2018 Том 11 No. 61

Иванова И.В. Социализация молодежи в контексте информационных предпочтений

-

ИВАНОВА И.В. СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИВ КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

English version: Ivanova I.V. Socialization of youth in the context of information preferences

Благовещенский государственный педагогический университет, Благовещенск, Россия

Сведения об авторе
Литература
Ссылка для цитирования

Представлены результаты исследования информационной социализации на основе изучения информационных предпочтений как преимущественного внимания и избирательного отношения к определенным источникам, содержанию и средствам информации, и их применения. Приводятся данные эмпирического исследования когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов информационной социализации учащихся педагогического колледжа и студентов педагогического университета г.Благовещенска Амурской области. Выявлены предпочтения в источниках интересующей информации (Интернет) и учебной информации (книги, педагоги, Интернет), в содержании (люди и их отношения, наука и образование, кино, музыка), направленности (на общение, познание/образование и самообразование, развлечения), форме представления (наглядные образы и видеозаписи), средствах и способах передачи информации (устная речь при непосредственном личном контакте и мгновенные звуковые и текстовые сообщения при дистантном общении). Констатируется наибольшее доверие к информации из книг, оценка информации в Интернете чаще как достоверной, удовлетворение в интернет-среде экзистенциальных, социальных и престижных потребностей. Учащаяся и студенческая молодежь предпочитает пользоваться мобильными устройствами для поиска, получения и передачи информации, активно пользуется интернет-ресурсами (поисковыми системами, социальными сетями, киносайтами, музыкальными и познавательными сайтами) для общения, познания, поиска новостей, социальной активности и развлечения, создает персональные страницы, проводит в сети Интернет более 5 часов в сутки, предпочитает воспринимать информацию в визуальной форме, передавать ее в форме звуковых сообщений. Между студентами педагогического университета и учащимися педагогического колледжа в компонентах информационной социализации и информационных предпочтениях больше сходства, чем различий.

Ключевые слова: цифровое общество, информационная социализация, информационные предпочтения, информационное пространство, источники информации, личностная и социальная идентичность, молодежь

В современном мире наблюдается стремительный прогресс информационных технологий и широкий размах информатизации общества. Сегодня значительная часть людей занята производством, обменом и хранением информации. IT-специалисты управляют информацией,

разрабатывают технологии, производят информационные продукты, оказывают услуги, востребованность которых только возрастает во всех сферах жизни и деятельности. Информация стала доступной практически для любого заинтересованного в ней человека, независимо от времени и местонахождения. И если еще десятилетие назад речь шла о включении в процесс информатизации прежде всего подростков как возрастной группы, наиболее чувствительной к новому, и взрослых как работающей части населения, то в последние годы цифровизация распространилась на детей младшего школьного, дошкольного и даже раннего возраста, а также пожилых людей, активно использующих гаджеты в целях образования, общения и досуга. Ценность и доступность информации, возможность находить ее быстро и мобильно, применять на различных уровнях взаимодействия повлияли на условия и качество жизни и деятельности.

Все это позволяет говорить о возникновении цифрового общества и проблеме информационной социализации, в рамках которой актуальным становится выявление новых возможностей и рисков, связанных с расширением и усложнением информационного пространства, изучение социализирующего воздействия информации и информационных (цифровых) технологий на людей разного возраста, проживающих на различных территориях, в различных социокультурных условиях.
Особый научный и практический интерес приобретают исследования информационных предпочтений и их роли в информационной социализации учащейся молодежи, которая решает задачу самоопределения и конструирования идентичности в условиях современного транзитивного цифрового общества.

Теоретико-методологическая основа исследования

Проблема информационной социализации в цифровом обществе в условиях транзитивного мира с характерной для него изменчивостью, неопределенностью и множественностью контекстов является одной из центральных в психологической науке [Марцинковская, 2011, 2012, 2015; Белинская, 2001, 2013; Войскунский, 2016; Авдулова, 2011; Голубева, 2011; Гребенникова, Пархоменко, 2013].

