



УДК 316.6:159.9.923.2:5

Ольга Петрунько

ORCID iD 0000-0001-9023-5265

доктор психологічних наук, старший науковий співробітник,
професор кафедри практичної психології Інституту людини,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
пр-т П. Тичини, 17, 02152 м. Київ, Україна
o.petrunko@kubg.edu.ua

СОЦІАЛІЗАЦІЯ СТУДЕНТІВ У ВІРТУАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ

У статті аргументовано актуальність проблеми соціалізації студентської молоді у сфері впливу нового – альтернативного традиційним – інституту соціалізації, яким є соціальні інтернет-мережі. Проаналізовано й означено виклики сучасних інформаційних суспільств, кваліфікованих як мережеві суспільства, усім тим, хто є їх членами, на всіх рівнях суспільного існування. Показано, що природною відповіддю на ці виклики є поява нових – мережевих – соціальних спільнот та нових засобів соціальної комунікації, які становлять альтернативу традиційним їх аналогам. Акцентовано увагу на тому, що соціальні комунікації постають у мережевому суспільстві в принципово іншому – онлайн-овому, віртуальному форматі, а суб'єктами цих комунікацій є користувачі соціальних інтернет-мереж, які згуртовуються в мережеві спільноти, і ці спільноти стають для них альтернативним середовищем соціалізації на даному етапі розвитку соціуму.

Ключові слова: альтернативні масові комунікації; віртуальні соціальні мережі; мережеве суспільство; мережеві спільноти; соціалізувальний потенціал мережевих спільнот.

Вступ. Інформаційний посткапіталізм та спричинена ним глобалізація соціального життя, що прийшли на зміну індустріальному етапу розвитку людства, змінили зміст і характер соціальних комунікацій, способи обігу інформації й процеси смислоутворення, системи цінностей, моделі соціальної поведінки тощо. Усе це покликала до життя новий тип постінформаційної, мережевої культури, яка склала серйозну альтернативу екранній культурі ХХ століття (культурі аудіовізуальних медіа), та новий вид соціальної комунікації – віртуальну комунікацію у соціальних інтернет-мережах (Кастельс М., 2000).

Відповідні мережеві технології (Web-, Net-, Smart-, Online- тощо) стали реальністю й інструментом мережевого суспільства та його освітніх систем, і в сферу впливу цих технологій особливо занурена молодь (Морзе Н. В., 2006). За даними Л. Найдьонової, О. Баришпольця, Н. Побірченко й інших, нині в Україні, яка відносно недавно долучилася до світового Інтернет-простору, практично всі студенти і близько 90% міських підлітків мають доступ до Інтернету і активно використовують його в навчальних цілях та як засіб для спілкування, дозвілля, розваг. Соціальні мережі і розвинені мережеві технології створили для мільйонів учнів і студентів левову частку їх освітнологічного простору (Найдьонова Л. А., Баришполець О. Т., 2009; Петрунько О. В., 2011; Сисоєва С. О., 2012) і набули ознак альтернативного соціального середовища, в якому відбувається їх міжособистісна й ділова комунікація, реа-

лізуються основні їх інтереси, задовольняються базові соціальні, самоактуалізувальні й гедоністичні потреби, розгортається їх соціалізація та пишеться індивідуальна історія їх життя (Young K., 1996; Tyler T. R., 2002; Злобіна О. Г., 2008; Різун В. В., 2008; Boyd D. M., Ellison N. V., 2008; Петрунько О. В., 2013). Усе це кілька десятиліть тому прогнозував М. Кастельс, який передбачав появу людини нового типу («мережевої людини»), яка, за його переконанням, природно мала з'явитися у відповідь на виклики мережевого соціуму (Кастельс М., 2000).

