

Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход



English version: [Golubeva N.A., Martsinkovskaya T.D. Informational socialization: the psychological approach](#)

Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия

[Сведения об авторах](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Раскрываются особенности психологического подхода к изучению информационной социализации и влияния информационной культуры на личность и общение подростков, разделяются понятия «информационное пространство» и «информационное поле». Доказывается, что информационные поля могут рассматриваться в качестве специфических институтов социализации. На примере эмпирического исследования информационных предпочтений старшеклассников московской школы ($n = 36$), учащихся московской школы искусства ($n = 28$) и подростков, эмигрировавших с родителями в Германию ($n = 23$), доказывается важность совместного исследования внешних и внутренних факторов, влияющих на процесс информационной социализации. Раскрывается влияние социальной ситуации, в том числе информационного пространства, а также ценностей и увлечений подростков на выбор источников информации, на предпочтение различных по форме и содержанию средств массовой информации.

Ключевые слова: информационная социализация, информационная культура, информационное пространство, информационное поле, информационные предпочтения, ценностные ориентации, мотивация

Особенности современной социализации

Процесс социализации в современной социальной ситуации имеет ряд особенностей, связанных с изменением макроконтекстов социализации, и микросредой, социальной ситуацией развития детей и подростков.

В условиях глобализации и «сужения» географического пространства происходит расширение пространства межличностных контактов, взаимодействия между людьми разных культур, разных социальных и этнических групп. Это приводит к необходимости осознания различий в культуре и нормах поведения уже в детском возрасте и формирования у детей и подростков толерантности к мультикультурному окружению.

На развитие современных концепций социализации большое влияние оказывает и ситуация неопределенности. Характерной чертой неопределенности является тот факт, что не всегда можно предсказать, как будет вести себя человек в будущем, как отреагирует даже на знакомые раздражители. Неопределенность связана с постоянными трансформациями ценностей, норм, эталонов в современном, изменяющемся мире. В обществе постоянно меняются «правила игры» даже в относительно стабильных социальных группах [Методологические проблемы современной психологии, 2005].

Исходя из этого, можно констатировать, что процесс социализации как таковой происходит не только

в первые 10–15 лет жизни, но на протяжении всего жизненного пути. Поэтому в настоящее время говорится о принципиальной непрерывности процесса социализации.

В контексте идеи о непрерывности процесса социализации появляется и термин «ресоциализация». Первоначально этот термин использовался только для обозначения процесса «вторичного» вхождения индивида в социальную среду в результате каких-либо «дефектов» социализации (ресоциализация освобожденных из мест лишения свободы) или в результате смены социокультурного окружения (ресоциализация мигрантов). В настоящее время понятие «ресоциализация» понимается как осознанное изменение поведения человека в ситуации очевидного социального неуспеха, а ее основной характеристикой является умение ориентироваться в непредвиденных социальных ситуациях.

Еще одной важной характеристикой современной социализации является тот факт, что она проходит в условиях «текущей современности» (З.Бауман) [Бауман, 2008]. При «жесткой культуре» возможны определенные, жесткие нормы, правила и институты социализации, четко определяющие технологии и результаты воздействия взрослых на подростков. Современная многомерная культура предполагает «жидкую» социализацию, в которой возможно многоаспектное и ненаправленное воздействие, а результат может быть отсроченным, латентным.

Важным моментом является и вопрос о способе трансляции норм и ценностей и о ведущих направлениях этой трансляции. С этой точки зрения одним из важнейших аспектов социализации является информационная социализация.

Информационная социализация и информационная культура

В современных работах для характеристики современного общества используются частично совпадающие понятия – информационное общество, информационная культура и постиндустриальная культура. При этом информационная культура рассматривается и как особый вариант культуры, детерминированный, прежде всего, воздействием массовых СМИ. Отсюда возникает и понятие массовой культуры, которая, безусловно, является не результатом самостоятельного развития искусства и науки, но следствием прямой интервенции СМИ в процесс популяризации определенных видов художественного продукта в массовое сознание. Не вдаваясь в анализ и, тем более, в оценку данного явления, отметим только, что популяризация культуры, приобщение к ней большого числа не очень подготовленных к ее восприятию людей с очевидностью привело к тому, что «не Гоголя и Пушкина» понес «мужик с базара», но в лучшем случае Дали и Уорхола. Отметим здесь еще одну важную деталь, связанную с тем, что доминировавший в 19-м веке вербальный тип европейской культуры (Гоголь и Пушкин) повсеместно трансформировался в визуальный, а в последние годы – и в аудиовизуальный [Марцинковская, 2007].

Если же говорить вслед за Д.Беллом [Белл, 1999] о постиндустриальном обществе и, как следствие, о постиндустриальной культуре, необходимо подчеркнуть справедливость его положения о все возрастающем значении компьютеров, электронных СМИ, сотовых сетей и т.д. не только в развитии социума, но и современного человека. И тут возникает проблема, связанная с тем, что при достаточно большом числе философских, социологических и культурологических исследований, посвященных роли информации в социальной эволюции, собственно психологических работ, анализирующих мотивационные, когнитивные, личностные изменения, происходящие с субъектами информационного общества, крайне мало.

