

**Тарадайник В. Н. Психолого-педагогические аспекты развития ребенка с помощью информационно-социальных сетей**

Сделана попытка выявить влияние социальных сетей на поведение детей младшего подросткового возраста в школьном коллективе на современном этапе развития образования в Украине. Рассмотрена мотивация пользователей социальных сетей и основные психолого-педагогические аспекты развития ребенка с помощью информационно-социальных сетей. Сделан вывод, что социальная сеть притягивает младших подростков доступностью информации о других и об их активности, простотой установления контактов. Сравнение интенсивности пользования социальными сетями среди детей, имеющих разный социометрический статус в классе, показало, что интернет-общение упрощает процесс утверждения себя в коллективе. Замечено, что “звезды” чрезмерно увлечены сетью, и это снижает их стремление общаться с одноклассниками.

*Ключевые слова:* социальные сети, интернет-среда, младшие подростки.

**Taradaynik V. M. Psychological and Pedagogical Aspects of Child Development through Information and Social Networks**

An attempt to reveal the impact of social networks on youngsters' behavior in school on this stage of education development in Ukraine is made in the article. Attention is paid to motivation of social network users and main psychological and pedagogical aspects of a child's development with the help of information and social networks. The following conclusions have been made: the users of social network (teenagers in this case) are attracted by the availability of information about other users of the network and their activities and the simplicity of contact making, as well. The comparison of social networks use intensity among children of different sociometric statuses in the class has shown that communication via Internet simplifies the process of self-affirmation in collective. It has been also noted that so-called 'stars' are too obsessed by the network and it reduces their desire for communication with children of their age.

*Key words:* social networks, Internet environment, youngsters.

© Тарадайник В. М.

*А. І. Лучинкіна*

**АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ  
ІНТЕРНЕТ-СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ**

Ідеться про здійснення інтернет-соціалізації різновікової аудиторії. Визначено провідні інститути соціалізації, притаманні кожній віковій групі. Дається визначення інтернет-соціалізації, проаналізовано інформаційно-потребову сферу особистості, визначено мотиви, притаманні особистості тільки в інтернеті, а також шляхи нормативного і девіантного задоволення потреб.

*Ключові слова:* інтернет-соціалізація, потреби, мотиви, інститут соціалізації, особистість.

*Проблема.* У сучасному суспільстві, коли швидкість і інтенсивність інформаційних потоків збільшуються настільки, що людина не може дозволити собі вільне проведення часу через надмірну зайнятість, необхідність бути присутньою одночасно в різних місцях, проблема інтернет-соціалізації особистості набуває особливої актуальності. Проте розгляд інтернет-соціалізації як звичайного продовження соціалізації у реальному просторі видається нам неперспективним. По-перше, нормативність поведінки особистості в реальному просторі не гарантує нормативності в інтернет-середовищі. По-друге, соціалізація в реальному просторі передбачає об'єктний або суб'єктно-об'єктний підходи до особистості, водночас інтернет-соціалізація вимагає суб'єктності. По-третє, ми вважаємо, що крім уже існуючих механізмів соціалізації в реальному просторі провідними в інтернет-середовищі стають інші механізми. Визначення провідних інститутів і механізмів соціалізації особистості, на нашу думку, є вимогою часу для спрямування зусиль на нормальну адаптацію особистості до сучасного рівня розвитку інформаційного простору.

*Метою статті* є аналіз перебігу процесу інтернет-соціалізації особистості.

Раніше нами було дано визначення *інтернет-соціалізації особистості* як багаторівневого процесу, що розгортається на всіх щаблях віртуального простору і являє собою процес інтерференції зразків поведінки, психологічних настанов, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, засвоєних суб'єктом у реальному суспільстві і можливих привабливих для особистості, але не реалізованих у реальному просторі через неможливості їхньої реалізації зразків поведінки, психологічних настанов, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, у результаті якого формується новий вид ідентичності – віртуальна ідентичність суб'єкта в інтернеті [1]. Ми припустили, що інтернет-соціалізація містить три складові – міфологічну, потребово-мотиваційну і когнітивно-інструментальну, які мають декілька рівнів реалізації і можуть розгортатися незалежно одна від одної. Порушення, які відбуваються при розгортанні хоча б однієї із зазначених складових, призводять до викривлення процесу інтернет-соціалізації особистості [2; 3].