У зв'язку з цим надзвичайно актуальним є дослідження соціальних інтернет-мереж і процесів, які там відбуваються. Актуальність цього посилюється й тим, що популярність цих мереж і кількість включених у них осіб – різного віку, різного матеріального статку і соціального статусу, різних за світоглядно-ціннісними настановами тощо – продовжує стрімко зростати і, як показують соціологічні дослідження, основними їх користувачами є учнівська і студентська молодь – за даними Ukrainian Marketing Group, станом на початок 2015 р. в Україні налічувалося 81% активних користувачів (при середньому показнику в світі – 61%) соціальних інтернет-мереж (серед яких насамперед Вконтакті, Однокласники, Фейсбук).

Мета статті – проаналізувати феномен віртуальних соціальних мереж як актуального комунікативного середовища й альтернативного агента соціалізації молоді в умовах мережевого суспільства.

Віртуальні соціальні мережі як альтернативний агент соціалізації в мережевому суспільстві. Із всту-

пом у постінформаційний етап свого розвитку світ, названий М. Кастельсом «інформаційним», «мережевим» (Кастельс М., 2000), значно більше потребує комунікації і значно більше залежить від неї, ніж це було за часів «доінформаційної» і «класичної» (екранної) інформаційної культури. Глобальність, полікультурність та інтерактивність комунікацій мережевого світу змушують усіх його суб'єктів дедалі більше зважати на існування й інтереси одне одного, вступати у діалог і взаємодію, чути одне одного, бути терпимими й толерантними. Це висуває нові вимоги до якості соціальної комунікації. У сучасному постінформаційному, мережевому світі статус індивідуальних і колективних соціальних суб'єктів (інститутів, соціальних груп тощо) дедалі більше визначається місцем, яке вони посідають у віртуальних соціальних мережах (інтернет-мережах) (Луман Н., 2005; Морзе Н. В., 2006; Верченів Л. Н., Ефременко Д. В., Тищенко В. И., 2013; Бобова Л. А., 2016 та інші).

Новітні інформаційно-комунікаційні технології – як тло й інструмент функціонування мережевих суспільств – спричинили фундаментальні зміни, які є ознаками мережевого соціуму: 1) зменшили потребу людей у праці, звільнили людину від економічних зв'язків, послабили зв'язок між працею та її оплатою, розмили кордони між роботою і вільним часом; 2) спричинили зростання некерованого, неринкового виробництва товарів і послуг, які не піддаються ринковому менеджменту; 3) породили нові форми власності, кредитування, юридичних послуг, нову бізнес-культуру, названу «економікою обміну»; 4) актуалізували нові, «не-грошові» джерела багатства, які можливі в результаті мережевої взаємодії, та якісно нову «валюту» інформаційного капіталізму (вільний час, віртуальну комунікацію, нові форми громадської участі, безкоштовні речі й широкий обмін ними тощо); 5) створили пірингові мережі, де обертається інформація, яка нікому не належить і яка (в її традиційному розумінні) вже не розглядається як «суспільне благо»; 6) уможливили появу мережевих груп «без лідерів», підприємств «без начальників» тощо; 8) змінили традиційні уявлення про здоров'я, сексуальність, стать, гендер тощо; 9) покликали до життя нові форми індивідуально-особистісної, внутрішньої міжгрупової та масової соціальної активності, самоорганізації й самокомунікації (Моль А., 1973; Хабермас Ю., 2001).

Самокомунікації як інструмент мережевого соціуму з'явилися в т. ч. у відповідь на розквіт «глобального» телебачення як інструменту «глобального інформування» і «глобальної пропаганди», яке породило зворотний ефект – недовіру до традиційних ЗМК і тих, хто за ними стоїть (влади, держави тощо) (Різун В. В., 2008; Ліщинська О. А., 2013; Бобова Л. А., 2015). І якщо ще два десятиліття тому стояло питання про кількість інформації, її доступність, узгодження смаків цільових аудиторій

і т. ін., то нині – це насамперед питання: 1) якості інформації; 2) довіри до джерел; 3) збереження інформаційного й соціально-психологічного балансу заради безпеки і виживання соціуму. Оскільки ж класичні засоби масової комунікації виявилися неспроможними з цим упоратися, то – за принципом «ініціативи знизу» – виникли нові інваріанти. Один з них – соціальні інтернет-мережі, для яких характерні: 1) обіг інформації й комунікацій, непідконтрольний державі і владі; 2) добровільне включення суб'єкта в інформаційно-комунікаційні простори, які суб'єктивно визначаються ним як цінні, прийнятні і комфортні для нього; 3) участь у творенні цих просторів.

