

Аянян А.Н., Марцинковская Т.Д. Социализация подростков в информационном пространстве



English version: [Ayanyan A.N., Martsinkovskaya T.D. Teenager's socialization in informational space](#)

Психологический институт РАО, Москва, Россия

[Сведения об авторах](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Рассматривается специфика информационных предпочтений подростков, проживающих в различных регионах – мегаполисе (Москва) и небольшом городе Краснодарского края. Раскрывается структура и содержание их идентичности, показывается влияние социального пространства на процесс информационной социализации и содержание информационных предпочтений. Доказывается, что территория проживания влияет не только на содержание идентичности, но и на соотношение личностных и социокультурных компонентов идентичности и выбор формы предпочитаемых СМИ. Объективные характеристики социального пространства определяют специфику информационных предпочтений, а особенности информационного пространства оказывают влияние на соотношение и содержание социокультурной и персональной идентичности и процесс социализации в целом.

Ключевые слова: информационная социализация, информационные предпочтения, социальное пространство, информационное пространство, личностная идентичность, социокультурная идентичность

Интернет-коммуникация и информационная социализация

Проблема информационных технологий и их влияния на все стороны жизни и деятельности людей является в настоящее время одной из ведущих для многих научных дисциплин – от биологии и физики, до культурологии и социологии. Большое место эта проблема занимает и в психологических исследованиях, при этом ведущее значение придается именно электронным СМИ, главным образом Интернету.

Интернет-коммуникации и особенности виртуального взаимодействия особенно значимы в современном транзитивном обществе, так как при этом меняется роль пространства и времени, точнее, очень быстро изменяются представления людей о пространственно-временных границах, актуализируется необходимость как быстрой трансформации собственных представлений о мире, так и обмена этими представлениями. При этом коммуникация может происходить между людьми, находящимися не только в разных точках земного шара, но и в разных временных пространствах.

Актуальность изучения информационной социализации связана и с тем, что в современном мире роль информации и информационного воздействия на мотивацию и поведение людей всех возрастов постоянно увеличивается. Именно этот факт позволил ученым говорить о возникновении «информационного общества» и «информационной культуры». В контексте проблемы информационного общества в настоящее время изучается влияние социализационного воздействия (как позитивного, так и негативного) информации, особенностей этого влияния на людей разного

возраста, проживающих в различных социальных пространствах.

Поэтому в настоящее время в первую очередь изучается проблема психологических особенностей взаимодействия и коммуникации при помощи новых информационных технологий. Внимание ученых фокусируется на проблемах, связанных с анализом доминирования того или иного института информационной социализации или формы СМИ в разных регионах и странах. Так как данные, полученные в последние десятилетия, крайне противоречивы и неоднозначны, изучение специфики интернет-коммуникации остается в настоящее время в центре внимания исследователей разных стран, хотя теоретическое обоснование преимущественного изучения именно параметров коммуникации в процессе информационной социализации не подлежит уже никакому сомнению. Звучавший когда-то спорно известный тезис Э.Тоффлера о том, что не только и не столько информация, сколько специфическая коммуникация станет смыслообразующим стержнем новой, информационной, эпохи, сегодня уже не нуждается в доказательствах. Теоретико-методологические исследования проблемы социального пространства убедительно доказывают, что современная культура является информационной, а само представление о мире и о себе как никогда зависит от информационного воздействия различных СМИ и СМК. Поэтому одной из важнейших проблем является изучение информационного пространства, которое в настоящее время носит стихийный характер. Несомненно, что получаемая людьми информация связана с их социальными представлениями, так как установки и апперцептивные поля не могут не повлиять в качестве своеобразного «избирательного внимания» на выбор и источника, и содержания информации. В то же время сама воспринимаемая информация влияет на уже имеющуюся систему понятий, изменяя и/или частично модифицируя ее, что в некоторой степени подтверждается и концепцией квантовой информации.

Особый интерес представляют электронные средства массовой информации, как в плане способа подачи материала, так и в плане более глубинного воздействия на личность реципиентов. При этом важным моментом является то, что, как уже отмечалось выше, наиболее активно Интернетом пользуются именно подростки, для которых Интернет стал одной из привычных граней бытия и для которых операциональная сторона использования электронных СМИ не представляет сложностей, в отличие от более старших поколений.

На сегодняшний день актуализируются вопросы, связанные с изучением возрастных и территориальных особенностей интернет-коммуникации и интернет-предпочтений, а также проблема влияния виртуального общения и виртуальных информационных предпочтений на процесс становления личности современных подростков.

В исследованиях, проведенных в последние годы, большое внимание уделяется также анализу информационного пространства с точки зрения его влияния на социальную стратификацию разных, преимущественно молодежных, групп. Этот важный фактор информационной социализации пока еще недостаточно изучен, хотя даже поверхностный анализ пользователей ТВ и таких сетевых сообществ, как Facebook и «ВКонтакте», показывает наличие как возрастных, так и социальных и региональных различий.

В работах Войскунского, Бабаевой, Белинской, Голубевой [Бабаева и др., 2000; Белинская, 2002, 2013; Войскунский, 2000, 2010, 2014; Голубева, 2012] показывается, что за последние пятнадцать лет во всем мире происходит постоянное снижение возраста «компьютерной инициации». Как отмечают Войскунский и Белинская, эта тенденция характерна и для российских подростков, причем активными пользователями Интернета становится все большее число подростков не только в больших городах, но и в регионах, в малых поселениях.

Поэтому особую актуальность «информационное измерение» содержания социализации имеет для подросткового и юношеского возраста. Это связано, во-первых, с задачами развития данного возраста – расширение круга общения и взаимодействия, активный поиск референтных групп, различные линии конструирования социальной идентичности. Во-вторых, именно данный возраст

становится «проводником» норм и правил взаимодействия информационной эпохи в другие возрастные когорты.

