

В зависимости от института социализации (издания, группы изданий) и в со-

ответствии с ними происходит процесс категоризации и затем самокатегоризации подростков. На основании этого вырабатывается не только отношение (переживание) представленной в данном виде издания информации, но и выбор группы, стиля поведения, иногда и стиля жизни в целом. Поэтому часто по выбору наиболее значимого для подростка источника информации можно судить и о его интересах, и о группе идентичности, и, наоборот, можно на основании самокатегоризации или групповой идентичности предположить направление информационной социализации.

Еще одной реальностью настоящего времени стал Интернет, который является и крайне интересной моделью для исследования информационной социализации в связи с тем, что в реальности социальная ситуация в значительной мере определяет не только оценку человеком своего положения в ней, но и детерминирует оценку себя. В реальном мире люди часто не могут изменить ни себя, ни ситуацию, как бы она их ни устраивала, но в Интернете можно скрыться за маской, за несколькими масками, принимая разные имена и придумывая себе разные ситуации и разные биографии. Это дает возможность опробовать себя в разных ролях, которые в дальнейшем, при успехе в данном виде коммуникации, может перейти и в действительность. Так, неопределенность

общения в сети, накладываясь на неопределенность в личностной сфере, может стать источником положительной динамики и, если не осознавая себя, то хотя бы осознавая своего поведения и его причин.

Можно говорить о двух вариантах влияния СМИ и СМК на подростков в зависимости от формы этого влияния – непосредственной или опосредованной разными факторами и условиями. Непосредственное, прямое влияние основывается на механизмах эмоционального заражения и обуславливания. Другая форма влияния опосредуется индивидуально-личностными и социально личностными факторами.

В качестве оптимального источника прямого информационного влияния можно рассматривать искусство в различных его формах. Учет (не учет) культуры и культурных особенностей восприятия и переработки информации сказывается и в формах презентации информации, и в степени доверия к ней подростков. При этом надо учитывать, что, несмотря на тот факт, что российская (как и вся европейская) культура является вербальной, в настоящее время начинает доминировать визуальный способ восприятия информации. Об этом важном феномене пишут многие ученые, констатирующие изменение способа восприятия мира. Еще недавно для большинства людей слово являлось одним из основных носителей информации и параметров, на основании которых выстаивалось представление об окружающем мире. Сегодня образ становится ведущим образующим картины мира, а основную информацию несут зрительные гештальты, поэтому такую актуальность приобретают работы психологов, которые исследуют способы перекодирования вербальной информации в образную. При этом важным моментом является способность того или иного образа не только нести информационную нагрузку, но и вызывать определенные переживания. С этой точки зрения оптимальными в качестве информационных эталонов являются художественные образы. Совершенно справедливо считается, что художественный образ несет определенную содержательную и смысловую нагрузку, а форма художественного

произведения, дополняясь эмоциональными смыслами, помогает восприятию через отождествление творца и зрителя, идентификацию их образов и слияние смыслов и эстетических переживаний. На этом достаточно долго строились и концепции воспитательной роли искусства и его влияния на становление культурной идентичности человека.

В этом вопросе представляется целесообразным несколько сузить рамки проблемы, сфокусировав внимание на вопросе идентификации зрителей (слушателей) с образами, всплывающими в сознании при восприятии произведений искусства. Именно новая идентичность, если она формируется в процессе информационного восприятия, во многом становится основой тех новых смыслов, новых образов, которые входят в самосознание человека и вызывают эмоции и к героям, и к самому себе. Однако, говоря о влиянии образов культуры на современных подростков, нельзя обойти вниманием тот факт, что невысокий уровень культуры вызывает у них трудности при восприятии спектаклей, музыки, живописи. Это связано и с тем, что серьезно изменилось окружение: появились новые эталоны, а старые наполнились новыми представлениями. Преодолеть это можно путем повышения культуры, изменением эталонов, вернее, приближением их к современности, чтобы сделать понятными многим. Осознание этого факта дает основание для анализа тех процессов, которые происходят сегодня в информационном пространстве культуры, проявляющихся, например, в осовременивании не столько самого сюжета, сколько способа его подачи зрителю. Изменение внешней формы романа или пьесы в этом случае служит для того, чтобы приблизить и сделать ее понятной зрителю, связать ассоциативно с близкими героями и ситуациями.

Говоря об информационном пространстве, невозможно обойти внима-

**Сегодня образ становится ведущим образующим картины мира, а основную информацию несут зрительные гештальты, поэтому такую актуальность приобретают работы психологов, которые исследуют способы перекодирования вербальной информации в образную.**

нием и огромную роль современной музыки, которая существенно усовершенствовала способы воздействия на слушателей, соединяя определенные мелодии, уже не явно выраженные, с ритмом и светом. Поэтому не только рок или блюз, но и современный рэп добиваются большего эмоционального резонанса, чем другие виды информационного воздействия. Состояние эмоционального возбуждения, почти экстазического, подкрепляется и движением, являющимся обязательным элементом таких концертов. Моторная активность стимулируется сочетанием высоких и низких тонов, громкостью и заданным ритмом. Все вместе – музыка, слова (имеющие хоть и подчиненное, но значение) и визуальные эффекты (свет, постоянно меняющий окраску и интенсивность, видеоэффекты, транслирующиеся на экраны) и движение дают необходимую разрядку, а потому популярность этой музыке постоянно

**Многие виды информации способны влиять не только на выбор стиля жизни подростков, но и на их представления о себе и мире.**

растет. Интерес представляет и тот факт, что именно в недрах этого, направленного первоначально только на релаксацию вида искусства, зарождаются в настоящее время и новые формы нравственного воздействия на зрителей-слушателей.