Информационная социализация рассматривается как процесс и результат усвоения и воспроизведения личностью накопленного человечеством опыта по работе с информацией, как восприятие и переработка разных видов информации, нахождение путей и усвоение способов работы с информацией и информационными ресурсами с учетом влияния социально-личностных и индивидуально-личностных характеристик [Голубева, Марцинковская, 2011].

Информационное пространство выступает как компонент общего социокультурного пространства социализации человека, который сформирован конкретными *источниками информаци*и, составляющими *информационное поле* [Гребенникова, Пархоменко, 2013].

Источники и средства информации оказывают непосредственное, прямое влияние, основанное на механизмах эмоционального заражения и обусловливания, а также влияние, опосредованное индивидуально-личностными и социально-психологическими факторами [Голубева, Марцинковская, 2011].

Информационное влияние на социализацию двойственно. С одной стороны, информация, обладая структурированностью, задает модель организованности, способы ее обработки и презентации. С другой стороны, информация уже получила определенную интерпретацию, основанную на ценностной позиции источника («автора»), что приводит к частичной потере объективности информации и придает ей субъективность. Источник информации выражает позицию определенной группы, к которой пользователь (потребитель) стремится или отказывается примкнуть. Следовательно, социализирующая роль информации определяется восприятием этого источника, субъективным доверием или недоверием, личностной значимостью источника информации

[Авдулова, 2011].

Новые источники информации и соответствующие им социальные позиции создают новые формы социализации и индивидуализации, проявляющиеся в присоединении к определенной точке зрения, в идентификации с мнением референтной группы, одновременно усиливая индивидуальную позицию и усложняя процесс становления идентичности ввиду многообразия информации и возможности ее выбора для разных видов идентичности [Авдулова, 2011].

Различные виды и источники информации могут рассматриваться как разновидность институтов социализации. В зависимости от института социализации и в соответствии с его особенностями происходит процесс категоризации и самокатегоризации. На основании этого не только возникает переживание, вырабатывается отношение к представленной в источнике информации, но и происходит выбор группы, стиля поведения и стиля жизни в целом. По выбору наиболее значимого источника информации можно судить об интересах и группе *идентичности* человека, и, наоборот, можно на основании самокатегоризации или групповой идентичности предположить направление информационной социализации [Голубева, Марцинковская, 2011].

Анализ психологических исследований показывает необходимость разработки проблемы выбора предпочитаемых информационных источников и их влияния на процесс социализации и становления идентичности молодежи.

Т.Д.Марцинковская выделяет пять основных сфер анализа *информационных предпочтений*: источники получения информации, средства коммуникации, временные параметры использования источников информации, доверие и избирательность в отношении информации; и вводит дифференциацию источников информации по таким критериям, как степень влияния и доверия к информации, форма представленности информации, принадлежность к определенным информационным группам, содержание информации, целевая направленность информации [Голубева, Марцинковская, 2011].

Рассматривая *информационную социализацию* с позиции идеи «фундаментальной психологической триады» [Юревич, 2005, с. 20], то есть единства трех базовых психологических процессов – когнитивных, аффективных и поведенческих, и в контексте *информационных предпочтений* как преимущественного внимания и избирательного отношения к определенным источникам, содержанию и средствам информации, и их применения, становится возможным выделить следующие ее показатели:

– *когнитивный* (информационная осведомленность и компетентность, предпочитаемые средства и источники информации, избирательность в отношении к информации, ее обработке и интерпретации, содержание интересующей информации, ее категории и целевая направленность, дифференциация информационных групп, формы представленности и каналы ее передачи, средства коммуникации, типы информационных сообщений);
– *эмоциональный или эмоционально-мотивационный* (доверие к источнику информации, ценность и принятие информации, эмоциональная направленность информационных интересов, эмоциональная оценка информационного источника и полученной от него информации, мотивы, побуждающие пользоваться определенными источниками информации, удовлетворение значимых потребностей при использовании источников и средств информации);
– *поведенческий* (операционально-техническая сторона обращения с информацией и ее источниками, предпочитаемые средства и способы поиска, обработки и передачи информации и владение ими, время, в течение которого используются источники (час/сутки), влияние источника и содержания информации на поведение, оперирование полученной информации, ее применение в жизни и деятельности).