Для визначення провідних інститутів і механізмів соціалізації особистості ми застосовували авторський дослідницький опитувальник “Інститути і механізми соціалізації особистості”. У дослідженні взяли участь 2234 респонденти різного віку й інтернет-досвіду АР Крим, Києва, Луганська. За результатами дослідження виявилось, що інтернет не є єдиним провідним інститутом соціалізації для більшості респондентів незалежно від віку. Більше того, він не посідає за значущістю першу позицію серед інститутів соціалізації у 98,5% досліджених респондентів. Такі результати свідчать про необґрунтова-

ність страхів стосовно того, що впливи інтернету на людину є безмежними, й досить велику значущість, що додає актуальності проблемі розгляду соціалізаційного впливу інтернет-простору на особистість. Крім того, за результатами дослідження інтернет як інститут соціалізації входить до трійки провідних інститутів поряд із родиною і неформальними об'єднаннями для підлітків 12–15 років, що також додає актуальності проблемі інтернет-соціалізації. Зазначимо, що розподіл респондентів за інститутами соціалізації не має гендерних розбіжностей (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Кореляційні зв'язки між інститутами і механізмами соціалізації (за Пірсоном)**

Інститут соціалізації	Ідентифікація	Копіювання	Навіювання	Соціальна фасілітація	Конформність	Включеність	Самовираження
Інтернет	0,207*	0,233*	0,251**	0,432**	0,435**	0,617**	0,612**

\* Кореляція є значущою на рівні 0,05

\*\* Кореляція є значущою на рівні 0,01.

Стосовно інтернету процес соціалізації ініціює передусім механізм включеності. Отже, людина самостійно вирішує, до якої групи, теми, мережі приєднатися, яку інформацію про себе розмістити, регулюючи включеність у соціальні стосунки в інтернеті. Наступним механізмом соціалізації є самовираження. Отже, в інтернет-просторі для респондентів зазначеної вибірки більше можливостей для прояву власної активності у якійсь справі, якомусь вчинку, якихось відносинах. Крім того, самовираження особистості можливе за допомогою засобу створення нових інтернет-ідентичностей, виборів нових стратегій поведінки, нових способів самопрезентації. За результатами статистичної обробки даних дослідження механізми включеності і самовираження є провідними для зазначеного інституту. Наступними за значущістю механізмами, що ініціюють процес соціалізації вмережі Інтернет, виступають конформність і соціальна фасілітація. Проте їхній вплив більший за значенням, ніж у родині і ЗМІ.

Механізми навіювання, копіювання, ідентифікації також забезпечують процес соціалізації особистості в інтернет-середовищі, проте їхній вплив значно менший (за результатами математичної обробки даних), ніж інших механізмів.

Таким чином, провідними механізмами соціалізації особистості в інтернет-середовищі є механізми включеності і самовираження.

Цікавим виявилось дослідження впливів інститутів соціалізації на особистість з погляду самої особистості. Впливи досліджували за допомогою методу семантичного диференціала в адаптації В. Ф. Петренка. Респондентам пропонувалося визначити вплив на них

одного з інститутів соціалізації за допомогою основних семантичних шкал, зокрема, сили, оцінки, активності.

Проведений статистичний аналіз розподілу відповідей за критерієм  $\chi^2$  виявив достовірні розбіжності між впливами за шкалами оцінка і активність ( $\chi^2_{кр} = 11,07$  при  $p=0,05$  і  $\chi^2_{кр} = 15,086$  при  $p = 0,01$ ) (табл. 2).