Говоря о важности изучения собственно психологических аспектов информационной социализации, отметим также значение идей Э.Торфлера, который выделил несколько этапов в процессе информационной эволюции общества. Он писал о «первой волне» (аграрная цивилизация), «второй волне» (индустриальная цивилизация) и «третьей волне» информационного развития социума [Торфлер, 1999].

Особенно важным с точки зрения психологических исследований информационной социализации является предложенное Тоффлером понятие клип-культуры, то есть культуры основанной на «клипах» информации. Клип-культура порождает клиповое сознание, в котором, по мнению Тоффлера, нет места рефлексии и воображению. Как пишет М.С.Гусельцева, Тоффлер под клипами информации понимал вспыхивающие в сознании фрагменты, которые невозможно уложить в старые категориальные рамки не только потому, что они обрывочны, бессвязны и текучи, но и потому, что готовой картины реальности в «текучей современности» в принципе нет и потребители информации должны сами ее сконструировать [Гусельцева, 2010].

В то же время, если говорить о молодежной аудитории, в первую очередь надо иметь в виду то, что и ведущая для них музыкальная информация подается сознательно в виде отрывочных сюжетов, перемежающихся картинок, которые в музыкальных клипах и не рассчитаны на то, чтобы их встраивали в категориальные рамки. Зрители-слушатели должны не сконструировать информацию, но пережить ее, что, с одной стороны, проще, так как не требует высокого уровня рефлексии, но, с другой стороны, сложнее, так как должно непосредственно войти в сознание и самосознание подростков, апперцептируясь с тем интенциональным знанием, которое уже мотивирует многие их поступки, в том числе и информационные выборы [Категория переживания в психологии и философии, 2004; Марцинковская, 2009]. Необходимо подчеркнуть, что клиповый способ подачи информации давно перешел из музыкальных сюжетов в другие программы, в том числе и в рекламные, художественные и даже информационные ролики. Однако и в этом случае основной акцент делается не на осознании, но на переживании, что усложняет исследование информационной социализации в когнитивистской и конструкционистской парадигмах [Андреева, 2000; Социальная психология в современном мире, 2002].

Теоретические основания изучения информационной социализации

Теоретико-методологические положения 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. Исходя из этого, становится очевидно, что особенность процесса современной социализации приводит к необходимости разработки как новой методологии и новых методов исследования, так и новых технологий и средств воспитания и образования [Харре, 1995; Бергер, Лукман, 1995]. Поэтому одной из важнейших проблем является изучение процесса информационной социализации, которая в настоящее время носит стихийный характер.

Изучение особенностей информационной социализации подростков позволяет конкретизировать представления как об общих закономерностях процесса социализации, так и об особенностях в процессе восприятия и переработки разных видов информации, а также влияния на этот процесс социально-личностных и индивидуально-личностных характеристик подростков. Необходимо отметить и тот факт, что процесс информационной социализации и его содержание у российских старшеклассников имеют значительные отличия по сравнению с юношами и девушками других стран. Различия в ментальности, в ценностных ориентациях, в степени социальной укорененности не могут не сказаться и на выборе источников информации, и на отношении к ним, и на содержании транслируемых СМИ и СМК ценностей, норм и эталонов. В связи с этим материалы, полученные зарубежными учеными, не могут быть полностью отнесены к нашей действительности и нуждаются в уточнении и коррекции.

Говоря об информационной социализации, необходимо подчеркнуть и то, что в настоящее время в психологии это понятие не операционализировано в должной мере, так же как не разделены такие термины, как «информационная культура», «информационное пространство» и «информационное поле» [Марцинковская, 2010].

Культура может рассматриваться как синергетический фактор, структурирующий и выстраивающий процесс социализации и становления идентичности в кризисные периоды, являющиеся бифуркационными точками в развитии личности. Культура информационного общества предполагает

исследование не только когнитивных, но и эмоционально-личностных и поведенческих аспектов процесса информационной социализации. При этом можно, вслед за Н.Винером, рассматривать информацию как один из способов организации, структурирования образа мира, что накладывает особую ответственность на носителей информации и способы ее подачи подросткам и молодежи [Марцинковская, 2010].

Однако главным моментом, определяющим и значение, и сложности, возникающие в процессе изучения информационной социализации, заключается то, что мир стал более широк и открыт, поэтому для полноценного представления о нем недостаточно только личных знаний и/или знаний близких, важна более структурированная, масштабная и объективная информация [Прихожан, 2010]. Однако одновременно с пониманием значимости именно такой информации встает осознание и того, что ни один источник информации такого знания не дает по многим причинам, важнейшими среди них являются психологические. Дело в том, что отмечаемый социальными психологами и лингвистами факт, что любое понимание есть одновременно и непонимание (А.А.Потебня), в данном случае переходит из сферы межличностного общения на коммуникацию «источник информации – реципиент» и приобретает более масштабный характер.

Соотношение процессов кодирования и декодирования информации, соотношения значений – представлений – понятий и смыслов заслуживает отдельного серьезного разговора и исследования [Шпет, 1996]. Но даже при самом поверхностном анализе влияния внешней и внутренних форм разных средств информационного воздействия становится ясной важность при исследовании информационного воздействия и информационной социализации психологического анализа всех пяти компонентов схемы массовой коммуникации, предложенной Г.Лассуэллом: кто сказал, что сказал, через посредство какого канала коммуникации, кому и с каким результатом.

