

Т. Г. Прохоренко, кандидат соціологічних наук, доцент

СОЦІАЛІЗАЦІЯ МОЛОДІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ

Стаття присвячена вивченню особливостей соціалізації молоді в інформаційному суспільстві. Стверджується, що розвиток сучасних телекомунікаційних технологій розширює соціалізаційний простір молодого покоління, змінюючи роль і значення традиційних інститутів. При цьому соціалізація розглядається як неоднозначний, суперечливий процес, якому притаманна внутрішня конфліктність і який породжує певні проблеми та ризики.

Ключові слова: інформаційне суспільство, соціалізація, молодь, віртуальна реальність, кліп-культура, дезадаптація.

Актуальність проблеми. У наш час спостерігаються процеси формування нового типу суспільства, особливістю якого є перетворення інформації і знання на основний стратегічний ресурс. Саме тому таке суспільство називають інформаційним. І хоча його прихід ще тільки прогнозується більшістю дослідників, сучасний інформаційно-комунікаційний простір не тільки існує, а й успішно конкурує з іншими соціальними інститутами.

Процеси інформатизації позначаються на всьому спектрі суспільних процесів, розвитку особи, стосуються як вирішення багатьох сучасних проблем, так і появи нових. Вони суттєво впливають на механізми соціалізації молодого покоління, змінюючи уявлення про роль і значення традиційних інститутів у соціалізаційному просторі суспільства, приводячи до появи нових каналів соціалізації, створюючи нові проблеми та ризики. Значна актуальність вказаної проблематики обумовлена також тим, що молодь має життєву перспективу, на відміну від інших соціально-демографічних груп. Тому формування системи її цінностей, життєвих планів і стратегій поведінки сьогодні стає прообразом майбутнього світу завтра.

Аналіз наукових джерел і публікацій. Актуальність проблем, пов'язаних з процесом соціалізації молоді в сучасних умовах розвитку суспільства, з високою динамікою зростання впливу інформаційних технологій закономірно викликала неподільний інтерес до них вчених.

Визначення базисних понять, які характеризують інформаційне суспільство в цілому, дається переважно в руслі концепцій постіндустріалізму, розробці яких присвятили свої праці відомі зарубіжні дослідники Д. Белл, Дж. Гелбрейт, Дж. Мартін, І. Масуда, Ф. Полак, Е. Тоффлер, Ж. Фурастьє та ін.

Питання соціалізації молоді досліджували такі українські вчені, як В. І. Волович, М. П. Лукашевич, В. В. Москаленко, А. К. Ташенко та інші автори [1; 5]. При цьому дослідники в цілому погоджуються з тим, що електронні ЗМІ стали значущими агентами соціалізації молоді, що суттєво розширило інституціональний соціалізаційний простір. Особливу увагу дослідників останнім часом привертає Інтернет як соціальний феномен, що значно впливає на динаміку соціальних змін і соціалізацію молодого покоління. Дослідженню цих проблем присвячені праці М. М. Гридчиної, В. Л. Силаєвої, А. А. Чернової, І. Ю. Самоненко та ін. [3; 4].

Мета статті. Вивчення особливостей та ризиків, які виникають у процесі соціалізації молоді під впливом інформатизації суспільства.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в науковій літературі переважає розуміння соціалізації як процесу, що поєднує визнання активної ролі соціальної системи з активними проявами індивідуальних засад. Індивід засвоює значну частину культурного надбання суспільства, значну кількість уявлень, колективних норм поведінки тією мірою, якою вони стають частиною його індивідуальності. Однак соціалізація є не лише пасивним відображенням дійсності, водночас вона включає механізми новаторства, творчості, ініціативності, забезпечуючи тим самим процес індивідуального і суспільного оновлення.

Соціалізація відбувається протягом усього життя людини, однак на початкових етапах формування особистості її значення стає першорядним, тому що саме в дитинстві, підлітковому та молодому віці закладається основний потенціал особистості, який впливає на подальше її життя. Тому соціалізація молоді – це процес становлення і розвитку даної групи аж до переходу її у групу дорослих, це поетапне включення молоді в соціум, яке здійснюється на основі діяльності і самодіяльності, у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії з іншими віковими групами [2, с. 63].