Говоря о процессе информационной социализации, необходимо подчеркнуть и значение информационной ресоциализации, то есть нахождения новых путей и способов получения и работы с информацией зрелыми и пожилыми людьми. Этот вопрос имеет большое значение с точки зрения их видения мира, их общей социализации, а также с точки зрения общения, взаимодействия и конфликтов людей разных возрастных когорт, по-разному использующих и относящихся к печатным и электронным СМИ.

При этом важны как отношения по вертикали (дети – взрослые), так и отношения по горизонтали между сверстниками. В первом случае происходит трансляция не только ведущих для культуры ценностей и эталонов, но и способов работы с информацией и информационными ресурсами. Крайне важным здесь становится тот факт, что происходит параллельный обмен информацией. Взрослые транслируют знания об эталонах и нормах, а подростки помогают взрослым овладеть операциональной, а часто и содержательной стороной работы с информацией. Обмен информацией между сверстниками, в процессе которого формируются новые групповые эталоны и правила, в значительной мере связан с формированием и новых навыков, и нового языка интернет-коммуникации.

Поэтому крайне важным становится изучение межпоколенной трансмиссии как фактора, определяющего освоение и присвоение знаний, правил и ценностей социальной действительности, в том числе и в интернет-коммуникации. При этом в мегаполисах и на периферии (например, в малых городах и поселках) межпоколенная трансмиссия существенно отличается как по содержанию, так и по формам. Можно говорить о том, что в больших городах процессы обмена опытом, перехода от одной формы трансмиссии к другой существенно ускорены по сравнению с более традиционными малыми городами, особенно в этнически гомогенных областях. Расширение паттернов социализации происходит и благодаря информации от разных источников – как печатных, так и электронных, особенно часто используемых подростками. Часто информационная среда становится весьма важным позитивным стимулом, дающим возможность выхода из конфликта между реально узким у подростков, живущих в малых поселениях, коридором возможностей изменения групп социализации.

Тот факт, что взрослые остаются важнейшими образцами и эталонами для подрастающего поколения, является крайне важным, определяющим направленность и динамику социальных преобразований, становление нового семейного, образовательного, информационного пространства, в котором разные институты социализации формируют ценности и социальные нормы поведения детей и подростков.

СМИ и Интернет как новое пространство развития

Исследования последних лет убедительно доказывают, что средства массовой информации становятся одним из ведущих институтов социализации [Белинская, 2002, 2013; Войскунский, 2010; Голубева, 2015; Марцинковская, 2010]. При этом за последние три года значительно выросла степень критичности подростков и молодежи по отношению к информации, получаемой из электронных СМИ, преимущественно телевизионной. Эта критичность распространяется на все виды информации – реклама, развлечения, новости. При этом доверие к информации, получаемой из Интернета, не уменьшилось.

Еще один момент, на который необходимо обратить внимание, связан с тем, что для большой группы подростков и молодежи Интернет является не только средством развлечения, но и способом получения информации и даже обучения. Для подростков и младших школьников доля телевидения в информационном поле, так же как и печатных СМИ, становится ощутимо меньше, особенно по

сравнению со взрослыми. При этом данный феномен уже коснулся даже дошкольников, которые активно начинают пользоваться планшетами в процессе обучения. И ученые, и родители, и воспитатели отмечают, что дошкольники легко осваивают сложную электронную технику, ориентируются в игровом компьютерном пространстве, в обучающих и развивающих программах. Это доказывает необходимость пристального изучения влияния всех видов информации, а также виртуальных способов общения на психическое развитие современных людей.

Не менее актуальным является и исследование различий в отношении к Интернету разных поколений, а также людей, проживающих в разных социальных пространствах. Полученные данные показывают, что взрослые значительно больше, чем подростки и молодежь, уделяют внимание телевизионным программам (и как источнику информации, и как фону), они также существенно больше доверяют телевизионной информации и рекламе, чем подростки. Для взрослой выборки наибольший интерес представляют вербальная и визуальная информация (фильмы, телепередачи, книги). Для подростков и молодежи все большее значение начинает приобретать музыка, которая становится и общим фоном жизни, и средством получения информации об окружающем мире [Голубева, 2015].

Исследования Н.А.Голубевой показали, что выбор СМИ и сам информационный мир подростков одного и того же возраста существенно различается у подростков, живущих в разных странах. Личностное общение для подростков, переехавших в малый город Германии, является одной из доминирующих ценностей, в отличие от российских ребят, для которых оно является значимой, но не ведущей мотивацией и может осуществляться в виртуальном пространстве.

Многочисленные данные также показали, что малое поселение, независимо от страны, существенно отстает в общем развитии информационного пространства, что выражается в меньшем разнообразии выборов и меньшей доступности предлагаемых информационных полей по сравнению с мегаполисами и сказывается на информационных предпочтениях и, соответственно, содержании информационной социализации подростков. Обращает на себя внимание тот факт, что степень доверия к получаемой информации у подростков из небольших поселений значительно выше, чем в мегаполисе.

Огромное значение для понимания психологических особенностей интернет-коммуникации и психологических характеристик интернет-пользователей имеют работы Е.П.Белинской, которая, в частности, подчеркивает, что эмпирические данные о личностных особенностях активных пользователей Интернета крайне противоречивы [Белинская, 2013]. Крайне значимым представляется и тот факт, что отсутствует согласованность между эмпирическими данными и оценками самих пользователей о соотношении деловых, познавательно-информационных и коммуникативных мотивах использования Интернета. Если исследователи отдают пальму первенства информации, то пользователи – коммуникации.