Із вступом у третє тисячоліття нові форми соціальної активності, нові соціальні практики і рухи почали урізноманітнюватися і поширюватися в усьому світі. Всі ці феномени є відкритими системами, основні властивості яких – спонтанність і готовність до змін. Вони не мають сталих ієрархій і лідерів (у традиційному їх розумінні), а внутрішній інформаційно-комунікативний обмін усередині них можливий на засадах самокомунікації і завдяки спеціальним електронним засобам (Бобова Л. А., 2015). Масові самокомунікації в цих системах звільнені від «зайвих» посередників – їх суб'єкти інформують і координують дії одне одного, спільно вибудовують «свій» інформаційно-комунікаційний простір, регулюють чисельність мережевих аудиторій і їх ієрархію (так соціальна мережа «Фейсбук» налічує понад 1 мільярд користувачів, для кожного з яких там є «місце під сонцем»), а обіг інформації й інтеракцій здійснюється так швидко, як ті бажають (теоретично будь-який месидж може бути трансльований за 1 секунду 1 мільярду людей).

Поява цих альтернативних форм комунікації спричинена й зниженням авторитету та рівня довіри до держави, влади, класичних масмедіа, через що «суспільний договір» втрачає функції і символічне значення, а отже виникає потреба в «народній дипломатії», «демократії знизу». Більшість соціальних (у т. ч. мережевих) рухів виникає на хвилі невдоволення наявною соціальною ситуацією й зростання протестної готовності потенційних учасників, а їх реалізація можлива завдяки актуальним для мережевих соціумів механізмам соціальної консолідації (Tyler T. R., 2002; Ліщинська О. А., 2013; Петрунько О. В., 2013; Савчук В. В., 2013; Бобова Л. А., 2015). Не випадково «маніпулятори свідомістю» використовують це в своїх цілях, проте потужний самоорганізаційний потенціал мережевих соціальних спільнот допоки сильніший за маніпулятивну силу фахівців із «промивання мозків».

Отже, віртуальні мережеві спільноти (E-Communities, Net-Communities, Virtual communities) з'явилися в Інтернет-середовищі як природна відповідь на виклики соціального буття: 1) для обміну інформацією (ідеями, знаннями, уявленнями, оцінками) й емоціями (почуття-

ми, переживаннями ставленнями) та формування й підтримання соціальних зв'язків: 2) на основі усвідомлення учасниками підстав для спільності (спільних цілей, ідей, думок, інтересів, настанов, емоцій та переживань тощо); 3) на базі спільних технічних ресурсів. Ця форма соціальних відносин стала можливою завдяки новим інформаційним технологіям і є продуктом цих технологій.

Разом із цим віртуальні спільноти, по суті, є моделями спільнот реальних, а комунікація в соціальних мереж наближена до безпосередньої соціальної комунікації. Через це реальність віртуальної комунікації часом підміняє реальність «по цей бік екрану» і є її рівнозначною альтернативою. Що ж до відмінностей, то більшість з них можуть тлумачитися і як переваги, і як недоліки. Так міжособистісне спілкування в інтернет-мережах не вимагає безпосередньої присутності партнера по спілкуванню в режимі «тут і тепер», тобто суб'єкти спілкування можуть бути віддалені один від одного в часі і просторі. Коло спілкування у віртуальних мережах не має жодних кількісних обмежень. Зворотний зв'язок між учасниками віртуальної комунікації цілком припускає брак їх сенсорного і комунікативного досвіду – їм не обов'язково мати чіткі уявлення щодо зовнішності й справжніх імен один одного – досить загальних уявлень, що гарантують упізнавання. Головне – технічні можливості для комунікації.