Особливого значення набуває дослідження проблем соціалізації молоді в інформаційному суспільстві. Виступаючи невід'ємною частиною суспільства, молодь відчуває всі суспільні та глобальні зміни, унаслідок чого отриманий і перетворений у процесі соціалізації соціальний досвід відтворюється нею на ціннісному та поведінковому рівнях. При цьому слід урахувувати, що свідомість, мислення та поведінка молодих людей, міжособові та групові відносини в інформаційному середовищі суттєво і швидко трансформуються. У результаті молодь реалізує свою суб'єктність, інтегрується в соціум, знаходячись у ситуації прискореної соціокультурної та інформаційної динаміки.

В останні десятиліття з'явилися принципово нові канали соціалізації, які суттєво впливають на процеси формування молоді, її адаптацію в суспільстві, яке радикально змінюється. Одним із таких каналів є глобальний інформацій-

но-мережевий простір, який пронизує всі сфери соціального життя, торкається вказаних процесів як у нових, так і в традиційних інститутах соціалізації. Знижується роль офіційно-інституціональних каналів соціалізації, водночас зростає вплив безпосереднього оточення, ЗМІ, зразків масової культури.

Сучасне інформаційне поле впливає на молоде покоління як на найбільш мобільну соціальну групу, внутрішньо готову до сприйняття нових цінностей і норм, на основі яких вибудовуються різні стратегії поведінки, пов'язані як із розвитком особистості, так і з певними ризиками.

Сучасні молоді люди більше половини активного часу витрачають на використання засобів масової інформації і комунікації, особливо Інтернету, який стає не тільки джерелом різноманітної інформації, але дає можливість знайти роботу, поспілкуватися з друзями, познайомитися тощо. Інформаційне поле впливає на сприйняття оточуючого світу, оцінку подій та явищ, які відбуваються як у суспільному, так і в особистому житті. Молодь, порівняно зі старшими поколіннями, краще засвоює нові інформаційні технології і стає їх основним користувачем.

Інформатизація змінює базові духовно-культурні структури, поняття та уявлення дітей та молоді. Вони мають особливе уявлення про життя та людей, свій внутрішній світ, інакше організують свій час. Діти комп'ютеризованого покоління розвивають свої інтелектуальні здібності не просто швидше і різноманітніше, а і в іншому соціально-часовому вимірі.

Соціальні мережі стають віртуальними аналогами традиційних соціальних спільнот. На їх основі молодь починає по-новому вирішувати завдання самореалізації і самопрезентації. Це пов'язано з можливостями соціальних мереж формувати комунікаційні поля, які діють постійно, забезпечити анонімність, яка дозволяє людині проявити більшу свободу висловлювань і вчинків, можливість програвання ролей та переживання емоцій, які не реалізовані в реальному житті. З'являється ілюзія постійного включення у взаємодії, відсутності психологічних бар'єрів.

Можливості побудови віртуального світу, а також саме віртуальне середовище, яке відрізняється своєю динамічністю, яскравістю, інформаційною насиченістю, свободою слів і дій, з легкістю захоплює і занурює представників молодого покоління в особливий, створений комп'ютерами і телекомунікаціями світ. Як результат – часто виникає залежність молоді від глобального простору, зменшення соціальних контактів, що може призвести до дезадаптації, депресій, самогубств. Занурюючись в інтернет-системи, людина може поступово ізолюватися від безпосереднього, живого спілкування з іншими членами суспільства, тому актуальною стає проблема комп'ютерної самотності, інформаційно-технологічної самоізоляції індивіда.

Крім того, щодня молодь стикається з великим обсягом агресивної масової інформації і пропаганди, які часто мають негуманний характер. Ця негативна інформація часто зомбує особистість, формує конкретні негативні настрої, не розвиває позитивного мислення, у результаті чого руйнується несформована особистість.