Одной из наиболее острых проблем на сегодняшний день является изучение роли информации, информационного и социального пространств в развитии личности детей и подростков. Территориальная идентичность и соотношение социального и личностного пространства оказывают большое влияние на все стороны психического развития, хотя характер этого влияния в последние годы несколько изменился. Особенно выпукло различия между молодежью мегаполисов (прежде всего, Москвы) и небольших городов проявляются в содержании потребностей, идентичности и отношении к СМИ. В иерархии потребностей молодежи из большого города доминируют карьера, самореализация, уважение окружающих, тогда как у их сверстников из малого города доминируют конформность, уважение к традициям, счастье. Существуют различия и в содержании идентичности у подростков и юношей, проживающих в больших и малых городах. Для молодежи из малого города приоритетными являются социальные роли, групповая принадлежность, уважение традиций, конформность, рефлексивность, в то время как для подростков и юношей из большого города важны индивидуальные и личные качества, собственная независимость и автономность.

Степень дифференцированности образа Я достаточно высока в обеих группах детей, подростков и молодежи, то есть для описания себя они используют большое количество характеристик. При этом даже у дошкольников, проживающих в мегаполисе, преобладают высказывания, направленные на себя, в то время как у детей из малого города доля таких высказываний намного меньше. Эта тенденция сохраняется и в старших возрастах. Эти данные могут свидетельствовать о более явной выраженной эгоцентрической направленности детей и молодежи из большого города и о недостатке интереса к партнерам по общению. Существуют и различия в представлениях всех респондентов о своем будущем. Ребята, проживающие в мегаполисе, в большей степени ориентированы на будущее и видят его более детально, в то время как дети и подростки из малого города менее оптимистичны, а их представления о своем будущем более расплывчаты. Интересно, что эта тенденция сохраняется и в более старшем возрасте [Дубовская, 2014; Хузеева, 2013a,b].

Крайне значимыми являются результаты, показывающие, что даже по сравнению со студентами, школьники намного больше привержены индивидуалистическому стандарту жизни, чем к коллективизму. При этом небольшая разница в ответах старших и средних подростков показывает, во-первых, общую тенденцию становления индивидуального (индивидуалистического) стиля жизни, а во-вторых, соответствие этого стиля задачам развития, особенно в старшем подростковом возрасте.

Позитивное значение комплексного характера социокультурной идентичности для социализации детей, подростков и молодежи проявляется в том, что такая идентичность повышает уверенность в будущем. Таким образом, можно говорить о том, что смешанная идентичность является преимущественно позитивным моментом, увеличивающим толерантность к неопределенности и повышающим социализированность в мультикультурной среде [Марцинковская, Сиюченко, 2014].

Важными представляются и данные о разнице между этическим поведением в сети и этическим поведением в реальности [Войскунский и др., 2014], а также тот факт, что при интернет-коммуникации актуализируется не только стремление к самопрезентации, но и к осознанию уникальности личностной идентичности и боязнь нарушения личностного пространства при интернет-коммуникации. Это согласуется и с материалами Н.В.Гришиной [Гришина, 2011], подчеркивающей важность экзистенциальной идентичности, которая дает возможность преодоления внешней неопределенности и нестабильности.

Возможно, что активное использование Интернета для коммуникации и получения информации приводит к некоторой переоценке реальности, точнее, к появлению нового взгляда на окружающий мир. Представляется, что здесь имеет место указанный еще В.Б.Шкловским феномен «остранения», или, говоря словами А.Г.Габричевского, нового понимания «языка вещей», изменяющего непосредственную знаковую природу окружающих предметов и людей. Однако это отдельный предмет исследования и анализа, выходящий за рамки данной статьи.

Имеющиеся на сегодняшний день материалы позволяют сделать вывод о том, что актуальность дальнейшего исследования проблемы информационной социализации связана с большими возможностями расположенных в этом поле институтов и групп социализационного воздействия. Не менее важно и то, что многие виды информации способны влиять не только на выбор стиля жизни детей, подростков и молодежи, но и на их представления о себе и мире.

Современные представления о развивающей роли информационного пространства и влиянии информации на процесс социализации и становления личности подростков легли в основу проведенного эмпирического изучения специфики информационной социализации подростков, проживающих в Москве и Краснодарском крае.

Эмпирическое исследование информационных предпочтений и идентичности подростков Москвы и Краснодарского края

Выборка

Исследование становления идентичности современных подростков проводилось на базе нескольких школ г.Москвы в восьмых, девярых, десятых и одиннадцатых классах. В исследовании приняло участие 159 подростков в возрасте от 13 до 17,5 лет, из них 77 мальчиков и 82 девочки.

Методы исследования

При изучении информационных предпочтений подросткам было предложено ответить на вопросы опросника «Информационные предпочтения», разработанного в лаборатории психологии подростка Т.Д.Марцинковской (Психологический институт РАО) [Марцинковская, 2015].

При исследовании идентичности использовалась методика «Кто Я» М.Куна, Т.МакПартленда для определения структуры и содержания идентичности. Модификация и критерии обработки: лаборатория психологии подростка, Т.Д.Марцинковская [Марцинковская, 2015].

Результаты

Исследование информационных предпочтений

Анализ результатов, полученных в группе подростков из Москвы, показывает, что Интернет занимает лидирующую позицию как предпочитаемый источник получения информации (100% опрошенных подростков). Наиболее востребованными источниками информации в данной выборке после Интернета выступает личный опыт респондентов (74%). Опыт друзей и близких в качестве источника информации отметили 43% подростков. Музыку как источник информации в группе московских подростков выбрало 38% респондентов. Далее следует телевидение и кинофильмы (по 29%), книги (24%). Наименьшей популярностью среди респондентов пользуются печатные издания (газеты и журналы) (15%). Радио как источник информации рассматривает меньшая часть выборки (15%) московских подростков, другие источники получения информации отмечены у минимального числа респондентов (9%).