Середовищем для комунікації віртуальних соціальних спільнот, «місцем зустрічі» для них є віртуальні соціальні мережі. За висловом теоретиків мережесуспільства А. Моля, Й. Хабермаса та інших, суспільство спектаклю вийшло за межі традиційних соціальних мереж (метафорично означимо їх як офлайн, або мережі «по цей бік екрану») і перемістилося у віртуальні соціальні мережі (або онлайн, мережі «по той бік екрану») (Моль А., 1973; Хабермас Ю., 2001). Ті й ті є цілком конкурентоспроможною альтернативою одна одній (Петрунько О. В., 2011, 2013).

Технологічно соціальні мережі – це соціальні структури, де представлені множини індивідуальних чи колективних (сімей, груп, спільнот, організацій) суб'єктів та найрізноманітніших зв'язків між ними (знайомства, дружба, співпраця, міжособистісна та ділова комунікація тощо). У цих структурах створені можливості для: 1) поширення й верифікації соціально-політичних ідей і цінностей, знань, уявлень; 2) інтеграції й урегулювання міжособистісних і соціальних відносин; 3) соціально-культурного обміну; 4) формування громадської думки і культури співбуття; 5) громадської участі (Злобіна О. Г., 2008; Верченів Л. Н., Ефременко Д. В., Тищенко В. І., 2013).

Дослідники почали вивчати феномен соціальних мереж відносно давно, на межі XIX – XX століть. Дотримуючись започаткованої традиції, відомі соціальні філософи і психологи (Дж. Бернс,

Е. Дюркгейм, Н. Луман, С. Мілграм, А. Моль, Дж. Морено, Й. Хабермас та інші), аналізуючи соціальні зв'язки між людьми, експлікували в своїх працях ідеї мережесуспільства («павутина відносин», «павутина життя») (Моль А., 1973; Хабермас Ю., 2001; Луман Н., 2005). Традиційно і загальноприйнято початок наукових досліджень соціальних мереж відраховується з 1930-х рр., коли Дж. Морено опублікував ряд праць з соціометрії міжособистісних внутрішньо- і міжгрупових відносин і цим започаткував серію дальших досліджень соціальних мереж. І лише два десятиліття по тому термін «соціальні мережі» був уведений в науковий обіг (Дж. Бернсом у 1954 р.).

Вступ людства у нове тисячоліття знаменується як початок епохи соціальних інтернет-мереж. У цей час були запущені три знакові мережі, які донині є одними з найпопулярніших у світі: LinkedIn, MySpace і Facebook, а в науковому дискурсі усталювалося поняття «інтернет-мережі» – «мережесуспільства», які надають можливість приватним особам: 1) створювати власні профілі (акаунти) в рамках певної соціальної мережі; 2) визначати перелік інших користувачів, з якими вони можуть спілкуватися та ділитися інформацією; 3) переглядати та пов'язувати їх список контактів з іншими, які були створені користувачами всередині системи.

За цим технологічним підходом, віртуальною соціальною мережею вважається інтерактивний веб-сайт, контент якого створюють користувачі цього сайту, об'єднані подібними інтересами та діяльністю за допомогою обміну миттєвими повідомленнями (коментарями, відгуками й оцінками з приводу певної інформації, текстів, фотографій, аудіо- та відеозаписів тощо). Участь у соціальній мережі передбачає надання певної кількості інформації про себе (створення акаунта, особистої сторінки), за якою користувач упізнається іншими. Тобто має бути створений віртуальний образ користувача, що відображає задані ним самим параметри для його впізнавання іншими, його самопрезентаційні ідентифікаційні характеристики (особистісні, професійні чи інші), які обираються ним залежно від його намірів, мотивів, очікувань і т. ін. і тою чи тою мірою його репрезентують.