Анализ этой схемы показывает, что с наибольшей степенью объективности мы можем определить лишь первую и третью части этой схемы – кто сказал и посредством какого канала. С нашей точки зрения, эти компоненты тесно связаны между собой, так как представляют две стороны одного информационного поля – кто, то есть какое именно средство информации и к какой категории (печатной, аудио, визуальной и т.п.) оно принадлежит, то есть на какой канал восприятия воздействует прежде всего. Исходя из многочисленных данных, полученных в психологических исследованиях за последние десятилетия, можно увидеть, что люди склонны выбирать определенные источники информации в том числе и исходя из индивидуальных особенностей восприятия и переработки информации. Так, выделяются люди когнитивно простые и когнитивно сложные, предпочитающие вербальный, образный или слуховой анализаторы в качестве ведущих при выборе способов получения информации. Одни предпочитают информацию, носящую досуговый характер, расслабляющую, другие, наоборот, стимулирующую к действию, помогающую быстро сориентироваться в выборе способа поведения, третьим важна информация, побуждающая к размышлению, анализу различных позиций. Исходя из этого, можно предположить, что анализ индивидуальных и личностных особенностей людей может быть одним из способов как прогнозирования выбора СМИ, так и выбора способа максимально эффективного воздействия.

С точки зрения интенциональности и изучения уровня интериоризации полученной информации наиболее интересными и сложными для исследования являются первый и последний компоненты схемы Лассуэлла, то есть – что было сказано и к какому результату это может привести. Данные, полученные при изучении каузальной атрибуции, показывают, что причинно-следственные отношения при анализе свершившихся поступков крайне неоднозначны и лежащая на поверхности причина часто не имеет отношения к данному поступку. Именно поэтому поступок и не может рассматриваться в качестве феномена личности и способа изучения ее идентичности [Методологические проблемы современной психологии, 2005]. Таким образом, междисциплинарность подхода является важнейшим методологическим принципом и гарантией успешности решения возникающих перед учеными и педагогами сложных задач в процессе изучения информационной социализации. При этом ведущими составляющими этой междисциплинарности становятся социальная и возрастная психология, лингвистика (семиотика), культурология и теория познания.

Можно говорить о двух разных подходах к исследованию информационной социализации – внешнем, изучающем, прежде всего, виды и способы подачи информации, и внутреннем – изучающем, главным

образом, как перерабатывается, присваивается информация и к каким последствиям в структуре и поведении личности эта информация приводит.

Информационное пространство не может рассматриваться изолированно от общего пространства социализации человека, оно входит в общую структуру поля социализации. В то же время, если динамика и институты социализации исследованы достаточно широко и многогранно, то разные виды и источники информации, которые также могут рассматриваться как разновидность социализационных институтов, практически не изучены.

Разделяя понятия информационного пространства как общего социокультурного пространства, в котором живут, общаются и действуют люди, и понятия информационного поля, представляющего конкретный источник или группу источников информации, представляется целесообразным выделить несколько критериев, на основании которых можно разделить источники информации на группы.

Таковыми критериями могут быть:

- степень влияния и/или степень доверия к информации;
- форма представленности информации (визуальная, вербальная, аудиоинформация);
- принадлежность к определенным информационным группам (печатные или электронные, фильмы, книги, журналы, музыка и т.д.);
- содержание информации (искусство, здоровье, развлечения, хобби, мода, косметика, автомобили и т.д.);
- целевая направленность информации (возрастная, гендерная, профессиональная, и т.д.)

В зависимости от института социализации (издания, группы изданий) и в соответствии с его особенностями происходит процесс категоризации и, затем, самокатегоризации подростков. На основании этого вырабатывается не только отношение / переживание представленной в данном виде издания информации, но и выбор группы, стиля поведения, иногда и стиля жизни в целом. Поэтому часто по выбору наиболее значимого для подростка источника информации можно судить и о его интересах, и о группе идентичности, и, наоборот, можно на основании самокатегоризации или групповой идентичности предположить направление информационной социализации [Марцинковская, 2010].

Несомненно, что информационная социализация связана с социальными представлениями людей, так как установки и апперцептивные поля людей 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.

Особый интерес в этом плане представляют электронные средства массовой информации, как в плане способа подачи материала, так и в плане более глубокого воздействия на личность реципиентов. При этом важным моментом является то, что 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.

Можно говорить о двух вариантах влияния СМИ и СМК на подростков в зависимости от формы этого влияния – непосредственной или опосредованной разными факторами и условиями.

Непосредственное, прямое влияние основывается на механизмах эмоционального заражения и обуславливания. Другая форма влияния опосредуется индивидуально-личностными и социально-личностными факторами.

В качестве оптимального источника прямого информационного влияния можно рассматривать искусство в различных его формах. Учет / неучет культуры и культурных особенностей восприятия и переработки информации сказывается и в формах презентации информации, и в степени доверия к ней подростков. При этом надо учитывать, что, как уже подчеркивалось выше, несмотря на тот факт, что российская (как и вся европейская) культура является вербальной, в настоящее время начинает все больше доминировать визуальный способ восприятия информации. Об этом важном феномене пишут многие ученые, констатирующие изменение способа восприятия мира. Еще недавно для большинства людей слово являлось одним из основных носителей информации и параметров, на

основании которых выстраивалось представление об окружающем.