Таблиця 2

**Статистичний аналіз впливів інститутів соціалізації на особистість**

	Сила	Оцінка	Активність
Chi-Square	8,583	15,444	15,982
df	5	5	5
Asymp. Sig.	0,127	0,020	0,035

Зазначимо, що за позитивністю впливу інтернет посідає третє місце після родини і неформальних об'єднань (за оцінками респондентів) (табл. 3).

Таблиця 3

**Впливи інститутів соціалізації**

Шкала/інститут	Сила	Активність	Оцінка
Школа	30,5	33,41	35,77
ЗМІ	25,77	19,18	30,68
Неформальні об'єднання	37,95	37,55	38,27
Родина	45,23	46,41	44,55
Інтернет	34,77	34,82	37,5

Третю позицію інтернет утримує за шкалами “активність – пасивність”, “сильний – слабкий” у напрямі сильний, активний. Такі результати свідчать про значущість інтернету для особистості як простору соціалізації.

Інтерес для нашого дослідження становлять групи респондентів, які обирають девіантний напрям інтернет-соціалізації з будь-яких причин. Для визначення особливостей перебігу зазначеного процесу ми провели аналіз за кожною його складовою. Так, дослідження міфологічної складової інтернет-соціалізації показало, що можна визначити три групи респондентів, які входили до інтернет-простору, з різними рівнями успішності.

*Перша група* досліджуваних – респонденти, які не проходять початкового міфологічного рівня, ставляться до інтернет-простору негативно, у процес інтернет-соціалізації не вступають. Таких респондентів можна вважати соціально дезадаптованими щодо інтернет-соціалізації: людина не користується можливостями простору унаслідок

док міфологічного мислення. Такі висновки підтверджуються і тим, що у зазначеній групі респондентів тільки 22% мають електронні адреси, а 12% не користуються електронною поштою.

За результатами проведеного структурованого інтерв'ю виявлено, що респонденти зазначеної групи негативно ставляться до інтернет-простору, не рекомендують приєднуватися до нього іншим, впевнені, що в інтернеті усі прагнуть обманути один одного [4].

*Друга група* – респонденти, які проходять початковий міфологічний рівень, проте затримуються на окремих міфах про інтернет і проблемах безпеки в інтернеті. У такому разі можливі три варіанти подальшої інтернет-соціалізації: *частковий* – людина виходить в інтернет-простір тільки за великої потреби. Міфологічне мислення підкріплюється незадоволеністю потреб у безпеці, наприклад, у реальному просторі, що призводить до “дивної” поведінки користувача, зокрема, до вигадування надскладних паролів, приховування інформації про себе та ін.; *ігровий* – людина мешкає на ігрових порталах, будує міфологію мережі і переносить із віртуального простору у реальний життєвий credo. Мислення такого користувача також міфологічне, але з іншим знаком: гравець належно абсолютизує роль інтернету, надає йому надмірної сили, вірить в інтернет-прикмети тощо. Надмірна захопленість значним аспектом мережі Інтернет також зумовлює “дивну” поведінку. Наприклад, *небезпечний* користувач є прихильником міфу про всесильність і безпечність інтернету. Міфологічне мислення провокує небезпечну поведінку особистості, зокрема, перенесення у реал неперевірених знайомств, викладання відомостей про себе у повному обсязі.

*Третя група* досліджуваних проходить міфологічні рівні, створює зазначений контент у мережі, добре орієнтується в інтернет-просторі, що призводить до нормативної інтернет-соціалізації.

Для подальшого аналізу перебігу інтернет-соціалізації нами було розглянуто мотиваційну складову цього процесу.

Дослідження мотиваційної складової інтернет-соціалізації виявило, що не тільки особливі умови інтернет-простору, але й незадоволеність окремих потреб особистості в реальному просторі призводять до виникнення нових мотивів діяльності. Цікавим для нашого дослідження є виявлення зв'язків між рівнем задоволеності потреб особистості в реальному просторі і виникненням нових мотивів в інтернет-середовищі (табл. 4).