На думку засновників, характеристиками, за якими певний мережесуспільства може кваліфікуватися як соціальна інтернет-мережа, є: 1) частота і щільність соціальних зв'язків у мережі; 2) комунікаційна активність учасників, яка проявляється у користуванні різними сервісами соціальної інтернет-мережі, додаванням та створенням нових профілів і нового контенту; 3) кількісний і якісний розвиток соціальної інтернет-мережі (створення груп за інтересами, кількість яких постійно зростає, постійне оновлення інформації); 4) зворотний зв'язок, швидка реакція на нову

інформацію; 5) наявність лідерів думок (активна життєва позиція, обізнаність у різних сферах, а отже, широка мережа контактів у одній чи кількох соціальних інтернет-мережах гуртують навколо лідерів думок користувачів).

Такий технологічний підхід до аналізу інтернет-мереж акцентується на кількісному аспекті соціальних комунікацій у цих мережах, і в цьому сенсі перспективи їх розвитку аналізуються як пошук можливостей для збільшення кількості й швидкості обігу інформаційно-комунікативного продукту, який там виробляється, і зростання показників його «глобального споживання». Проте нині ціннішим є психологічний підхід до аналізу соціальних мереж, за якого акцент робиться на якісному аспекті комунікації в цих мережах.

Згідно з психологічним підходом, який значно менш розвинений, віртуальною соціальною мережею є спільне комунікативне середовище для людей-одномудців, де вони здатні реалізувати свої базові соціальні потреби краще, ніж це можливо у реальному їх житті «по цей бік екрану». Аналіз зарубіжних (Ж. Бодрійяр, М. Кастельс, Н. Луман, М. МакЛюен, А. Моль, Е. Тофлер, П. Вінтерхофф-Шпурк, К. Янг, О. Арестова, О. Войскунський, Л. Матвеева, Ю. Мочалова) і вітчизняних (І. Білоус, А. Варягіна, О. Злобіна, В. Різун, Г. Почепцов, П. Фролов та інші) досліджень в галузі психології соціальних, у т.ч. і мережевих комунікацій показує, що важливе значення має вивчення соціально-психологічних чинників залучення і наслідків (ризиків і зисків) включення особистості в соціальні мережі. На даний момент у науковій літературі дискутуються питання щодо: 1) патернів використання соціальних мереж; 2) мотивації їх використання; 3) лідерства в соціальних мережах; 4) ризиків і негативних наслідків надмірного включення в соціальні мережі; 5) груп і типів користувачів соціальних мереж; 6) схильності до формування залежності від соціальних мереж та виявлення ознак цієї залежності і деякі інші.

Наразі можна стверджувати, що висока популярність соціальних інтернет-мереж серед молоді пов'язана насамперед із тим, що вони є альтернативним способом реалізації життєвих інтересів і задоволення базових соціальних потреб молоді людини (насамперед – у комунікації, інформації, самоствердженні, причетності, соціальній підтримці (особливо якщо цього бракує в реальному житті)). Так у віртуальних мережах задовольняються потреби: 1) в спілкуванні (створення значимого кола осіб для цього; знаходження одномудців, поділяння думок, емоцій, намірів, залучення до особистісно-значущих соціальних відносин, уникання самотності, отримання розуміння і соціальної підтримки); 2) в авторитетах, взірцях для наслідування (через пошук референтних соціальних груп та авторитетних осіб, чий приклад і вплив може виявитися до-

леносним); 3) у новизні (пошук новий людей, ідей, переживань, досвіду, в т.ч. отримання нового досвіду соціального включення й відповідального лідерства, можливість апробувати себе в нових моделях взаємодії тощо); 4) у прийнятті й визнанні (пошук можливостей бути належно оціненим і визнаним іншими людьми, прийнятим в групу тощо, що особливо актуально для осіб, які не відчувають прийняття, розуміння та підтримки в сім'ї і референтних груп); 5) в особистому зростанні (пошук можливостей для особистісного розвитку, самовираження, прояву здібностей, реалізації особистого потенціалу); 6) в афіліації (пошук можливостей бути корисним іншим, соціально значимим, причетним до загальнокорисній справі тощо); 7) у владно-підвладному самовизначенні (пошук можливостей впливати на думки, емоції, поведінку інших людей, нагороджувати і карати, розширювати власні можливості і обмежувати можливості інших, контролювати інших, впливати на обіг інформації та ін. (Young K., 1996; Boyd D. M., Ellison N. B., 2008; Tyler T. R., 2011)).