У сучасному суспільстві молодь, споживаючи інформацію, формує та вкорінює особливу культуру, яка часто орієнтована на візуальні образи. У зв'язку з цим Е. Тоффлером було введено поняття «кліп-культура», тобто культура, заснована на «кліпах» інформації. Кліп-культура породжує відповідну свідомість, у якій немає місця рефлексії та уявленням [6, с. 281].

Як будь-яке явище, «кліпова» свідомість має для молоді як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, з її допомогою всі образи сприймаються надзвичайно швидко, що дозволяє миттєво обробляти потоки інформації, якою переповнене сучасне суспільство. З другого боку, вона дозволяє бачити лише те, що знаходиться на поверхні, не проникаючи в глибину процесу чи явища. Людина не встигає переробляти новітню інформацію в цілому. Це призводить до того, що вона втрачає легкість асоціацій, жвавість уявлення, емоційну витонченість сприйняття та рухливість думки. Мислення збіднюється, стає менш здатним до творчості.

Інформатизація прискорює становлення суспільства споживчого типу, формування людини-споживача. Усі засоби масової інформації через рекламу закликають людину до одного – до активного споживання. Людина, зорієнтована лише на споживання, вирішує проблему екзистенційних потреб принципово інакше: вона вступає у відносини виключно із самою собою та з неживими предметами споживання. Така людина відвертається від живого світу – від людей, від природи, від ідей – і всю свою увагу зосереджує на штучному світі – на предметах, речах, машинах, механізмах. У результаті матеріальне споживання стає метою і сенсом життя людини. Жага споживання стає суттєвою перепоною на шляху самовдосконалення, саморозвитку особистості, підштовхує її до деградації. Вона провокує в людині заздрощі, гординю, егоїзм, пихатість.

Сучасна реклама стає потенційним конфліктогеном у суспільстві, оскільки стиль життя, який рекламується, часто є недосяжним для більшості молоді. У цьому випадку реклама викликає дисонанс, відчуття невідповідності реального життя телевізійній картинці. Молоді люди бачать рекламу, героями якої є сучасні, зовнішньо привабливі, успішні люди, що без особливих зусиль вирішують виникаючі проблеми. Це формує у молоді людини потребу стати причетним до даного соціального середовища, мати подібний стиль життя. У результаті значно зростає значення орієнтації на індивідуальний успіх, при

цьому часто зневажаючи суспільні обов'язки. Сучасна цивілізація в масових масштабах нівелює людину, прагне підігнати її під певний стандарт.

Одним із головних деструктивних факторів у механізмах соціалізації молоді виступає сьогодні посилення бездуховності в суспільстві, її глобалізація. Головними монополістами в поширенні суспільних цінностей, у тому числі морально-етичних, стали сучасні засоби масової інформації і комунікації, які часто пропагують сумнівні цінності. Аналіз багатьох негативних явищ, які виникають у молодіжному середовищі, – наркоманії, пияцтва, проституції, злочинності і т. п. – свідчить про знецінення саме моральних орієнтирів, втрату етичних критеріїв суспільної поведінки, нерозвиненість естетичних смаків.

Висновки. Таким чином, процесу соціалізації молоді, особливо в інформаційному суспільстві, притаманна внутрішня конфліктність, яка зумовлена багатьма чинниками: переосмисленням молоддю всього попереднього досвіду, кардинальними змінами традиційних цінностей і поглядів, соціальною неоднорідністю тощо.

З одного боку, входження в інформаційний простір і споживання інформаційної продукції у сучасної молоді формує інформаційний капітал, який можна інтерпретувати як інформаційну власність молодого людини, що забезпечує її здібність до інформаційної і комунікаційної взаємодії, до успішної соціальної і професійної адаптації, діяльності і розвитку. У цьому полягає головна соціалізуюча функція інформатизації, яка створює інформаційну і комунікаційну основу для інтеграції молоді в суспільство та її успішної самореалізації.

