

Булацева Белла Нугзаровна

студентка

Научный руководитель

Кудзиева Фатима Сергеевна

канд. социол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный
университет им. К.Л. Хетагурова»

г. Владикавказ, Республика Северная Осетия – Алания

ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: в статье рассмотрена тема социализации молодежи посредством сети Интернет.

Ключевые слова: социализация, молодежь, Интернет.

Одной из характерных черт нашего времени является стремительное развитие средств массовой коммуникации. В настоящее время мало кто не знает, что такое Интернет. Интернет – это глобальная сеть, которая соединяет компьютеры по всему миру и позволяет им обмениваться информацией на разных языках или в разных форматах.

Актуальность исследования. Мы живем в век информации, ежесекундно в Интернете происходит множество событий. Наряду с развитием технологий, появлением социальной сети через различные функции Интернета, число участников становится все больше и больше, а в частности молодые люди с позитивным восприятием, с личными потребностями и позитивным восприятием научно-технического прогресса, а также находящиеся под влиянием большинства средства массовой информации, как в положительных, так и в отрицательных аспектах.

Объектом исследования является процесс социализации молодежи и определяющие его факторы.

Предметом исследования выступает интернет как фактор социализации молодежи.

Цель исследования: изучить особенности социализации молодежи в интернете.

Задачи исследования: изучить сущность и функции социализации личности молодежи, выявить аспекты социализации, на которые влияет Интернет.

В разных словарях социализация определяется как:

1) «процесс усвоения индивидом на протяжении всей его жизни социальных норм и культурных ценностей общества, к которому он принадлежит»;

2) «как процесс усвоения и дальнейшего развития индивидом социокультурного опыта»;

3) как «процесс формирования личности, усвоения и ассимиляции индивидом ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, социальной общности, группе»;

4) как «сложный, многогранный процесс включения человека в социальную практику, приобретение им социальных качеств, усвоение социального опыта и осознание собственной сущности путем выполнения определенной роли в практической деятельности» [1].

Данную тему рассматривали многие социологи. Первые работы, посвященные изучению виртуализации и информатизации общества, а также влиянию медиа на становление и развития современного общества представлены в работах М. Кастельса и М. Маклюэна. Изменения, произошедшие в результате информатизации общества освещены в работах К. Аксаузена, Дж. Винсента, В. Ивницкого, М. Берри, И. Мальковской. Интернет и виртуальные социальные сети исследуются в работах О. Овакимян, С. Коноплицкого, В. Силаевой, Н. Корытниковой, В. Коломиец и С. Кремлевой, В. Щербиной, А. Мохначевой, Е. Демьянова, Е. Ворониной.

Развитие мира в целом, в большей части зависит от молодежи, в частности от их социализации в обществе. Балахтар В.В. утверждает, что на формирование растущей молодежи в процессе социализации влияют: макрофакторы (космос, планета, мир, страна, общество, государство), (мезо – средний, промежуточ-

ный) – условия социализации больших групп людей, выделяемых по национальному признаку (этнос как фактор социализации); по месту и типу поселения, в котором они живут (регион, село, город, поселок); по принадлежности к аудитории тех или иных сетей массовой коммуникации (радио, телевидение, кино, интернет и др.), а также микрофакторы (семья, группы сверстников, микросоциум, организации, в которых осуществляется социальное воспитание – учебные, профессиональные, общественные и др.) [2].

Е.А. Северина в статье «Жанры коммуникаций в Интернет-среде» описывает следующие цели коммуниканта, вступающего в процесс виртуального общения:

1) обмен информацией (подразумевает не только вербальное предоставление определенных данных, но также и обмен аудио- и видеофайлами, графическими изображениями, вложенными файлами и т. д.);

2) создание и поддержание контактов (коммуникант в зависимости от интенции может искать контакты, связанные с его биографией, профессиональной деятельностью, сферой интересов и наклонностей, религиозными и нравственными ценностями);

3) повышение личного рейтинга (данная цель подразумевает самореализацию коммуниканта посредством повышения личного рейтинга благодаря своим знаниям или поступкам, а также как следствие степени пользы данного коммуниканта для сетевого сообщества);

4) развлечение («общение ради общения» является одной из доминирующих целей интернет-коммуникации) [3].

Однако стоит добавить, что некоторые люди «сбегают» от реальной жизни в интернет для того, чтобы отвлечься от проблем, расслабиться.

Так Ефимова Т.В. утверждает, что нынешняя молодежь активно пользуется интернетом как пространством, которое позволяет им высказываться, формировать отношения, обсуждать проблемы, работать, учиться, осваивать новые модели поведения. При этом, в отличие от традиционных агентов социализации (се-

мья, школа и т. д.), которые придают социальному развитию человека целенаправленный и регулируемый характер, интернет вносит в процесс социализации черты стихийности и неконтролируемости. Общаясь в интернет-среде, молодые люди начинают усваивать ценности и нормы, принятые в сетевом сообществе с его размытыми правилами и границами, не имеющими прочной социокультурной базы и традиций [4].

Заключение.

Таким образом, Интернет предоставляя человеку возможности для удовлетворения многих потребностей, превратился из простого множества связанных сетью компьютеров в сообщество пользователей Сети, сообщество людей, соотносящих свое поведение с определенными правилами и законами виртуального пространства. Виртуальная среда становится реальной сферой деятельности, важной частью жизни индивида, меняя многое в самом человеке – стиль, образ жизни, привычки, круг интересов и общения. Основной задачей Интернета является репрезентация пространства повседневности, так как Интернет способен не только, реализовывать задачу социализации; но и наделять явления и феномены общественной жизни определенным статусом, значимостью, престижем.

Список литературы

1. Лисовский В.Т. Социология молодежи: учебное пособие / В.Т. Лисовский. – 1996. – С. 45–54.
2. Балахтар В.В. Социализация молодого поколения как объект воздействия государственной молодежной политики / В.В. Балахтар.
3. Северина Е.А. Жанры коммуникации в интернет-среде / Е.А. Северина // Вестник МГЛУ. – 2013. – №15 (675). – С. 206–215.
4. Ефимова Т.В. Социализация в условиях постиндустриальной культуры / Т.В. Ефимова // Человек и образование. – 2011. – №4. – С. 4–9.