Сегодня ведущей образующей картины мира становится образ, а основную информацию несут зрительные гештальты, поэтому такую актуальность приобретают работы психологов, которые исследуют способы перекодирования вербальной информации в образную. При этом важным моментом является способность того или иного образа не только нести информационную нагрузку, но и вызвать определенные переживания. С этой точки зрения оптимальными в качестве информационных эталонов являются художественные образы. Совершенно справедливо считается, что художественный образ несет определенную содержательную и смысловую нагрузку, а форма художественного произведения, дополняясь эмоциональными смыслами, помогает восприятию через отождествление творца и зрителя, идентификацию их образов и слияние смыслов и эстетических переживаний.

Эмпирическое исследование информационных предпочтений современных подростков

Расширение информационного пространства и увеличение роли средств массовой информации (СМИ) и массовой коммуникации (СМК), помимо значительных позитивных эффектов, одновременно увеличивает возможность возникновения риска выбора неадекватного (негативного) объекта подражания, особенно в юношеском возрасте. Распространение Интернета, являющееся, преимущественно, позитивным явлением, таит в себе опасность развития мнимой идентичности, ухода от реального общения в виртуальное пространство, частичной аутизации.

Говоря о роли личностных качеств в процессе восприятия, переработки и интернализации информации, можно констатировать, что на сегодняшний день известно только о роли таких черт и состояний, как напряженность, эмоциональная неустойчивость, неуверенность, характер влияния воспринимаемой информации и степень восприимчивости к ней. При этом необходимо подчеркнуть, что развитие агрессивного поведения (но не агрессивности как черты личности) в этом возрасте зависит не столько от информации, сколько от ее совпадения с эмоциональным состоянием подростков.

Эти факты актуализируют эмпирические исследования информационных предпочтений современных подростков..

Методы

Для анализа информационных предпочтений подростков и исследования популярности различных средств массовой информации и массовой коммуникации подростков был разработан опросник «Информационные предпочтения» [Марцинковская, 2010]. Было выделено пять основных сфер: источники получения информации, средства коммуникации, временные параметры использования источников информации, проблема доверия и избирательности в отношении информации.

Исследование проходило в два этапа: на первом этапе исследования участвовали старшие подростки (15–17 лет) московских школ – общеобразовательной (36 учеников 10–11-х классов) и художественной (28 учеников). На втором этапе обследовались старшие подростки (15–17 лет) немецкой гимназии города Lahr (23 ученика 11–12-х классов), проживающие в настоящее время в Германии, куда переехали с родителями в период с 2007 по 2008 г.

Результаты

Самым популярным источником получения информации у московских подростков является Интернет (10–11-й класс общеобразовательной школы – 100%, школа искусств – 92,85%), у старшеклассников немецкой гимназии самым популярным источником информации являются сверстники.

Дальше единство мнений среди московских подростков заканчивается, и уже в отношении второй по значимости категории обнаруживаются существенные расхождения между тремя группами подростков.

На втором месте по популярности у учащихся общеобразовательной школы стоит телевидение и сверстники (77,8%), у учащихся школы искусств – книги (71,42%), учеников немецкой гимназии – Интернет (73,9%). На третьем месте у учеников общеобразовательной школы стоит музыка, (44,44%) и игры (чуть менее 42%), у учеников школы искусств – сверстники и учителя (64,3%), также был предложен другой вариант ответа – это посещение театра, экскурсии, музеи (42,85%). Ученики немецкой гимназии отметили печатные издания (52,17%), среди важных источников получения информации были выделены также учителя и прослушивание музыки (43,47%) (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение различных источников информации по степени популярности использования среди подростков, %

Учащиеся	1	2	3	4	5	6	7	8	9
общеобразовательной школы	100,0	77,8	44,4	77,8	2,8	0,0	41,7	2,8	2,8
школы искусств	92,9	25,0	35,7	64,3	10,71	71,4	7,1	64,3	42,9
немецкой гимназии	73,9	17,4	43,5	100,0	52,17	13,0	0,0	43,5	17,4

Примечания. Источники информации: 1 – Интернет, 2 – Телевидение, 3 – Музыка, 4 – Сверстники, 5 – Печатные издания, 6 – Книги, 7 – Игры, 8 – Учителя, 9 – Другое.

Данные различия в выборе источников получения информации связаны с тем, что у всех московских старшеклассников есть дома Интернет, активно используется сотовая связь для выхода в Интернет. Таким образом, московский старшеклассник может пользоваться доступом к Интернету в любое время и в любой удаленности от домашнего компьютера, как говорят старшеклассники: «Я всегда on-line». В плане домашнего использования доступа к Интернету выявлена существенная зависимость от места жительства респондента: если старшеклассники московской школы – все активные пользователи (практически 100%), пользуются сетью из дома, у 26% старшеклассников г. Лара отсутствует дома Интернет.

У подростков-эмигрантов по популярности Интернет оказался на втором месте, так как доступ к Интернету ограничен, не у каждого дома есть Интернет, многие пользуются общественными местами для выхода в Интернет через Wi-Fi (кафе, торговые центры). Как объясняют старшеклассники, родители ограничивают использование Интернета временными рамками, Интернет используется для учебных целей, и небольшое количество времени выделяется для общения со сверстниками. Таким образом, основным источником получения информации становятся сверстники, которые являются трансляторами СМК и СМИ-ценностей, норм и эталонов. Через сверстников подростки получают основной поток информации о национальных традициях, об особенностях культуры.