Із другого – молоді складніше інтегруватися в соціальний простір реального життя, займаючи в ньому достатньо маргінальне положення. У цій ситуації інформаційні засоби, і перш за все Інтернет, створюють ілюзію інтегрованості, входження в систему соціальних комунікацій і взаємодій. Однак ця ілюзія триває доти, доки індивід знаходиться в мережі. У результаті у свідомості індивіда формується суперечність соціальної і віртуальної реальності, що не сприяє оптимальному вирішенню проблеми соціальної інтеграції молоді в суспільство, а лише дозволяє на ситуативному рівні зменшити негативний ефект від реальної ситуації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лукашевич М. П. Особливості соціалізації української молоді в сучасних умовах / М. П. Лукашевич // Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія. – 2009. – № 4. – С. 34–36.
2. Павловский В. В. Ювентология: проект интегративной науки о молодежи : монография / В. В. Павловский. – М. : Академ. проект, 2001. – 304 с.

3. Самоненко И. Ю. Влияние современной информационной среды на культуру общения школьников / И. Ю. Самоненко // Социол. исслед. – 2009. – № 4. – С. 137–142.
4. Силаева В. Л. Интернет как социальный феномен / В. Л. Силаева // Социол. исслед. – 2008. – № 11. – С. 101–107.
5. Ташенко А. К. Форми соціалізації молоді в умовах перехідного суспільства / А. К. Ташенко // Інформоенергетичні технології адаптаційних процесів життєдіяльності на початку III тисячоліття : зб. наук. пр. – К. : Вища освіта, 2001. – Вип. 1. – С. 269–273.
6. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 781 с.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: ОСОБЕННОСТИ И РИСКИ

Прохоренко Т. Г.

Статья посвящена изучению особенностей социализации молодежи в информационном обществе. Утверждается, что развитие современных телекоммуникационных технологий расширяет социализационное пространство молодого поколения, изменяя роль и значение традиционных институтов. При этом социализация рассматривается как неоднозначный, противоречивый процесс, которому присуща внутренняя конфликтность и который порождает определенные проблемы и риски.

Ключевые слова: *информационное общество, социализация, молодежь, виртуальная реальность, клип-культура, дезадаптация.*

SOCIALIZATION OF YOUNG PEOPLE IS IN INFORMATIVE SOCIETY: FEATURES AND RISKS

Prokhorenko T. G.

The processes of informatization of society affect all spectrum of public processes, development of person, touch both the decision of many modern problems and appearance of new. They substantially influence also on the mechanisms of socialization of the young generation. In the last decade appeared fundamentally new channels of socialization, which substantially influence on the processes of forming of young people, its adaptation in society. One of such channels is global informatively network space which pierces all spheres of social life touches socialization processes both in the new and in traditional institutes of socialization. Increased importance of socializing influence of MASS-MEDIA, standards of mass culture grew.

The modern informative field influences on the young generation as on the most mobile task force, inwardly ready to perception of new values and norms, which different strategies

of conduct, related both to development of personality and with certain risks, line up on the basis of.

It becomes firmly established that to the process of socialization of young people, especially in informative society, inherent internal conflict. A conflict can arise up due to rethinking of all previous experience young people, can contact with the cardinal changes of traditional values and looks, with simultaneous belonging of young man for a few groups, with social heterogeneity and others like that.

From one side, the included in informative space and consumption of informative products for modern youth forms an informative capital, which can be interpreted as an informative own of young man which provides its ability for informative and of communication cooperation, to successful social and professional adaptation, activity and development. The main socializing function of informatization, which provides an informative and of communication basis for integration of young people in society and its successful self-realization, consists herein.

From other – it is heavier to be integrated young people in social space of the real life, occupying marginal position in it. In this situation informative facilities and, foremost the Internet, create the illusion of integrating to the system of social communications and cooperations. However this illusion lasts as long as individual is online. As a result, in the consciousness of individual forms contradiction of social and virtual reality which is not assists for optimal decision of social integration youth's problem in the society but only at the situative level reduce negative effect of real situation.

Key words: *informative society, socialization, young people, virtual reality, clip-culture, maladjustment.*