Потужні компенсаторні ресурси інтернет-мереж (додаткові можливості для розвитку і самореалізації, підвищення самооцінки й власної значущості, позбавлення від тривоги і стресу, задоволення потреб, які важко задовольнити в житті «по цей бік екрану», анонімність, доступність тощо), які визнаються багатьма дослідниками, приваблюють чимало користувачів. Та зворотним боком цього може стати формування залежності від них (залежність від кібер-стосунків, пристрасть до віртуальних знайомств, нав'язлива увага і обговорення порно- та сексуальної тематики в чатах, витрачання в мережах усього вільного часу, компульсивна навігація мережами, або мережевий серфінг, онлайн-гемблінг (схильність до азартних ігор), оніоманія (нестримний інтернет-шопінг) тощо. Усе це, як показують дані спеціальних досліджень, є потенційною проблемою для розвитку і психічного здоров'я користувачів, а основна втрата, якої зазнає користувач через надмірне занурення в соціальні мережі, полягає в тому, що деформується його особистісна сфера: віддаючи перевагу віртуальному спілкуванню на шкоду взаємодії «по цей бік екрану», він поступово втрачаючи інтерес до неї і відповідні навички (Young K., 1996; Boyd D. M., Ellison N. B., 2008; Tyler T. R., 2011; Петрунько О. В., 2011, 2013).

Слід зважати на те, що потреби і поведінка молоді в Інтернеті часто реалізуються стихійно, безсистемно, поза традиційним соціальним контролем, що посилює можливі ризики і наражає молодь на порушення: 1) особистісного розвитку й особистісної цілісності (в т.ч. структури цінностей, цілей, мотивів); 2) адаптивного функціонування. Саме тому час від часу активуються питання щодо заходів з «мережевої безпеки», які нині вважаються надзвичайно актуальними.

Як вже зазначалося, основними користувачами соціальних мереж є молодь – як мобільний,

технологічно просунутий, найменш консервативний, схильний до радикалізму, не обтяжений зобов'язаннями і разом з цим – із високими вимогами до стандартів життя прошарок населення, з яким більшість країн світу пов'язують своє нинішнє і майбутнє. У країнах, що розвиваються за кризовими сценаріями, молодь наражається на додаткові небезпеки і ризики: диспропорційний розвиток економіки, криза ринку праці, зміна морально-ціннісних орієнтирів, криза світоглядних настанов тощо. І зазвичай молодь шукає відповіді на гострі запитання не в традиційному соціалізувальному оточенні, а в соціальних мережах – як альтернативному соціальному просторі, де так само можливі дорослішання, самосоціалізація і самоактуалізація. У цьому смислі цілком коректно розглядати соціальні мережі як **комунікаційний і соціалізувальний ресурс** та **альтернативне соціалізувальне середовище**, де особисте і соціальне, реальне і віртуальне спілітаються в єдину реальність, в єдине «мережво», у єдину «павутину життя».