С целью изучения информационной социализации учащейся молодежи было проведено эмпирическое исследование.

Методы

Выборка

Эмпирическое исследование проводилось А.В.Баженовой под нашим руководством в 2017–2018 гг. в г.Благовещенске Амурской области. В исследовании приняли участие студенты 3-го курса факультета педагогики и методики начального образования Благовещенского государственного педагогического университета в количестве 29 человек в возрасте 19–20 лет, из них 28 девушек и 1 юноша, и учащиеся 3-го курса Амурского педагогического колледжа, обучающиеся по специальности «дошкольное образование», в количестве 31 человека в возрасте 18–19 лет, из них 30 девушек и 1 юноша. Общее количество участников составило 60 человек в возрасте 18–20 лет, из них 58 девушек и 2 юноши. Были выделены две группы, первую из которых составили студенты, обучающиеся в учреждении высшего образования, вторую – учащиеся среднего профессионального образовательного учреждения.

Методики

Ставилась задача выявить когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты информационной социализации и сравнить их у студентов вуза и учащихся колледжа.

В исследовании применялись специально разработанные нами анкеты, направленные на изучение когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов информационной социализации на основе выявления информационных предпочтений (предпочитаемых источников, средств, содержания, способов и форм представленности информации, доверия к ним, их применения). При разработке анкет мы опирались на публикации исследований, выполненных в лаборатории психологии подростка Т.Д.Марцинковской (Психологический институт РАО) [Голубева, Марцинковская, 2011; Марцинковская, 2012; Гребенникова, Пархоменко, 2013]. Также использовался тест-опросник В.А.Плешакова «Диагностика потребностей, удовлетворяемых в интернет-среде», определяющий удовлетворение физиологических, экзистенциальных, социальных, престижных, духовных потребностей с помощью Интернета [Плешаков, 2011].

Результаты

Когнитивный компонент

Исследование показало, что учащиеся и студенты имеют представление о различных источниках, видах, средствах и формах получения и передачи информации.

У 62% студентов вуза и 52% учащихся колледжа основным средством получения информации являются мобильные устройства, прежде всего смартфоны и телефоны, в меньшей степени ноутбуки, планшеты, электронные и печатные книги, компьютеры и телевизоры.

Молодежь проявляет избирательность в отношении содержания и источников информации. Наиболее востребованной ими является информация о людях и отношениях между ними (52% студентов и 42% учащихся колледжа), науке и образовании (21% студентов и 19% учащихся), технике (14% студентов), искусстве (16% учащихся колледжа), реже об играх, юморе, природе, религии.

Студентов интересует информация о друзьях и близких (31%), кино (21%), учебно-познавательного содержания (14%), о медицине и здоровье (10%), редко о моде, музыке, спорте, туризме, политике, экономике, криминале. Учащимся колледжа интересна учебно-познавательная информация (26%) и

музыка (22,5%), медицина и здоровье (13%), информация о друзьях и близких (6,5%).

Предпочитаемым источником актуальной информации у студентов (72%) и учащихся колледжа (58%) является Интернет. Кроме того, студенты получают информацию из книг (7%), журналов (7%), а также от педагогов (7%) и родителей (7%). Учащиеся колледжа также обращаются за актуальной информацией к книгам (16%), педагогам (10%), родителям (10%), что-то могут почерпнуть из телевидения (6,5%). Сверстники и радио не рассматриваются как источники актуальной информации.