Очень показательны расхождения между тремя группами подростков в выборе телевидения как источника информации. Старшеклассники гимназии г. Лара телевидение практически не отметили. На вопрос: «Смотрите ли вы телевизор?» все респонденты ответили, что практически нет. Телевидение выступает для них скорее фоном, телевизор, как правило, смотрит старшее поколение. Такие же результаты были получены по ученикам школы искусств.

Для старшеклассников общеобразовательной школы телевидение выступает не только как фон, но и как основной источник музыкальных новинок, фильмов, многие указывали на получение научной и познавательной информации через передачи и новости.

Стоит отметить, что при выборе источников информации подростки общеобразовательной школы

практически не указывали в этом качестве учителей. Учащиеся школы искусств и учащиеся немецкой гимназии, напротив, особое внимание уделяли учителям как источнику получения значимой информации.

В ходе исследования по параметру «временные характеристики использования источников информации» отмечаются различия во времени использования Интернета между старшеклассниками московской школы и немецкой гимназии. Чаще всего московские старшеклассники, пользующиеся Интернетом, проводят в сети от трех до пяти часов (75%). В выходные дни наблюдается увеличение активности в использовании Интернета (78,57%). Подростки предпочитают проводить выходные за общением в социальных сетях со своими сверстниками, обсуждать интересные темы на форумах. Лишь у 19,44% в выходные дни время проведения в сети достигает пяти-семи часов (чаще всего данные подростки проводят время за онлайн-играми). У 73% подростков в выходные дни более пяти часов уходит на просмотр телевизора (развлекательные передачи, музыкальные каналы, просмотр фильмов), в будние дни на просмотр телевизора уходит 60–90 минут.

Учащиеся немецкой гимназии в сети проводят от тридцати минут до трех часов (73,9%), чаще всего это время тратится на общение с друзьями в социальных сетях, а также на поиск необходимой информации. В выходные дни 30,43% пользователей вообще не пользуются Интернетом.

У учеников немецкой гимназии мы видим снижение использования Интернета в выходные дни практически до 10–30 минут. Данные результаты мы связываем с особенностями социальной ситуации развития; в Германии высоко развита социальная сфера обслуживания, принято, чтобы подростки приучались к социальным работам, поэтому многие подростки в свои выходные занимаются социальными работами, время на использование Интернета и просмотр телевизора существенно сокращается. На вопрос: «Как вы проводите свои выходные?» Учащиеся немецкой гимназии давали ответ, что по выходным они работают, как правило, работа в ресторанах, кафе, работа в парке развлечений, многие занимаются социальными работами. А вечера проводят в компании сверстников, ходят в кино, кафе. Поэтому в выходные мы наблюдаем снижение активности использования Интернета.

Подобную картину мы наблюдаем по учащимся школы искусств. Время проведения в Интернете в будние дни составляет от 30 минут до трех часов (75%). Данное время используется на поиск необходимой информации (информация для учебных целей), а также на общение со своими сверстниками в социальных сетях. В выходные дни время, проведенное в Интернете, составляет от 30 до 60 минут (67,85%). Этого времени достаточно, чтобы проверить новости, просмотреть свою страничку в социальной сети, посмотреть необходимую информацию для учебных целей. Как правило, в выходные дни учащиеся школы искусств тратят время на культурно-познавательные мероприятия: экскурсии, поездки, выступления, походы в театры и музеи – более трех часов (100%). Полученные данные объясняются спецификой дополнительного образования в школе искусств.

Противоположная картина наблюдается у учащихся общеобразовательной школы, у которых время пользования Интернетом в выходные дни возрастает в 2–2,5 раза.

Информация, которая больше всего интересует учеников общеобразовательной школы, – это музыка (83,3%), учеников детской школы искусств – разная познавательная информация / информация для учебных целей (78,57%), учеников немецкой гимназии больше всего интересует развлекательная тематика (91,3%). На втором месте у учеников общеобразовательной школы стоит скачивание разного рода программ (77,8%), у учеников школы искусств – культура / наука (64,3%), у учеников немецкой гимназии на втором месте стоит скачивание музыки / музыкальные новинки (73,9%). На третье место ученики общеобразовательной школы поставили развлекательную информацию: видеоролики / фильмы / игры (47,2%), учащиеся школы искусств также выделили музыку и скачивание разного рода программ (36,7%), у учеников немецкой гимназии – спорт (52,7%), а у учеников детской школы искусств – информация о природе, животном мире (38,9%) (см. табл. 2).

Таблица 2

Распределение предоставляемой информации по степени значимости и привлекательности среди подростков, %

Учащиеся	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Общеобразовательной школы	83,3	44,4	77,8	75,0	2,8	13,9	47,2	13,9	0,0
Школы искусств	36,7	35,7	64,3	32,1	0,0	10,7	46,4	39,3	78,6
Немецкой гимназии	73,9	52,2	17,4	43,5	4,3	4,3	91,3	21,7	0,0

Примечания. 1 – Музыка, 2 – Спорт, 3 – Культура /Наука, 4 – Скачивание программ, 5 – Экономика, 6 – Политика, 7 – Развлечения, 8 – Природа / Животные, 9 – Познавательная информация.