Належність індивіда до певних віртуальних спільнот, кожна з яких диференціюється не тільки за спільною «технічною оболонкою», а й за соціально-психологічними ознаками (інтересами, цілями, мотивами участі, правилами поведінки, особливостями комунікації тощо), наражає його на психологічний вплив цієї спільноти, формує його уявлення, спосіб думок, поведінку не лише в межах цих спільнот, а й у житті «по цей бік екрану». Взаємодія польової психіки соціальних мереж з психіками окремих суб'єктів трансформує їх внутрішній світ згідно з загальноприйнятими норм і вимогами «своїх» груп – як конструктивних, так і деструктивних. Так, як зауважує О. Ліщинська, чи-

мало цих груп створені не на істинних цінностях, а навколо анти- чи квазі-цінностей, і живляться «людськими слабостями» (угруповання азартних гравців, наркоманів, злочинців, любителів порно) (Ліщинська О. А., 2013). Серйозна небезпека в інтернет-мережах стосується, зокрема, статево-рольової соціалізації молоді. Як відомо, Інтернет містить понад 45 тисяч форумів і чатів, які кваліфікуються як порносайти і є досить доступними. Це може стати небезпечним для психічного і фізичного здоров'я, формування невизначеної статево-рольової ідентичності й хибних репродуктивних настанов у молодих людей тощо (Петрунько О. В., 2011, с. 203). Не випадково відомі автори багатьох зарубіжних і вітчизняних наукових праць висловлюють критичні роздуми щодо соціалізації молоді у віртуальних соціальних мережах і наголошують на необхідності пошуку критеріїв «екологічної безпеки» користування ними.

Висновки. Соціальні інтернет-мережі є альтернативним комунікативним середовищем, в якому реалізуються базові інтереси і потреби сучасної студентської молоді. Це дає підстави розглядати соціальні мережі як новий інститут і новий агент соціалізації студентів у мережевих суспільствах.

Природною відповіддю на виклики мережевого соціуму є поява нових – мережевих – груп і спільнот, які є референтними для користувачів віртуальних мереж, а отже становлять конкурентоздатну альтернативу традиційним відповідникам соціалізації (референтним соціальним групам «по цей бік екрану».

Отже, питання про переваги і ризики соціалізації студентської молоді у віртуальних соціальних мережах є надзвичайно актуальним, а його дослідження видається необхідним, важливим і перспективним.

Література

1. **Бобова Л. А.** Механизмы социальной консолидации в сетевом обществе: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vestnik.mgimo.ru. (Дата обращения: 12.05.2016)
2. **Злобіна О. Г.** Дозвілля молоді України і Росії активно переноситься в Інтернет: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2008.dif.org.ua/ua/analit/gkjej> (Дата звернення: 12.05.2016)
3. **Кастельс М.** Информационная эпоха: экономика, общество и культура: [пер. с англ.] / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. **Ліщинська О. А.** Інформаційно-психологічна безпека: концепція соціокультурного імунітету: моногр. / О. А. Ліщинська. – Івано-Франківськ: Богдан Кузів, 2013. – 144 с.
5. **Луман Н.** Медиакоммуникация: [пер с нем.] / Н. Луман. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
6. **Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід**: навч.-метод. посібник / під ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Боришпольця. – К.: Міленіум, 2009. – 440 с.
7. **Моль А.** Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973. – 408 с.
8. **Морзе Н. В.** Основы информационно-коммуникационных технологий / Н. В. Морзе. – К.: Видавнична група ВНУ, 2006. – 350 с.
9. **Петрунько О. В.** Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі: Монографія / О. В. Петрунько. – 2-ге видання. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2011. – 480 с.
10. **Петрунько О. В.** Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії: Методичний посібник / О. В. Петрунько. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 84 с.
11. **Побірченко Н. А.** Особистість в освітологічному просторі: теорія і методологія дослідження / Н. А. Побірченко, О. П. Сергієнкова // Неперервна професійна освіта: теорія і практика // Науково-методичний журнал. – 2014. – Випуск 1-2. – С. 118-123.
12. **Різун В. В.** Теорія масової комунікації: [підручник] / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.