Анализ результатов эмпирического исследования информационных предпочтений в группе подростков, проживающих в Краснодарском крае, показал, что наиболее предпочитаемым источником информации для них является телевидение (92% опрошенных подростков). Опыт друзей и близких в качестве источника информации отметили 85% подростков. Далее следует личный опыт (80%), Интернет (78%), книги (68%) и кинофильмы (65%). Музыку как источник информации в данной выборке выбрало 35% опрошенных. Крайне низкой популярностью среди респондентов данной выборки пользуются печатные издания (газеты и журналы) (8%). Другие источники информации приводит 6% опрошенных подростков. Радио как источник информации рассматривает наименьшая часть выборки (5%) подростков из Краснодарского края. (см. рис. 1).



Рис. 1. Предпочитаемые источники информации у подростков из Москвы и Краснодарского края.
Примечания. 1 – Интернет; 2 – Личный опыт; 3 – Опыт близких; 4 – Музыка; 5 – Телевидение; 6 – Кинофильмы; 7 – Книги; 8 – Журналы и газеты; 9 – Радио; 10 – Другие источники.

Все опрошенные нами подростки из Москвы (100%) отметили, что пользуются Интернетом каждый день. Анализ количества времени, уделяемого московскими подростками различным источникам информации в Интернете в течение дня, показал, что наибольшее количество респондентов (47%) проводят в сети от 3 до 4 часов. 36% детей выбрали вариант ответа, говорящий о том, что они находятся в Интернете более 4 часов. От одного до двух часов в Интернете проводит 19% нашей выборки. Некоторые подростки отмечали, что находятся on-line (в сети Интернет) «все время». Это объясняется тем, что современные мобильные технические устройства позволяют выходить в Интернет в любом удобном месте и времени. Все московские подростки (100%) на вопрос, есть ли у них электронная почта, ответили утвердительно. Несколько человек (13%) подчеркнули, что у них есть несколько электронных адресов на разных ресурсах.

Наиболее популярными ресурсами в сети Интернет в выборке московских подростков являются социальные сети (84%), различные поисковые системы (79%), сайты для просмотра и скачивания музыки и фильмов (74%), персональные сайты и сайты поклонников знаменитых людей (40%), электронные библиотеки и файлообменники (37%), сайты on-line игр (26%).

Анализ примеров популярных телеканалов у опрошенных московских подростков показал, что большая часть респондентов в качестве примеров привели развлекательные телеканалы как наиболее привлекательные для себя. Самые популярные телеканалы – СТС (34%), ТНТ (29%). Далее следуют музыкальные телеканалы: MTV (26%), Муз ТВ (16%). Кроме того, у респондентов данной выборки наиболее часто были отмечены такие телеканалы, как Первый (16%), Россия (13%), НТВ (13%), 2×2 (5%).

68% подростков отметили, что пользуются Интернетом каждый день. Несколько раз в неделю – 27% респондентов. 5% опрошенных отметили, что совсем не пользуются Интернетом.

Анализ количества времени, уделяемого подростками, проживающими в Краснодарском крае, различным источникам информации в Интернете в течение дня, показал, что наибольшее количество респондентов (75%) проводят в Сети от 2 до 3 часов. 15% опрошенных подростков проводят в Сети от 3 до 4 часов, 10% – более 4 часов, и 3% отметили, что находятся в Интернете все время. В данной группе у 89% опрошенных есть личная электронная почта.

Что касается наиболее популярных для использования ресурсов в сети Интернет, в данной выборке

подростков на первом месте различные поисковые системы (90%), социальные сети (82%), сайты для просмотра и скачивания музыки и фильмов (75%), электронные библиотеки и файлообменники (43%), персональные сайты и сайты поклонников знаменитых людей (25%), сайты on-line игр (10%) (см. рис. 2).

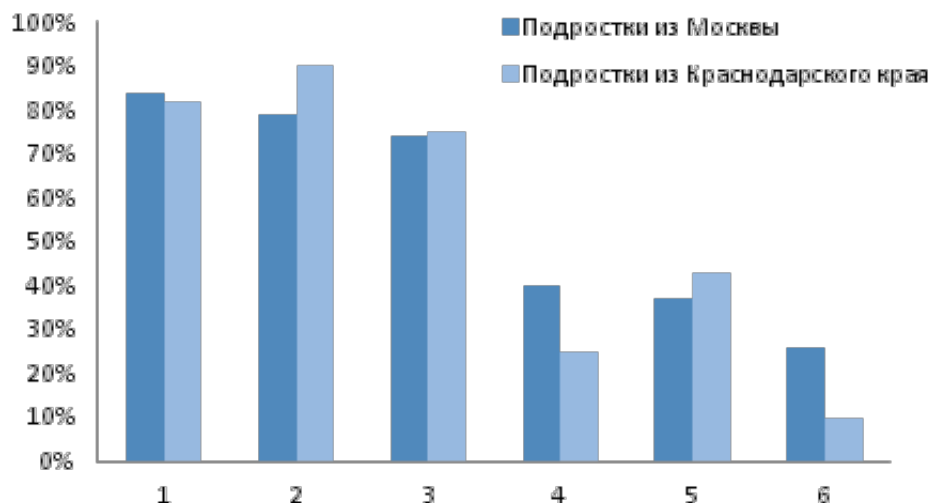


Рис. 2. Популярные интернет-ресурсы у подростков из Москвы и Краснодарского края.

Примечания. 1 – Социальные сети; 2 – Поисковые системы; 3 – Сайты поиска музыки и видео; 4 – Сайты знаменитостей и поклонников; 5 – Электронные библиотеки; 6 – Сайты On-line игр.