Источниками наиболее интересной информации студенты считают Интернет (76%), педагогов (14%) и телевидение (10%), учащиеся колледжа – Интернет (58%), книги (22,5%), родителей (13%) и телевидение (6,5%). Источниками учебной информации студенты считают педагогов (31%), книги (31%), Интернет (28%), родителей (7%) и журналы (3%). Для учащихся колледжа предпочитаемыми источниками в учебных целях являются книги (32%), педагоги (29%), Интернет (26%), родители (13%). Обращает на себя внимание низкая значимость информации от сверстников в области учебно-профессиональной деятельности, которые не могут конкурировать с более информированными и информативными источниками.

Исходя из ответов, студенты нуждаются в информации в целях общения (38%), учебы и самообразования (35%), развлечений и удовольствия (21%), приобретения товаров и услуг (7%). Учащимся колледжа информация необходима для учебных целей и самообразования (42%), для общения (26%) и развлечений (26%), для работы (3%), приобретения товаров и услуг (3%).

При подготовке к учебным занятиям 76% студентов и 74% учащихся колледжа пользуются прежде всего поисковыми системами Google и Yandex, электронными библиотеками (24% студентов и 16% учащихся), библиотекой образовательного учреждения – 10% учащихся.

Учащаяся молодежь рассматривает книгу как ценный источник знаний, способствующий познавательному и личностному развитию. 51% студентов и 25% учащихся колледжа считают книгу источником научной и учебно-профессиональной информации. Также 34% студентов и 33% учащихся рассматривают книгу как синтез отражения реальности, вымысла и фантазии. 36% учащихся колледжа находят в книге поддержку и ответы на жизненно важные вопросы.

Книги, которые, по мнению учащихся и студентов, повлияли на них, относятся и к классическим произведениям, и к современной прозе. Определяя любимый жанр**,** студенты выделили романы (28%), ужасы и мистику (21%), фэнтези (14%), научную и философскую литературу (14%). Учащиеся колледжа отметили фэнтези (25%), романы (22%), приключения (17%), ужасы (13%), научную и философскую литературу (10%). В отличие от учащихся колледжа, 14% студентов ограничиваются учебной литературой.

Чтение книг студенты (45%) и учащиеся колледжа (58%) рассматривают и как досуг, и как учебную обязанность (34% студентов и 26% учащихся). Книги читают в печатном издании. Однако среди студентов (7%) и учащихся (6,5%) есть и те, кого не интересуют книги и кто воспринимает чтение как трудное и скучное занятие (21% студентов и 17% учащихся).

Часть студентов и учащихся колледжа отдает предпочтение музыкальной информации и кино. Они слушают музыку и смотрят фильмы, скачанные из Интернета. При этом, если учащиеся колледжа предпочитают слушать музыку, то студенты – смотреть фильмы.

Учащиеся колледжа слушают поп-музыку (29%), рок (19%), рэп (13%), хип-хоп (10%), трэп (3%), классическую музыку (3%). Чаще называют российских хип-хоп-исполнителей. Некоторые отмечают рок-музыкантов старшего поколения, что сближает их со взрослыми, способствует обмену опытом между ними. Лидируют в списке южнокорейские бой-бенды. 1/5 часть учащихся не выбрала предпочитаемого жанра, 10% не назвали исполнителя.

Студенты слушают разножанровую музыку: поп (24%), рок (17%), рэп (14%), шансон (7%), классическую музыку (10%), романс (3%). Среди перечисленных студентами имен больше известных, популярных российских и украинских певцов и рэп-исполнителей. При этом многие студенты, участвовавшие в исследовании, не выразили своих предпочтений в музыке ни относительно жанра (24%), ни исполнителя (52%).

Студенты (100%) и учащиеся колледжа (90%) называли фильмы, которые произвели на них впечатление и оказали влияние. Среди них драматические и психологические триллеры, детективы, мелодрамы, приключения, комедии, нео-вестерны, фэнтези, спортивная драма, военная драма, мистическая драма, фантастическая трагикомедия и другие. Это прежде всего европейские и американские фильмы, в меньшей степени фильмы российского и южнокорейского производства.