Среди различных информационных тем наиболее популярными, вызывающими интерес, у московских старшеклассников оказались развлекательные. Чаще всего речь идет о прослушивании музыки, скачивании разного рода программ, получение новой информации / поиск материалов для учебных целей, просмотр разного рода видеороликов или фильмов. Особое предпочтение отдается онлайн-играм.

Среди учащихся школы искусств прослеживается четкая ориентация на познавательную сферу, а также на информацию, связанную с их профилирующим видом деятельности (танцы).

Учащиеся немецкой гимназии предпочли развлекательную и спортивную тематику. Отмечая основные мотивы контакта с медиа, московские подростки поставили на первые три места «стремление получать новую информацию», «стремление услышать любимую музыку» и «поиск материалов для учебных целей». Учащиеся немецкой гимназии предпочли «стремление к развлечению», «стремление получить новую информацию» и «стремление просто занять свободное время». Мы полагаем, что московские старшеклассники большее значение придают медиа, ищут в них поддержку для решения личностных, учебных проблем и ориентиры на будущее.

Стоит отметить, что старшеклассники московской школы готовятся к выпускным экзаменам, многие ходят на подготовительные курсы в вузы, в которых потом планируют учиться. На данном этапе идет профессиональное самоопределение. Поиск информации в первую очередь связан с учебной деятельностью (подготовка к вузу). Учащиеся немецкой гимназии рассматривают медиа в основном в развлекательном диапазоне. 11-й класс для них не является выпускным, на следующий год они поступают в 12-й класс, поэтому проблема самоопределения еще не стоит так остро, возможно, поэтому сфера развлечений для немецких старшеклассников приоритетнее поисковой.

Возможно, данные расхождения связаны со степенью доступности Интернет-ресурсов в России и Германии. У московских школьников есть возможность скачивать игры, программы, книги, находящиеся в свободном доступе Рунета. На немецких же сайтах очень затруднительно что-либо скачать бесплатно, так как в обществе следят за исполнением закона об авторском праве. Данным обстоятельством объясняется высокий интерес к онлайн-играм со стороны московских школьников и отсутствие данного интереса со стороны учащихся немецкой гимназии.

Наименее популярными темами у всех подростков стали экономика и политика, хотя стоит отметить, что особое внимание среди учащихся немецкой гимназии отдается новостям (43,47%).

Самую интересную для себя информацию все подростки получают из Интернета (учащиеся общеобразовательной школы – 94,4%, школа искусств – 78,6%, учащиеся немецкой гимназии – 82,6%). На втором месте у учеников общеобразовательной школы – телевизор (более 50%-58,3%), у учеников детской школы искусств – книги и познавательные поездки (50%), у учащихся немецкой гимназии – учителя (69,6%). На третьем месте у всех подростков – друзья и близкие люди (41,7%; 46,4%; 56,5%).

Предпочтение среди источников получения интересной информации среди трех групп подростков отдается Интернету. Интернет для подростков является важным источником получения самой интересной информации.

Отмечается разница в выборе источника для получения интересной информации между детьми из общеобразовательной школы, учениками школы искусств и учениками немецкой гимназии.

Показательно, что для учеников школы искусств книги и познавательные поездки являются одним из ведущих источников получения интересующей их информации. Можно предположить, что данный выбор связан с профилирующим (творческим) видом деятельности подростков (ученики школы искусств часто выезжают в театры, музеи, экскурсии). Для учеников немецкой гимназии вторым источником по значимости являются учителя, в то время как у учеников общеобразовательной школы предпочтение отдается телевидению.

Стоит также отметить, что среди всех подростков особую роль в получении информации играют сверстники, так как в подростковом возрасте ведущим является интимно-личностное общение, а сверстники – один из основных источников трансляции различного рода информации.

С точки зрения доверия к источнику информации структура информационного пространства существенно меняется по сравнению с интенсивностью использования различных источников информации. Если указание на активное использование Интернета сделала вся выборка московских учеников (100%), то доверяют Интернету существенно реже. Наибольшим доверием среди учеников общеобразовательной школы пользуется телевидение (58,3%) и сверстники (57,7%), у учащихся школы искусств – значимый взрослый (53,6%) и сверстники (35,7%), у учеников немецкой гимназии – сверстники и учителя (87,0%). Степень доверия у московских старшеклассников существенно возрастает лишь при анализе информации, полученной из нескольких источников (ученики общеобразовательной школы – 69,4% учащиеся школы искусств – 75%) (см. табл. 3).

Таблица 3

Результаты исследования доверия к определенным источникам информации в подростковой среде, %

Учащиеся	1	2	3	4	5
общеобразовательной школы	30,6	61,1	55,6	19,4	69,4
школы искусств	28,6	10,7	35,7	53,6	75,0
немецкой гимназии	43,5	4,3	87,0	87,0	4,3

Примечания. 1 – Интернет, 2 – Телевидение, 3 – Сверстники, 4 – Учителя, 5 – Несколько источников информации.