З табл. 4 видно, що існує достовірний статистичний зв'язок між виникненням мотиву внеску і незадоволеністю біологічних потреб ( $\rho = 0,458^{**}$ ), соціальних потреб ( $\rho = 0,395^{**}$ ), потреби у визнанні ( $\rho = 0,415^{**}$ ). По-перше, такі результати можуть свідчити про прагнення особистості продовжувати себе(рід) шляхом внеску, залишення сліду. По-друге, стійкий мотив внеску може свідчити про деякі соціальні потреби, однобічне зменшення соціальної дистанції.

Таблиця 4

**Кореляційні зв'язки між рівнем задоволеності потреб у реальному просторі і виникненням нових мотивів діяльності в інтернеті**

Мотив	Біологічні	У безпеці	Соціальні	У визнанні	У само-реалізації
внеску	0,458**	0,182	0,395**	0,415**	0,246**
реплікації	0,231*	0,183*	0,626**	0,198*	0,636**
позначеної присутності	0,375**	0,628**	0,494**	0,429**	0,536**
втілення у роль	0,376**	0,503**	0,462**	0,284**	0,385**
особистого простору	0,207*	0,333**	0,291**	0,132*	0,135*

\* Кореляція є значущою на рівні 0,05.

\*\* Кореляція є значущою на рівні 0,01.

Існує значущий статистичний зв'язок між виникненням мотиву реплікації і незадоволеністю в реальному середовищі соціальних потреб ( $\rho = 0,626^{**}$ ) і потреб у визнанні ( $\rho = 0,636^{**}$ ). А ось мотив позначеної присутності пов'язаний із частковим незадоволенням усіх груп потреб. Отже будь-яка з них може призвести до виникнення цього мотиву, проте найбільш виражений зв'язок зазначеного мотиву із незадоволеною потребою у самореалізації.

Мотив втілення у роль виникає на ґрунті незадоволеної потреби у безпеці: простіше бачити світ очима чужого героя, ніж своїми ( $\rho = 0,503^{**}$ ). Крім того, значний вплив на формування зазначеного мотиву справляють незадоволені соціальні потреби ( $\rho = 0,462^{**}$ ).

Мотив особистого простору виникає у разі незадоволеної потреби у безпеці ( $\rho = 0,333^{**}$ ) і незадоволеності соціальних потреб ( $\rho = 0,291^{**}$ ).

Контент-аналіз відповідей респондентів за визначенням того, що саме вони збираються робити в Мережі, виявив такі ненормативні дії: тролізм; користування піратською продукцією; умисне розсилання спаму; подорож по групах, що діють за межами закону; надмірне спілкування, надмірне залучення до ігор онлайн. Аналіз незадоволених або частково задоволених потреб у реальному просторі і проявів девіантної поведінки в інтернет-середовищі наведено в табл. 5.

Отже, потреби особистості, які не задоволені в реальному просторі, особистість може задовольнити в інтернет-середовищі нормативним і девіантним шляхами. Проте у ході дослідження було виявлено, що тільки 12% користувачів із девіантною поведінкою в інтернет-просторі поводитися аналогічно і в реальному середовищі. Інші користувачі в реальному просторі дотримувалися нормативної моделі соці-

лізації, але при переході в інтернет-простір змінювали поведінку. Ми вважаємо, що в зазначеній групі користувачів можна говорити про створення нової віртуальної ідентичності із асоціальною спрямованістю. Саме так ми можемо пояснити нормативність у реалі і асоціальність або антисоціальність у віртуальному просторі інтернету.

*Таблиця 5*

**Шляхи задоволення потреб особистості**

Незадоволена або частково задоволена потреба особистості у реальному просторі	Нормативний шлях задоволення зазначеної потреби в інтернеті	Девіантний шлях задоволення потреби в інтернеті
Біологічна	Пошук інформації, інтернет-флірт ( $\rho = 0,591^{**}$ )	Хакерство, мешкання на порносайтах ( $\rho = 0,464^{**}$ )
У безпеці	Антивірусні програми, паролі ( $\rho = 0,379^{**}$ )	Користування піратською продукцією, складні паролі, часта зміна ніків, умисне розсилання спаму ( $\rho = 0,379^{**}$ )
Соціальна	Спілкування, ігри, професійна діяльність (вступ до професійних мережевих спільнот) ( $\rho = 0,500^{**}$ )	Надмірне спілкування, подорож по групах, що діють за межами закону, надмірна захопленість іграми ( $\rho = 0,498^{**}$ )
У самореалізації	Організація групи, нової теми, представлення особистої творчості в інтернеті ( $\rho = 0,401^{**}$ )	Віртуалізація особистості

\*\* Кореляція є значущою на рівні 0,01.