Телевидение является первым по популярности источником информации у подростков, проживающих в Краснодарском крае (92%). 75% опрошенных подростков подчеркнули, что многое узнают благодаря телевидению. Большая часть респондентов (75%) в качестве примеров просматриваемых каналов привели так называемые каналы центрального телевидения («Первый», «Россия», «НТВ»). На втором по популярности месте расположились развлекательные телеканалы. Например, телеканалы TNT (55%), СТС (52%). Многие подростки называли такие телеканалы, как Discovery (38%), Animal planet (30%). Далее следуют музыкальные телеканалы: MTV (25%), Муз ТВ (20%).

Исследование идентичности

Анализ результатов, полученных с помощью методики «Кто Я», позволил выделить ряд особенностей в структуре и содержании идентичности подростков.

В целом различия в соотношении разных параметров самоописаний не очень велики, в то же время можно отметить, что у московских подростков субъективные, личностные характеристики более распространены, чем у краснодарских. У краснодарских подростков, напротив, в большей степени представлены ролевые самоописания. Интересно также, что московские подростки гораздо больше внимания уделяют физическим самоописаниям (см. рис. 3).

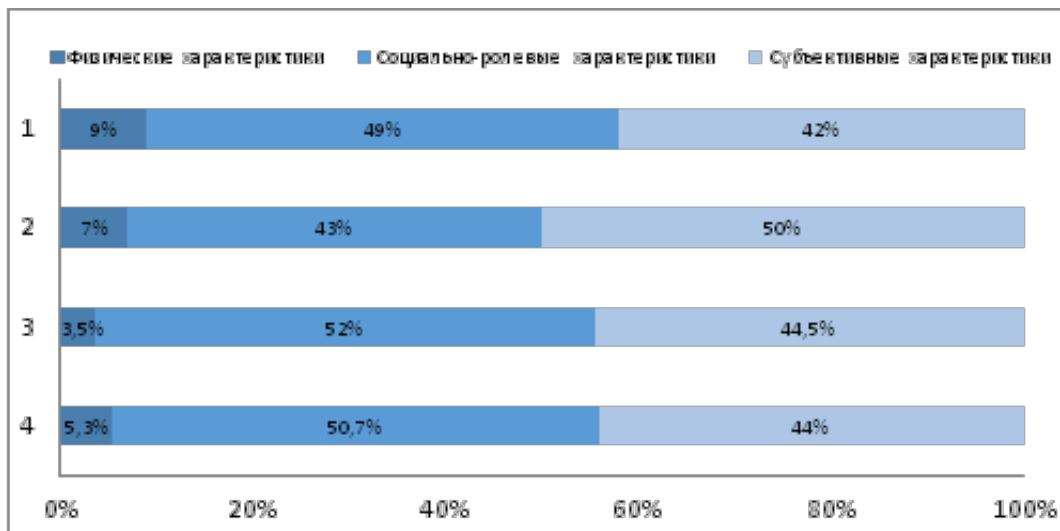


Рис. 3. Соотношение содержания самоописаний подростков из Москвы и Краснодарского края.
Примечания. 1 – Первая группа подростков из Москвы; 2 – Вторая группа подростков из Москвы; 3 – Первая группа подростков из Краснодарского края; 4 – Вторая группа подростков из Краснодарского края.

Анализ ответов первой группы подростков из Москвы ($n = 49$), учащихся восьмого и девятого классов, показал, что большинство ответов пришлось на социально-ролевые характеристики, что составило 49% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 7,7). Субъективные характеристики составили 42% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 3,9) (см. рис. 4).

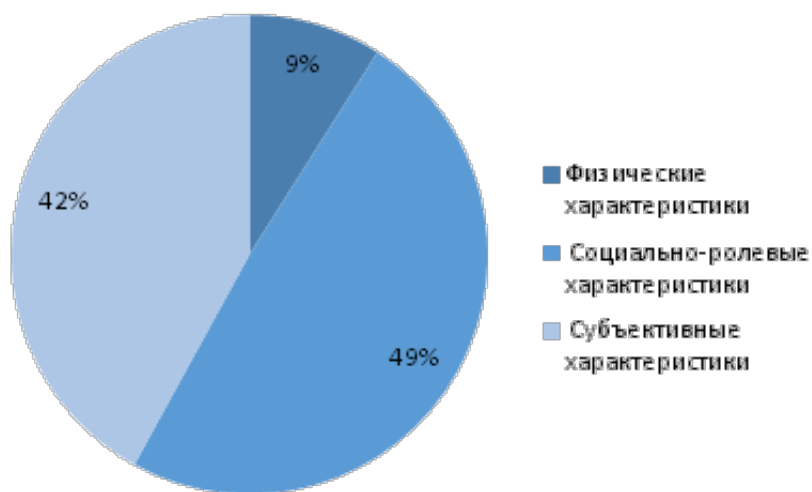


Рис. 4. Содержание самоописаний первой группы подростков из Москвы.

Содержание социально-ролевых самоописаний, в основном, раскрывается через групповую принадлежность и учебно-профессиональную позицию. В самоописаниях подростков в меньшей мере встречаются характеристики семейной принадлежности, гражданства и этнической идентичности. Кроме того, анализ ответов показал, что для данной возрастной категории очень важно наличие собственности. В отношении временной перспективы для подростков ведущими являются профессиональные, а не семейные роли.

Содержание персональной идентичности представлено увлечениями и занятиями, оценкой своих способностей к различным видам деятельности, описанием приобретенных навыков, опыта. Также

респонденты описывали особенности своего характера и стиля поведения.

Анализ ответов учащихся десятого и одиннадцатого классов из Москвы ($n = 47$) показал, что большинство ответов приходятся на субъективные характеристики, что составило 50% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 8). Социально-ролевые характеристики представлены 43% ответов (среднее количество ответов по данной категории – 7) (см. рис. 5).