Обоснованием таких результатов послужили ответы старшеклассников: «Степень доверия к Интернету связана с тем, что в Интернете, как правило, представлено много информации, на основании анализа этой информации я делаю вывод, по возможности согласую достоверность информации со знакомым человеком, который может дать информацию по возникшему вопросу». Ученики немецкой гимназии доверяют сверстникам и учителям (87,0%), так как на период адаптации русских эмигрантов сверстники и учителя являются важными трансляторами культуры, которую подростки должны изучить и принять. Данный показатель полностью согласуется с социальной ситуацией, в которой находятся русские переселенцы. Таким образом, в данном случае мы видим совпадение значений интенсивности использования источника и степень доверия.

Ученики общеобразовательной школы предпочитают читать книги, которые им советуют друзья и родители (33,3%). Самая популярная книга «Сумерки»; стоит отметить, что среди учащихся немецкой гимназии также многие отметили данную книгу (порядка 40%). Возможно, ее популярность вызвана не советом родителей и друзей, а масштабной рекламой СМИ. Большой процент учеников общеобразовательной школы (52,8%) признали, что совсем не читают книг; учащиеся школы искусств предпочитают читать классическую литературу, как российскую, так и зарубежную (64,3%), также большой процент учеников выбирает тематические книги, связанные со сферой их увлечений (50%). Учащиеся немецкой гимназии отметили, что читают книги в рамках учебной литературы (69,6%), в основном же книгам они предпочитают печатные издания (молодежные журналы) – (87,0%).

Учащиеся общеобразовательной школы предпочитают слушать РЭП (86,1%), РОК (74,4%), R'n'B (72,2%), учащиеся школы искусств – R'n'B (89,3%), классическую музыку (64,3%), ПОП (42,9%), учащиеся немецкой гимназии – ПОП (78,3%), Хаус/Электроника (73,9%).

Обсуждение

Особую роль в социализации подростков играет глобальная сеть Интернет – у всех московских подростков, участвовавших в исследовании, самым популярным источником получения информации являлся Интернет, который к тому же знакомил их и с самой интересной, с точки зрения всех подростков, информацией.

Учащиеся немецкой гимназии свое предпочтение отдали сверстникам, которые являются для них основным источником получения разного рода информации, в том числе самой интересной. Возможно, это связано с тем, что наиболее значимой на этапе адаптации к новым условиям жизни является именно информация от сверстников, попавших в сходную ситуацию и переживающих те же проблемы. Напротив, информация в СМИ связана, в первую очередь, не с их конкретными проблемами, но с вопросами, которые волнуют немецких подростков и не всегда интересны нашим эмигрантам.

Различия в результатах выявлены и по характеру информации, которая больше интересует учеников. Так, учащихся московской школы большего всего интересует молодежная и культурно-познавательная информация и информация, связанная с их увлечениями (музыка, спорт). Учащихся детской школы искусств больше интересует познавательная информация и информация, связанная с их увлечениями. Учащихся немецкой гимназии больше интересует развлекательная информация, а также информация, связанная с их увлечениями. Можно предположить, что данные различия связаны с тем, что подростки московской школы готовятся к поступлению в вузы, перед ними остро стоит проблема профессионального самоопределения. Учащиеся гимназии, остаются в рамках своего учебного заведения, поэтому на данный момент проблема профессионального самоопределения не стоит так остро и приоритет отдается развлечениям и коммуникации со сверстниками.

С возрастом внимания подростков к телевидению и видео прослеживается падение их интереса к чтению. Учащиеся общеобразовательной школы практически не читают, а если и читают, то уделяют книгам совсем немного времени. Иная картина наблюдается среди учеников школы искусств (их ярко выраженный интерес – книги). Подростки этой группы предпочитают читать классическую литературу, а также тематическую литературу, связанную с их сферой увлечения.

Различия наблюдаются и в выборе музыки. Интересными музыкальными течениями для подростков общеобразовательной школы являются РОК, РЭП, R'n'B, а вот учащиеся школы искусств предпочитают слушать R'n'B, классическую музыку и ПОП. Скорее всего, данный выбор также связан со сферой интересов подростков (в данном случае – танцевальное направление), а выбор классической музыки, возможно, обусловлен уроками музыкальной литературы и сольфеджио.

По степени доверия источникам информации были получены следующие результаты. Подростки общеобразовательной школы в большинстве своем доверяют Интернету, а ученики школы искусств – родителям и учителям. Возможно, данное расхождение в результатах связано с тем, что учащиеся школы искусств чаще проводят время на факультативных занятиях (уроки в музыкальной школе, концерты, поездки), где они непосредственно много контактируют со взрослыми людьми и получают от них значимую и интересную для себя информацию. Учащиеся немецкой гимназии более всего доверяют сверстникам и учителям. Возможно, это связано с тем, что в период адаптации русских эмигрантов сверстники и учителя являются важными трансляторами культуры, которую подростки должны изучить и принять.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило, что средства массовой информации являются специфическим агентом, играющим огромную роль в процессе социализации подростков.

Анализ представленных данных показывает, что выбор СМИ и сам информационный мир подростков одного и того же возраста существенно различается у подростков, живущих в разных странах. Данные различия тесно связаны и со сферой увлечений подростков, а также с нормами, соответствующими данному обществу. Переезд в другую страну ставит человека любого возраста перед задачами познания и существования в новой социальной реальности. СМИ существенно влияют на усвоение социальных норм, формирование ценностных ориентаций. Посредством СМИ подростки могут удовлетворить свои желания и стремления в сферах развлечения, познания и коммуникации.