*Висновки:*

1. Кожній віковій групі притаманні свої провідні інститути соціалізації. Інтернет як інститут соціалізації входить до трійки провідних у віковій групі 10–15 років, але в інших вікових групах також виявляє значні впливи на процес соціалізації.

2. Оцінювання впливу інтернет-середовища на особистість респондентами виявило, що інтернет посідає третю позицію за шкалами “сильний – слабкий”, “активність – пасивність”, “добрий – поганий”.

3. Основними механізмами соціалізації в інтернеті є включеність, самовираження і конформність.

4. Високий рівень наслідування як негативних, так і позитивних міфів про інтернет гальмує процес інтернет-соціалізації, призводячи у першому випадку до відмови від інтернету, у другому – до високого рівня захопленості міфологічними сюжетами онлайн.

5. Інтернет-простір призводить до появи нових мотивів діяльності особистості, зокрема, до мотиву внеску (розміщення цікавої для користувача інформації на особистому інтернет-просторі інших), мотив реплікації (відтворення себе в нових віртуальних ідентичностях), мотив втілення в роль (вже існуючий образ наділяється рисами за вибором користувача), мотив позначеної присутності (бути одночасно у декількох місцях, спілкуватися одночасно із великою групою співрозмовників, віддалених географічно).

6. Існують нормативні і девіантні шляхи задоволення потреб в інтернет-просторі. У разі незбігу поведінки особистості в реальному і віртуальному просторах можна говорити про створення нової ідентичності особистості.

### *Література*

1. Лучинкіна А. І. Психологічний аналіз інститутів та механізмів соціалізації у підлітковому та юнацькому віці / А. І. Лучинкіна // Проблеми загальної та педагогічної психології. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2010. – С. 283–290.
2. Лучинкіна А. І. Основні методологічні підходи до розгляду процесу соціалізації у віртуальному середовищі / А. І. Лучинкіна // Проблеми сучасної педагогічної освіти. Сер. Педагогіка і психологія. – Вип. 34. – Ч. 2. – Ялта, РВВКГУ, 2011. – С. 7–13.
3. Лучинкіна А. І. Психология человека в интернете / А. И. Лучинкина. – К. : Информационные системы, 2012. – 200 с.
4. Лучинкіна А. І. Змістовний аналіз міфологічного етапу інтернет-соціалізації / А. І. Лучинкіна // Горизонти образования. – Т. 3. – Севастополь, 2012. – С. 231–240.

### **Лучинкина А. И. Анализ результатов интернет-социализации личности**

Речь идет о происхождении интернет-социализации разновозрастной аудитории. Определены ведущие институты социализации, присущие каждой возрастной группе. Дано определение интернет-социализации, проанализирована мотивационно-потребностная сфера личности, определены мотивы, присущие личности только в интернете, а также пути нормативного и девиантного удовлетворения потребностей.

*Ключевые слова:* интернет-социализация, потребности, мотивы, институт социализации, личность.

### **Luchynkina A. I. Analyses of Internet-Socialization of the Person**

In the article the internet socialization of different-aged users is examined. Depicted are the leading institutions of socialization, peculiar for each age group. The term Internet-socialization has been defined, person's sphere of motives and requirements has been analyzed and the motives typical just for the Internet user as well as the ways of norm and deviant satisfaction of these needs have been depicted.

*Key words:* Internet socialization, needs, motives, Institute of socialization, person.

© Лучинкіна А. І.