Более половины студентов (55%) и учащихся (52%) предпочитают информацию в форме наглядно-представленных образов, схем, знаков, символов, а не вербальных конструкций. При этом вербальной форме подачи и приема информации отдают предпочтение больше студентов (28%), чем учащихся колледжа (19%). Предпочитают воспринимать информацию в визуальной, а не аудиальной форме.

Молодежь обладает знаниями о разных видах информационных сообщений для передачи информации другим людям. При непосредственном контакте используют устную речь. В дистантном общении информацию передают в форме звуковых и текстовых сообщений.

Эмоциональный (или эмоционально-мотивационный) компонент

Исследование показало, что предпочтение источника и степень доверия к информации, исходящей от него, не всегда совпадают. Студенты больше доверяют информации, полученной из книг (38%), от педагогов (17%), родителей (14%) и из Интернета (14%). Учащиеся колледжа наиболее достоверным источником информации считают книги (48%), проявляют доверие к их содержанию, а также Интернет (19%), педагогов (16%), родителей (10%) и телевидение (7%).

При этом большая часть студентов (66%) и учащихся колледжа (58%) склонна считать информацию из Интернета чаще достоверной, чем недостоверной. Направленность информационных интересов, содержание предпочитаемой информации говорит о значимых сферах эмоциональных переживаний молодежи, а значит, и наиболее важных сферах жизни (ими, исходя из ответов, являются общение и образование).

Эмоциональная составляющая предпочитаемой информации (материалы интернет-ресурсов, музыки, фильмов, книг) несет в себе эмоциональный заряд, который заражает/ заряжает молодежь или вызывает отклик, созвучный ее внутреннему состоянию. Сравнительный анализ источников показывает, что процесс социализации студентов характеризуется большей эмоциональной напряженностью, амбивалентностью и конфликтностью, чем у учащихся колледжа, эмоциональные переживания которых более окрашены темой романтики, дружбы, любви, нравственного выбора и самоопределения.

К чтению студентов побуждает стремление развить свой интеллект (28%), учиться (24%) и желание отдохнуть (31%). Учащиеся колледжа также читают ради интеллектуального развития (22%), учения (17%) и отдыха (45%). Большинство студентов (86%) и учащихся колледжа (87%) считают, что книги содержат и транслируют знания, нормы, правила и ценности общества.

Причины пользования Интернетом студенты видят прежде всего в том, чтобы поддерживать связь с друзьями, а также получать информацию в сфере учебно-профессиональной деятельности и самообразования. Для учащихся колледжа это прежде всего учебно-профессиональная

деятельность, связь с друзьями, самообразование. Для тех и других менее важно принадлежать к группе единомышленников и самоутвердиться.

Положительные, привлекательные стороны Интернета студенты видят в удобном способе информационного обмена (43%), в возможностях для познания, развития способностей (28%), самореализации (21%). Учащиеся колледжа положительные стороны видят в том, что Интернет открывает новые возможности для общения, поиска друзей (35%), познания и развития своих способностей (29%), обмена информацией (16%), приобретения известности и достижения успеха (10%). Студенты и учащиеся колледжа отметили в качестве негативных сторон Интернета то, что он отнимает много времени (соответственно 35% и 42%), является местом распространения нежелательной информации (24% и 19%), уводит от реальной жизни (17% и 23%), отвлекает (14% и 16%).

Тест-опросник «Диагностика потребностей, удовлетворяемых в интернет-среде» В.А.Плешакова показал, что в интернет-пространстве студенты вуза и учащихся колледжа удовлетворяют экзистенциальные, социальные и престижные потребности, но Интернет не востребован для удовлетворения физиологических и духовных потребностей. В результате расчетов с помощью U-критерия Манна–Уитни по данным показателям значимых различий между студентами и учащимися не обнаружено.