Полученные материалы доказывают необходимость совместного исследования как внешних (особенности информационного пространства), так и внутренних (интересов и ценностей) факторов информационной социализации, что позволит экстраполировать полученные результаты при прогнозировании возможных выборов информационных полей и степени доверия к ним (их влияния) разных групп молодежи.

Малое поселение, независимо от страны, является своеобразным «шагом назад» в общем развитии информационного пространства и, соответственно, информационной социализации подростков, что выражается в меньшем разнообразии выборов и меньшей доступности предлагаемых информационных полей по сравнению с мегаполисами. Различные информационные миры подростков во многом определяют несовпадения в их ценностных ориентациях и стиле жизни.

Интернет становится все более доминирующим и всеохватывающим средством получения информации и развлечений для подростков независимо от места проживания, ценностей и интересов. Он является не только средством общения, но и способом получения важной для подростков информации, которой они доверяют больше, чем телевизионной и даже печатной.

Ценности и интересы определяют, в первую очередь, референтную группу, которая, в свою очередь, влияет на информационные предпочтения молодежи. В то же время осознанная категоризация в процессе формирования групповой идентичности может, в свою очередь, повлиять на информационные выборы как основания для принятия группой.

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 потому при определенных условиях может осуществляться в виртуальном пространстве.

Полученные результаты доказывают, что выбор формы информации во многом определяется возрастом, в то время как содержание – интересами и ценностями подростков. При этом эталоны и ценностные ориентации, детерминирующие информационные выборы и, частично, характер общения, связаны с важной для подростков деятельностью и задаются их социальным окружением.

Финансирование

Исследование выполнено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 10-06-00262-а «Информационная социализация: междисциплинарный и мультипарадигмальный подход».

Литература

Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.

Бауман З. [Bauman Z.] Текущая современность. СПб.: Питер, 2008.

Белл Д. [Bell D.] Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Академия, 1999.

Бергер П., Лукман Т. [Berger P.L., Luckmann T.] Социальное конструирование реальности. М.:

Медиум, 1995.

Гусельцева М.С. Культурно-аналитический подход к феномену информационной социализации // Мир психологии. 2010. N 3. С. 26–34.

Категория переживания в психологии и философии / под ред. Т.Д.Марцинковской. М.: Прометей, 2004.

Марцинковская Т.Д. Искусство в современном мире – новые формы и новые – старые механизмы воздействия // Культурно-историческая психология. 2007. N 2. С. 56–61.

Марцинковская Т.Д. Переживание как механизм социализации и формирования идентичности в современном меняющемся мире [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2009. N 3(5). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 10.09.2011).

Марцинковская Т.Д. Информационное пространство как фактор социализации современных подростков // Мир психологии. 2010. N 3. С. 90–102.

Методологические проблемы современной психологии – парадигмальный и междисциплинарный аспект / под. ред. Т.Д.Марцинковской. М.: Смысл, 2005.

Прихожан А.М. Влияние электронной информационной среды на развитие личности детей младшего школьного возраста [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2010. N 1(9). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 18.09.2011).

Социальная психология в современном мире / под. ред. Г.М.Андреевой и А.И.Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002.

Торфлер Э. Normal 0 false false false RU X-NONE X-NONE MicrosoftInternetExplorer4 /* Style Definitions */ table.MsoNormalTable {mso-style-name:"Обычная таблица"; mso-tstyle-rowband-size:0; mso-tstyle-colband-size:0; mso-style-noshow:yes; mso-style-priority:99; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; mso-padding-alt:0cm 5.4pt 0cm 5.4pt; mso-para-margin:0cm; mso-para-margin-bottom:.0001pt; mso-pagination:widow-orphan; font-size:11.0pt; font-family:"Calibri","sans-serif"; mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:"Times New Roman"; mso-fareast-theme-font:minor-fareast; mso-hansi-font-family:Calibri; mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman"; mso-bidi-theme-font:minor-bidi;} [Toffler A.] Третья волна. М.: АСТ, 1999.

Харре Р. [Harre R.] Метафизика и методология: некоторые рекомендации для социально-психологического исследования // Социальная психология: саморефлексия маргинальности. М.: Изд-во ИНИОН РАН, 1995.

Шпет Г.Г. Психология социального бытия / под ред. Т.Д.Марцинковской; вступительная статья Т.Д.Марцинковской. М.: Изд-во Ин-та практ. психологии; Воронеж: МОДЭК, 1996.

Поступила в редакцию 25 июня 2011 г. Дата публикации: 19 декабря 2011 г.

[Сведения об авторах](#)

Голубева Наталья Александровна. Аспирант, научный сотрудник лаборатории психологии подростка, Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009 Москва, Россия.

E-mail: net-stereotipam@mail.ru

Марцинковская Татьяна Давидовна. Доктор психологических наук, профессор, заведующая лабораторией психологии подростка, Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, стр. 4, 125009 Москва, Россия.

E-mail: marsinkovskaya@psystudy.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Голубева Н.А., Марцинковская Т.Д. Информационная социализация: психологический подход [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 6(20). С. 2. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0061.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТЦ "Информрегистр". 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.]

[К началу страницы >>](#)