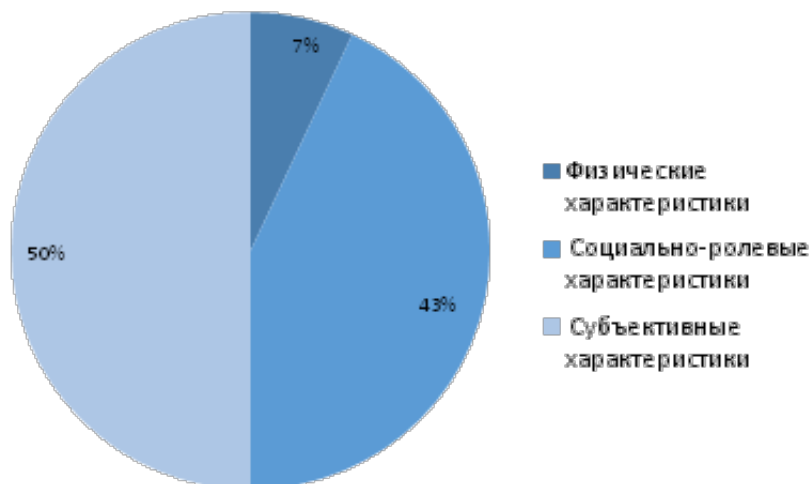


Рис. 5. Содержание самоописаний второй группы подростков из Москвы.

Персональная идентичность старших подростков представлена субъективными характеристиками (50%), в которых преобладают описания личностных качеств, особенностей характера, индивидуального стиля поведения. Помимо положительных личностных характеристик подростки часто давали и отрицательные самоописания.

Анализ ответов первой группы подростков из Краснодарского края ($n = 27$), учащихся девятого класса, показал, большинство ответов пришлось на социально-ролевые характеристики, что составило 52% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 7,4). Субъективные характеристики составили 44,5% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 6,3) (см. рис. 6).

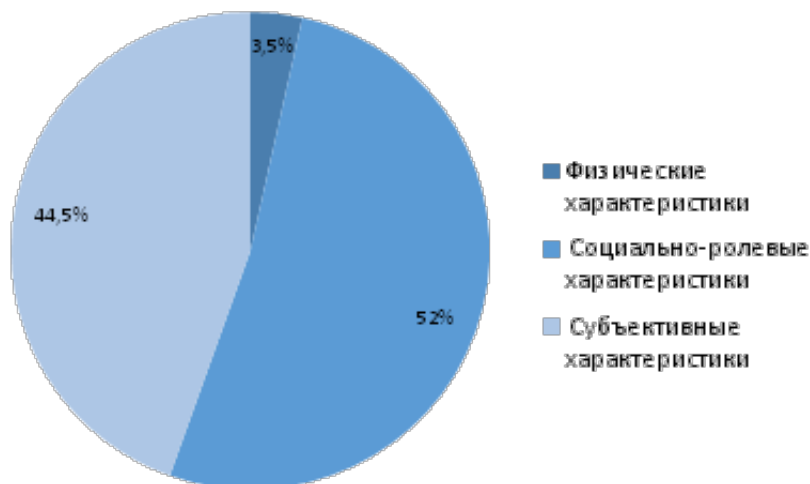


Рис. 6. Содержание самоописаний первой группы подростков из Краснодарского края.

Содержание социально-ролевых (52%) характеристик самоописаний в данной группе краснодарских подростков в большей степени представлено характеристиками семейной принадлежности и учебно-профессиональной позиции. Реже встречаются характеристики территориальной и этнической идентичности.

Содержание персональной идентичности (44,5%) представлено описаниями особенностей своего характера, стиля поведения, жизненного опыта. Подростки также упоминали свои интересы и увлечения.

Анализ ответов второй группы подростков из Краснодарского края ($n = 36$) показал, что большинство ответов также приходятся на социально-ролевые характеристики, что составило 50,7% ответов от общего числа (среднее количество ответов по данной категории – 7,7). На субъективные характеристики приходится 44% ответов (среднее количество ответов по данной категории – 6,7) (см. рис. 7).

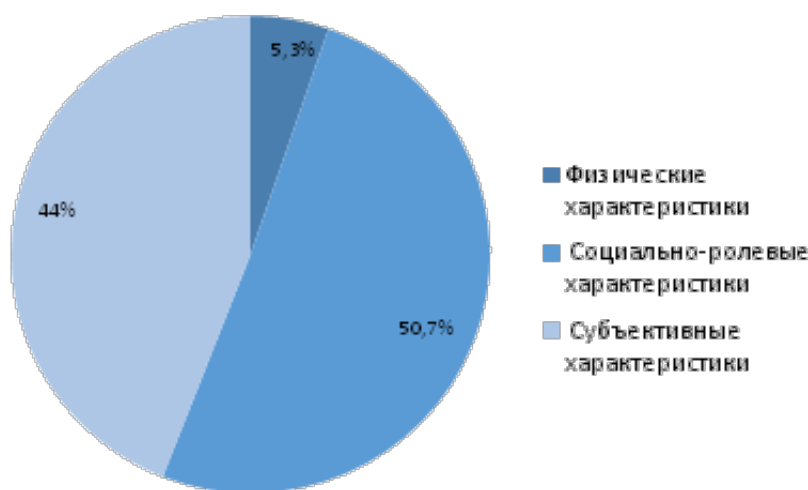


Рис. 7. Содержание самоописаний второй группы подростков из Краснодарского края.

Содержание социально-ролевых самоописаний (50,7%) в группе старших краснодарских подростков представлено характеристиками семейной и учебно-профессиональной принадлежности. Подростки чаще всего упоминали приближающееся окончание школы и предстоящее поступление в колледж или вуз, которое многие связывают со значительными переменами в своей жизни, чаще всего относящимися к перемене места жительства.

Содержание персональной идентичности (44%) подростков во второй группе в основном представлено характеристикой стиля поведения и индивидуальными особенностями.