Поведенческий компонент

Студенты и учащиеся колледжа владеют операционально-технической стороной обращения с информацией и ее источниками, средствами поиска, обработки и передачи информации.

Все студенты и учащиеся колледжа (100%) пользуются Интернетом. Для выхода в Интернет 69% студентов вуза и 68% учащихся колледжа используют мобильные устройства (смартфоны, телефоны), реже компьютер (32% учащихся и 31% студентов).

Оценивая свои навыки владения мобильными устройствами, студенты отметили, что хорошо владеют телефоном (70%), компьютером (28%), диктофоном (3%), планшетом не пользуются. Учащиеся колледжа хорошо владеют телефоном (61%) компьютером (19%), планшетом (13%), диктофоном (7%).

Учащиеся и студенты пользуются различными интернет-ресурсами. Они активно используют поисковые системы в Интернете (Yandex, Mail, Google и др.). В Интернете студенты ведут поиск информации для учения (41%), общения (31%) и развлечений (27%). Учащиеся колледжа используют Интернет для общения (39%), поиска учебной информации (29%), развлечения (16%), приобретения товаров и услуг (10%), работы (3%).

Учащиеся и студенты оперируют полученной информацией, применяют ее в повседневной жизни и деятельности. У большинства имеются персональные социальные странички, где они конструируют виртуальную идентичность, презентуют окружающим себя и свою деятельность.

Студенты отдают предпочтение социальным сетям Instagram (72%) и «ВКонтакте» (28%). Учащиеся колледжа используют «ВКонтакте» (48%), Instagram (32%), Twitter (7%) и «Одноклассники» (7%). В Facebook отсутствуют обе группы.

В социальных сетях студенты и учащиеся колледжа регистрируются для общения, прослушивания музыки, поиска необходимой информации и новостей, социальной активности. Студенты активно посещают киносайты (52%) и познавательные сайты (38%), учащиеся часто посещают познавательные (39%) и музыкальные (19%) сайты, а также сайты, предназначенные для просмотра фильмов (23%).Почти у половины студентов (48%) и учащихся колледжа (45%) в социальных сетях

более 100 друзей, у остальных – менее 100 друзей. В реальности со всеми из них при непосредственном контакте общались 24% студентов и 35% учащиеся колледжа.

Исходя из ответов, в процессе интернет-коммуникации половина студентов (52%) и большинство учащихся колледжа (68%) придерживаются тех же норм и правил, что и при непосредственном общении. Выявлено, что количество времени, которое молодежь уделяет разным источникам информации, различно. В Интернете студенты (52%) и учащиеся колледжа (65%) проводят более 5 часов в день, при этом ответы остальных участников содержат временной диапазон от «менее 1 часа» до «16 часов».

На разговоры по телефону многие студенты (38%) и учащиеся (36%) тратят менее 1 часа в день, большинство студентов (62%) и учащихся (45%) – более 1 часа. Некоторые учащиеся колледжа не используют телефон для разговоров (19%). На просмотр телевизора у 31% студентов уходит менее 1 часа и у 38% – более 2 часов в день. 26% учащихся колледжа тратят на просмотр телевизора более 1 часа. При этом почти треть студентов и учащихся не пользуются телевизором. На чтение книг большая часть студентов (59%) и учащихся (61%) выделяет более 1 часа. Среди студентов (28%) и учащихся колледжа (32%) есть те, кто читают много и регулярно. Однако 28% студентов и 13% учащихся не читают книг. Многие читают не часто, но вдумчиво, от начала до конца, выделяют главное. Большинству нравится обсуждать прочитанное с друзьями. 73% студентов и 80% учащихся колледжа полученную из книг информацию применяют в повседневной жизни.