Как уже упоминалось, информационное воздействие может быть (и чаще всего является) и опосредованным. Говоря о роли личностных качеств в процессе восприятия, переработки и интернализации информации, можно констатировать, что на сегодняшний день известно только о влиянии таких черт и состояний, как напряженность, эмоциональная неустойчивость, неуверенность, на характер воспринимаемой информации и степень восприимчивости к ней. При этом необходимо подчеркнуть, что развитие агрессивного поведения (но не агрессивности как черты личности) в этом возрасте – не столько от информации, сколько от ее совпадения с эмоциональным состоянием подростков.

Динамика и направленность информационной социализации, несомненно, имеет связь с национальной культурой, и с особенностями социальной ситуации развития современных российских

подростков. В связи с этим хотелось бы обратить внимание на несколько фактов, показывающих связь мотивации и поведенческих стереотипов с содержанием информации. Например, отсутствие горизонтального коллективизма в соотношении с ярко выраженным вертикальным коллективизмом во многом связано и с содержанием информации, доминирующей сегодня в социальном поле подростков. С этим фактом связано и доминирование в подростковой и юношеской субкультуре такого способа разрешения конфликтов, как соревнование, а не сотрудничество или приспособление. Соревнование – это тот вариант поведения, который сейчас поддерживается, развивается, подчас даже навязывается практически всем социальным укладом, условиями жизни и работы, рекламой. Представляется, что нарастание маскулинности в нашей, как отмечал Н.А. Бердяев, женской ментальности, сейчас принимает лавинообразный характер. Если исходить из того, что многие подростки и юноши рассматривают любую конфликтную ситуацию как ситуацию, в которой необходимо обязательно победить, чтобы быть замеченным, построить карьеру и т.п., то не вызывает удивления и то, что при этом становятся важными определенные способности, помогающие не столько реализовать, сколько показать себя. Поэтому не удивителен и интерес к информации, раскрывающей формы и способы самопрезентации, к агрессивно-маскулинной форме поведения, образцы которых задаются разными источниками информации и в разной форме.

Усиливающаяся в настоящее время роль публичности, умения подать себя является во многом залогом успешности в разных сферах бытия – от межличностного и даже интимно-личностного общения до делового взаимодействия. Положительным моментом обучения техникам удачной и продуктивной самопрезентации является развитие не только умения построить ролевые взаимодействия с партнерами, но и способности к объективной оценке своих качеств.

Не удивителен и интерес к разным формам нарратива, что может стать и основой для разработки различных

способов исследования процесса информационной социализации. Нарративный подход ориентирован на выявление психологических особенностей интерпретации людьми разных социальных реальностей. Отличительной особенностью нарратива является его формирование в процессе социального взаимодействия. Таким образом, выстраивание нарративов можно рассматривать и как механизм самоосмысления, и как механизм социализации. Формы нарративов, закрепленные в культуре, становятся основанием для построения человеком своих собственных жизненных историй, в какой-то степени конструирования своей идентичности. И в этом плане они могут рассматриваться как информация о самом человеке, которую он подает в определенных целях окружающим.

Еще одним важным фактом, определяющим процесс информационной социализации, являются социальные представления подростков, в том числе и их представления об информационном пространстве. Наиболее важными для изучения в этом плане являются взаимосвязь уже существующих установок и представлений с новой информацией. Этот момент является малоизученным, и в то же время понимание того, каким образом происходит апперцепция новой информации в поле социального представления, даст возможность в некоторой степени прогнозировать и переживания, вызываемые той или иной информацией, и, в обобщенном варианте, переживания по отношению к определенному источнику информации.

Таким образом, вопросы теории информационной социализации переходят в вопросы ее практики и эмпирики.

Имеющиеся на сегодняшний день материалы позволяют сделать вывод о том, что актуальность проблемы информационной социализации связана с большими возможностями расположенных в этом **поле институтов**, а также с тем, что многие виды информации способны влиять не только на выбор стиля жизни подростков, но и на их представления о себе и мире.

Междисциплинарный дискурс этой проблемы расширяет возможности ее исследования и интерпретации полученных данных как в рамках когнитив-

ной психологии и психологии личности, так и социальной психологии и задач развития. Недостаточная проработанность теоретических понятий и знаний ставит задачу разработки программы и методического инструментария исследований. Наиболее актуальным являются:

- исследование механизмов трансляции и интериоризации норм, эталонов и ценностей;
- изучение того, каким образом происходит восприятие, переработка и интерпретация информации, исходящей из разных источников и имеющей разную форму представленности (визуальную, вербальную, аудио);
- проведение эмпирических исследований, дающих возможность определить структуру и степень интенциональности социальных представлений подростков о СМИ и СМК, а также степень их доверия к разным источникам информации;
- изучение роли различных средств информационного воздействия на содержание идентичности подростков и их поведение.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 2000.
- Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М., Академия, 2009.
- Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.
- Категория переживания в психологии и философии. Монография М., Прометей, 2005.
- Методологические проблемы современной психологии – парадигмальный и междисциплинарный аспект. М., Смысл, 2005.
- Фельдштейн Д.И. Социализация и индивидуализация – содержание процесса социального взросления // Возрастная психология: Детство, отрочество, юность. Хрестоматия. М.: Academia, 2003.
- Харре Р. Метафизика и методология: некоторые рекомендации для социально-психологического исследования // Социальная психология: саморефлексия маргинальности. М. ИНИОН РАН, 1995.