Информация и информационные технологии в самоописаниях

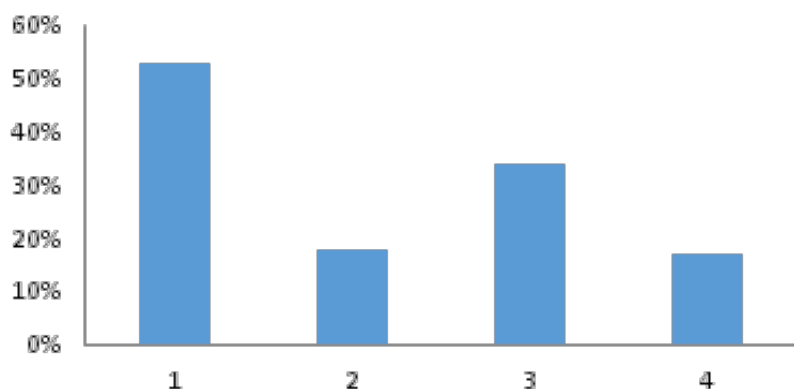


Рис. 8. Использование «информационных» самоописаний в методике «Кто Я» у подростков из Москвы и Краснодарского края.

Примечания. 1 – Первая группа подростков из Москвы; 2 – Первая группа подростков из Краснодарского края; 3 – Вторая группа подростков из Москвы; 4 – Вторая группа подростков из Краснодарского края.

Первая группа (учащиеся 8–9-х классов): 53% московских и 18% краснодарских респондентов в самоописаниях использовали слова и выражения, относящиеся к информационному пространству и цифровым технологиям (см. рис. 8).

Ответы в данной группе подростков относятся к описаниям использования информации и увлеченности различной информацией и цифровыми технологиями. Таким образом, все ответы можно разделить на несколько категорий.

1. Использование информационных технологий для развлечения – компьютерные игры, просмотр фильмов, прослушивание музыки и т.п.
2. Использование информационных технологий в продуктивных целях – фотографирование, дизайн, заработок в Интернете.
3. Использование информационных технологий для общения – социальные сети, общение по телефону, смс.
4. Использование информационных технологий для поиска и получения информации.

Вторая группа (учащиеся 10–11-х классов): 34% московских и 17% краснодарских респондентов в самоописаниях использовали слова и выражения, относящиеся к информационному пространству и цифровым технологиям. Стоит ответить, что в группе старших подростков наиболее распространенными ответами являются упоминание книг и чтения, а также отмечаются музыкальные предпочтения респондентов.

Проанализировав результаты исследования, мы предположили наличие ряда связей между характеристиками идентичности подростков. Наше предположение было подтверждено данными корреляционного анализа (коэффициент Пирсона, двусторонняя связь).

В первой группе подростков из Москвы была установлена положительная связь между количеством социально-ролевых характеристик и наличием «информационных» самоописаний (0,523**) на достаточном уровне значимости ($p < 0,01$). Также была установлена отрицательная связь между количеством социально-ролевых и субъективных характеристик (–0,529**), уровень значимости ($p < 0,01$). Во второй группе подростков из Москвы связи между характеристиками идентичности не были установлены. В первой группе подростков из Краснодарского края была установлена положительная связь между количеством социально-ролевых и субъективных характеристик (0,470*), уровень значимости ($p < 0,05$), а также между количеством субъективных характеристик и наличием «информационных» самоописаний (0,461*). Во второй группе подростков из

Краснодарского края была установлена положительная связь между количеством социально-ролевых и субъективных характеристик (0,472**), уровень значимости ($p < 0,01$).

Заключение

Материалы, полученные при исследовании информационных предпочтений подростков, показывают, что увеличение пространства сетевого общения и использование Интернета как средства получения информации существенно расширяется и захватывает практически все регионы. Поэтому интерес вызывает уже не столько сам факт использования Интернета, сколько вопрос о том, что именно подростки разных регионов ищут в интернет-пространстве, как они используют полученную информацию и насколько они ей доверяют. Показательным является тот факт, что для московских подростков Интернет является ведущим средством общения, получения информации и практически формирует их стиль жизни и взаимодействия с окружающим миром. Для краснодарских подростков Интернет остается преимущественно средством коммуникации, так как информацию они получают при просмотре телевизионных программ, да и проводят намного меньше, по сравнению с московскими школьниками, времени в сети. По-видимому, это связано и с тем, что у многих ребят дома нет интернета и они пользуются им только в школе или общественных местах. При этом скорость Интернета в Краснодарском крае значительно ниже, чем в Москве, что делает невозможным смотреть фильмы on-line, играть в сетевые игры, пользоваться «Скайпом» или другими программами видеосвязи.

Московские подростки больше времени в Интернете тратят на социальные сети и развлекательные сайты, в отличие от подростков Краснодарского края, обращающихся в основном к образовательным сайтам. Это можно объяснить тем, что многие подростки Краснодарского края выходят в Интернет в школе, где введены ограничения на посещение социальных сетей. Кроме того, у всех опрошенных подростков из Москвы есть смартфон или планшет с возможностью выйти в Интернет, что облегчает доступ к интересным для них ресурсам в Сети абсолютно бесплатно в так называемых зонах свободного подключения (Wi-Fi). У подростков из Краснодарского края не у всех есть мобильное устройство с возможностью выхода в Сеть, высокая стоимость услуг мобильного Интернета для многих является серьезным препятствием, а зон с бесплатным подключением к Интернету нет.

Полученные материалы показывают, что различия в использовании Интернета и информационных предпочтениях у подростков в провинции и Москве объясняются объективными причинами. Ответы подростков обеих групп также показали, что Интернет становится все более значимым средством общения и развлечений для подростков независимо от места проживания, ценностей и интересов. Он также является не только средством общения, но и способом получения важной для подростков информации. Важным моментом, определяющим популярность Интернета для всех подростков, независимо от места проживания, является то, что он может рассматриваться как инструмент конструирования своего персонального информационного пространства. Это связано с тем, что в Интернете, в отличие от телевидения, подростки могут не только получать необходимую информацию, но и создавать и публиковать ее, высказывать свою точку зрения, получать обратную связь.