По мнению студентов, наибольшее влияние на них оказывают родители (31%) и Интернет (31%), реже книги (17%), сверстники (14%), телевидение (7%). Учащиеся колледжа считают, что на них влияют родители (42%), в меньшей степени влияет Интернет (19%), книги (16%) и педагоги (16%). Студенты и учащиеся владеют средствами обмена информацией. Большинство предпочитают воспринимать информацию в визуальной форме. При непосредственном контакте 41% студентов и 36% учащихся колледжа используют устную речь. В дистантном общении студенты чаще отправляют мгновенные звуковые сообщения (31%), реже текстовые (28%). Учащиеся колледжа в равной мере посылают и звуковые (32%), и текстовые (32%) сообщения. Большинство используют полученную информацию и навыки работы с информационными средствами в повседневной жизни и деятельности.

Сравнивая данные по компонентам информационной социализации, можно отметить следующее. Изучение *когнитивного компонента информационной социализации* показало, что вне зависимости от уровня получаемого образования (высшего или среднего профессионального) существует сходство в предпочитаемых средствах информации (мобильные устройства), источниках интересующей информации (Интернет), источниках учебной информации (книги и педагоги), видах информации (обыденная, специальная и личная), содержании наиболее востребованной информации (о людях и их отношениях, наука и образование), целевой направленности (на общение, учебу, развлечения), форме получения информации (в виде наглядных образов и видеозаписи), средствах и способах передачи информации, типах сообщений (устная речь при непосредственном личном контакте и звуковые сообщения при дистантном общении). Различия касаются предпочтений в содержании наиболее интересной информации (о друзьях, близких людях и кино – у студентов и учебно-познавательной и музыке – у учащихся колледжа).

По результатам исследования *эмоционального (эмоционально-мотивационного) компонента* у студентов и учащихся колледжа было выявлено сходство в доверии к источникам информации (прежде всего книгам, а также педагогам, Интернету, родителям), ценностном отношении к ним, оценке достоверности информации (размещенную в Интернете информацию считают чаще достоверной, чем наоборот), реализации потребностей (экзистенциальных, социальных и престижных) в интернет-среде, эмоциональной оценке преимуществ и недостатках Интернета. Определенные различия обнаружены в знаке эмоциональной составляющей информации (информация, предпочитаемая учащимися колледжа, имеет более выраженную эмоционально-позитивная окраску).

Изучение *поведенческого компонента* обнаружило у студентов и учащихся колледжа сходство в овладении операционально-технической стороной работы с источниками, средствами поиска, обработки и передачи информации. Все владеют средствами поиска информации (мобильными устройствами), пользуются интернет-ресурсами для поиска информации в целях общения и познания. Большинство предпочитают пользоваться социальными сетями Instagram и «ВКонтакте», создают персональные страницы, проводят в сети Интернет более 5 часов в сутки, значительно меньше времени уделяют другим источникам информации. Предпочитают воспринимать информацию в визуальной форме, передавать в форме мгновенных звуковых и текстовых сообщений. Полученную информацию применяют в жизни и деятельности.

Таким образом, по результатам исследования можно сделать *вывод***,** что между студентами педагогического университета и учащимися педагогического колледжа в когнитивном, эмоциональном и поведенческом компонентах информационной социализации больше сходства, чем различий. Не выявлено значимых различий в предпочитаемых источниках информации, доверии к ним, средствах и формах передачи информации, ее применении.

Заключение

В современном мире информационное пространство наполняется информацией из многих и разнообразных источников. Для учащейся и студенческой молодежи вне зависимости от уровня получаемого образования (высшего или среднего профессионального) предпочитаемым источником информации стал Интернет. Молодые люди являются активными интернет-пользователями, их информационная социализация происходит в интернет-пространстве. Однако предпочтение источника и степень доверия к нему в разных информационных контекстах не совпадают. В решении учебно-профессиональных задач молодежь отдает предпочтение и доверяет информации из книг и от педагогов, но при подготовке к учебным занятиям пользуется поисковыми системами в Интернете. При решении жизненно важных проблем наибольшее влияние, по мнению учащихся и студентов, на них оказывают родители. Вместе с тем они находят ответы на актуальные вопросы в Интернете, кино, музыке, книгах.