13. **Савчук В. В.** Медиафилософия. Приступ реальности / В. В. Савчук. – СПб : РХГА, 2013. – 338 с.
14. **Сисоева С. О.** Освіта як відображення сутності суспільного розвитку // Освітologia: витоки наукового напрямку: Монографія / За ред. В. О. Огнев'юка. – К.: ВП «Едельвейс», 2012. – С. 117-136.
15. **Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества** / Л. Н. Верченков, Д. В. Ефременко, В. И. Тищенко. – М: ИНИОН РАН, 2013. – 360 с.
16. **Хабермас Ю.** Моральное сознание и коммуникативное действие : [пер. с нем.] / Ю. Хабермас. – СПб : Наука, 2001. – 380 с.
17. **Эко У.** Осмысляя войну / У. Эко // Пять эссе на темы этики: Пер. с итал. – СПб: «Симпозиум», 2000. – С. 25-48.
18. **Boyd D. M., Ellison N. B.** Social network sites: Definition, history, and scholarship. J Comput Mediat Comm. 2008; 13: 210–230.
19. **Tyler T. R.** (2002), Is the Internet Changing Social Life? It Seems the More Things Change, the More They Stay the Same. Journal of Social Issues, 58: 195–205, DOI: 10.1111/1540-4560.00256.
20. **Young K.** Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder // Cyberpsychology and Behavior, 1996. – № 3. – P. 85-88.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ СТУДЕНТОВ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Петрунко Ольга, доктор психологических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры практической психологии Института человека, Киевский университет имени Бориса Гринченка, пр-т. П.Тычины, 17, 02152 г. Киев, Украина, o.petrunko@kubg.edu.ua

В статье аргументирована актуальность проблемы социализации студенческой молодежи в сфере влияния нового – альтернативного традиционному – института социализации, каковым являются социальные интернет-сети. Проанализированы и обозначены вызовы современных информационных обществ, квалифицированных как сетевые общества, всем своим членам на всех уровнях общественного существования. Показано, что естественным ответом на эти вызовы является появление новых – сетевых – социальных общностей и новых средств социальной коммуникации, которые составляют альтернативу традиционным их аналогам. Акцентировано внимание на том, что непосредственные социальные коммуникации предстают в сетевом обществе в принципиально другом – онлайн-овом, виртуальном формате, а субъектами этих коммуникаций являются пользователи социальных интернет-сетей, которые объединяются в сетевые сообщества и эти сообщества становятся для них альтернативной средой социализации на данном этапе развития социума.

Ключевые слова: альтернативные массовые коммуникации; виртуальные социальные сети; сетевое общество; сетевые сообщества; социализирующий потенциал сетевых сообществ.

STUDENT'S SOCIALIZATION IN VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: ACTUALITY OF THE PROBLEM

Petrunko Olga, Doctor of Psychology, Professor of Practical Psychology Department of Institute of Human Sciences, Borys Grinchenko Kyiv University, P. Tychna ave. 17, 02152 Kyiv, Ukraine, o.petrunko@kubg.edu.ua

The article argues that the relevance of socialization of students in the new sphere of influence is the traditional alternative that is an institution of socialization, which is the social Internet network. The challenges of modern information society, that is qualified as network society, are that all of their members are defined and analyzed at all levels of public life. During the last five years the world has seen the emergence of mass global and regional social movements outside of institutional structures representing open systems with a spontaneous nature. These social movements do not have any tangible hierarchy and leaders. Information within the movement activity is spread virally and mainly using new electronic communication tools – mass self-communication constituting spaces of communication autonomy beyond the control of governments. It is shown that the natural response to these challenges is the emergence of new – networking – social communities and new means of social communication, which make them an alternative to traditional counterparts. A feature of the new type of social movements is their emergence in virtual space. Virtual mass self-communication becomes the main practical mechanism for social consolidation in the modern informational society. The article focuses on the fact that the immediate social communication challenges in the networked society is in a fundamentally different online, virtual format. The subjects of communications in the networked society are users of social Internet networks that rally in the networking community. These communities have become an alternative medium of socialization or them at the actual period of social development.

Key words: alternative mass communications; network community; network society; potential of socialization of network communities; virtual social networks.