Еще более показательным является тот факт, что московские школьники намного более независимы в выборе идеалов и ценностей и стремятся ориентироваться на себя или своих друзей, в то время как краснодарские ребята в большей степени ориентированы на взрослых, их мнение и их ценности. Возможно, в этом случае сказывается не только выбор Интернета в качестве ведущего источника информации, но и различия в выборе телевизионных программ, которые просматривают обе группы подростков.

Полученные в данном исследовании результаты также показывают, что с возрастом расширяется информационное пространство подростков, в которое начинают входить не только Интернет, но и

книги. Важным моментом является и тот факт, что у московских подростков в самоописаниях намного больше упоминаний Интернета и информационных технологий, по сравнению с краснодарскими подростками. Это объясняется, прежде всего, большей его распространенностью, более широким выбором интернет-ресурсов и большей доступностью социальных сетей.

Идентификация с интернет-ролями происходит у московских подростков преимущественно в 8–9-х классах, в то время как у старших подростков не только уменьшается количество информационной феноменологии в самоописаниях, но и появляются другие источники информации, не уступающие по своему значению Интернету. Возможно, это связано и с задачами развития, и с социальной ситуацией (подготовка к поступлению в вуз). Стремление к лучшему пониманию себя и смысла своей деятельности отражается и преобладанием персональной, а не социально-ролевой идентичности.

У подростков Краснодарского края происходит обратная тенденция – информационная феноменология переходит из социально-ролевой в персональную идентичность. При общем преобладании социальной идентичности эта тенденция может свидетельствовать о том, что позиция в сети становится во многом и личностной характеристикой подростков.

Данные, полученные при исследовании соотношения разных сторон идентичности московских подростков и подростков из Краснодарского края, свидетельствуют о том, что тенденция к индивидуализации более ярко выражена у московских подростков. Это подтверждается и выбором ролевого репертуара, и слиянием ролевого и персонального аспектов идентичности у краснодарских ребят. Интересен и тот факт, что тенденция к увеличению персональной идентичности прямо соотносится с увеличением возраста подростков, то есть это становится феноменологией личностного роста, а не социальной ситуации.

Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 16-06-00161 «Экзогенные и эндогенные факторы информационной социализации».

Литература

Бабаева Ю.Д., Войсунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. В кн: А.Е. Войсунский (Ред.), Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Терра, 2000. С. 11–39.

Белинская Е.П. Человек в информационном мире. В кн.: Г.М. Андреева, А.И. Донцов (Ред.), Социальная психология в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 203–220.

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. Изменчивость Я: кризис идентичности или кризис знания о ней? Психологические исследования, 2015, 8(40), 12. <http://psystudy.ru>

Войсунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2010.

Войсунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Этическая направленность подростков и молодежи в социальных сетях. Психологические исследования, 2014, 7(37), 2. <http://psystudy.ru>

Голубева Н.А. Эндогенные факторы информационных предпочтений современных подростков. Психологические исследования, 2012, 1(21), 7. <http://psystudy.ru>

Голубева Н.А. Особенности информационных предпочтений современных дошкольников. Мир психологии, 2015, No. 1, 153–163.

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

Гришина Н.В. Экзистенциальные проблемы человека как жизненный вызов. Вестник С.-Петербургского университета. Сер. 12, 2011, Вып. 4, 109–116.

Гришина Н.В. Жизненные сценарии: нормативность и индивидуализация. Психологические исследования, 2011. 3(17), 6. <http://psystudy.ru>

Дубовская Е.М. Транзитивность общества как фактор социализации личности. Психологические исследования, 2014, 7(36), 7. <http://psystudy.ru>

Марцинковская Т.Д. Информационное пространство как фактор социализации современных подростков. Мир психологии, 2010, No. 3, 90–102.

Марцинковская Т.Д., Сиюченко А.С. Идентичность как фактор социализации в мультикультурной среде. Вопросы психологии, 2014, No. 6, 3–14.

Марцинковская Т.Д. (Ред.). Идентичность и социализация в современном мире: Сборник методик. М.: МПГУ, 2015.

Хузеева Г.Р. Особенности восприятия субъективного социального пространства у современных подростков, проживающих в различных условиях. Психологические исследования, 2013а, 6(31), 10. <http://psystudy.ru>

Хузеева Г.Р. Характер информационного пространства и особенности социализации современных подростков. Психология обучения, 2013b, No. 4, 88–98.

Поступила в редакцию 26 января 2016 г. Дата публикации: 28 апреля 2016 г.

[Сведения об авторах](#)

Аянян Анна Николаевна. Младший научный сотрудник, лаборатория психологии подростка, Психологический институт РАО, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009 Москва, Россия.
E-mail: parhomenkoanna86@mail.ru

Марцинковская Татьяна Давидовна. Доктор психологических наук, профессор, заведующая лабораторией психологии подростка, Психологический институт РАО, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009 Москва, Россия; заведующая лабораторией психологии личности, факультет психологии, Московский государственный областной университет, ул. Радио, д. 10А, 105005, Москва, Россия.
E-mail: marsinkovskaya@psystudy.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Стиль psystudy.ru

Аянян А.Н., Марцинковская Т.Д. Социализация подростков в информационном пространстве. Психологические исследования, 2016, 9(46), 8. <http://psystudy.ru>

Стиль ГОСТ

Аянян А.Н., Марцинковская Т.Д. Социализация подростков в информационном пространстве //

Психологические исследования. 2016. Т. 9, № 46. 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/2016v9n46/1262-ayanyan46.html>

[К началу страницы >>](#)