Важным является тезис Т.Д.Марцинковской о том, что «одновременно с пониманием значимости информационного воздействия ни один источник информации не может рассматриваться как ведущий или доминирующий» [Марцинковская, 2012, с. 7], в условиях неопределенного, изменяющегося мира ни один источник информации не становится единственным, полностью объективным и главным для всех ситуаций. Молодежь овладевает информационно-коммуникационными технологиями и средствами, которые предусматривает информатизация образования, и для многих операциональная сторона использования электронных ресурсов не представляет сложностей. Это изменяет восприятие учащимися и студентами учебного процесса и преподавателя. Их интересует точка зрения педагога, его интерпретация информации. Студентам нужен преподаватель, который не только транслирует формальные знания и их значение, но, как утверждает А.Г.Асмолов, мотивирует, передает смыслы и открывает возможности, чтобы жить в мире разнообразия и неопределенности.

В цифровом обществе информационная среда становится личностно значимой средой. Современные информационно-коммуникационные технологии открывают широкий доступ к знаниям, предоставляя выбор источников и содержания информации, форм и средств ее передачи, для идентификации с определенными информационными группами и новые возможности для самореализации. Информационные предпочтения можно рассматривать как единицу анализа, в которой представлены в единстве индивидуальное и социальное, личность и информационная среда. Это позволяет считать информационные предпочтения важнейшим фактором информационной социализации, а также изучать их роль в конструировании личностной и социальной идентичности.

Литература

Авдулова Т.П. Тенденции социализации подростков в контексте информационных предпочтений. Психологические исследования, 2011, 6(20), 8. http://psystudy.ru

Белинская Е.П. Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие. Психологические исследования, 2013, 6(30), 5. http://psystudy.ru

Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М.: Аспект Пресс, 2001.

Войскунский А.Е. Предисловие: Человек в цифровом обществе. В кн.: Р.В. Ершова (Ред.), Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека: сборник научных статей. Коломна: Государственный социально-гуманитарный университет, 2016. С. 8–11.

Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход. Психологические исследования, 2011, 6(20), 2. http://psystudy.ru

Гребенникова О.В., Пархоменко А.Н. Современная молодежь в информационном обществе: представления об информации и информационные предпочтения. Психологические исследования, 2013, 6(30), 8. http://psystudy.ru

Марцинковская Т.Д. Информационная социализация в изменяющемся информационном пространстве. Психологические исследования, 2012, 5(26), 7. http://psystudy.ru

Марцинковская Т.Д. Современная психология – вызовы транзитивности. Психологические исследования, 2015, 8(42), 1. http://psystudy.ru

Плешаков В.А. Теория киберсоциализации человека. М.: МПГУ, 2011.

Юревич А.В. Интеграция психологии: утопия или реальность? Вопросы психологии, 2005, No 3, 16–28.

Поступила в редакцию 16 августа 2018 г. Дата публикации: 30 октября 2018 г.

Сведения об авторе

Иванова Инесса Витальевна. Кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии, психолого-педагогический факультет, Благовещенский государственный педагогический университет, ул. Ленина, д. 104, 675000 Благовещенск, Россия.
E-mail: ivainvita@gmail.com

Ссылка для цитирования

Стиль psystudy.ru
Иванова И.В. Социализация молодежи в контексте информационных предпочтений. Психологические исследования, 2018, 11(61), 8. http://psystudy.ru

Стиль ГОСТ
Иванова И.В. Социализация молодежи в контексте информационных предпочтений // Психологические исследования. 2018. Т. 11, № 61. С. 8. URL: http://psystudy.ru (дата обращения: чч.мм.гггг).
[Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения

в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

Адрес статьи: http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n61/1626-ivanova61.html

К началу страницы >>