



УДК 316.614:004
DOI

Медиакультура в процессах социализации молодежи в современном обществе

¹ Черкашин М.Д., ² Дагаев Р.Р.

¹ Юго-Западный государственный университет,
Россия, 305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, д. 94

² Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,
Россия, Чеченская Республика, 364037, г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
E-mail: cherkashin07@mail.ru; rash-chelsea@mail.ru

Аннотация. Глобализация, информатизация, постиндустриализация фиксируют данность: в современном мире социальная реальность выстраивается по принципиально новым алгоритмам, которые, безусловно, не могут не отражаться на социализации и идентичности личности и приводят к их глубинным трансформациям. Несмотря на то, что проблема личности всегда была одной из главных в философии, она не может существовать изолированно от общества, которое постоянно приобретает новые характеристики, что требует обновленных концепций личности и ее социализации. Целью данного исследования является теоретическое осмысление влияния медиакультуры на процесс социализации современной молодежи. Методологической основой работы явились философские концепции исследователей, которые в той или иной мере рассматривали проблемы, связанные с трансформацией личности под влиянием социокультурных факторов. Результатом исследования явилась концептуализация трансформации личности и ее социализации в современном общественном бытии в условиях информационной цивилизации. Полученные результаты открывают возможность для принятия управленческих решений по выработке ключевых ориентиров направления эффективной государственной молодежной политики.

Ключевые слова: личность, социализация личности, медиасоциализация, идентичность личности, виртуальная реальность, виртуальные сообщества, киберпространство

Для цитирования: Черкашин М.Д., Дагаев Р.Р. 2022. Медиасоциализация в процессах социализации молодежи в современном обществе. НОМОТНЕТКА: Философия. Социология. Право, 47(4): 736–746. DOI: 10.52575/2712-746X-2022-47-4-736-746

Media Culture in the Processes of Youth Socialization in Modern Society

¹ Mikhail. D. Cherkashin, ² Rashid R. Dagaev

¹ Southwestern State University,
94 50 years of October St, Kursk 305040, Russian Federation;

² A.A. Kadyrov Chechen State University,
33 Subry Kishieva St, Grozny 364037, Chechen Republic, Russian Federation
E-mail: cherkashin07@mail.ru; rash-chelsea@mail.ru

Abstract. Globalization, informatization, post-industrialization fix a given: in the modern world, social reality is built according to fundamentally new algorithms, which, of course, cannot but affect the socialization and identity of the individual and lead to their deep transformations. Despite the fact that the problem of personality has always been one of the main ones in philosophy, it cannot exist in isolation from society, which is constantly acquiring new characteristics, which requires updated concepts of personality and its socialization. The purpose of this study is a theoretical understanding of the conceptual



interpretations of the transformation of the individual and its socialization in modern public life in the discourse of social philosophy. The methodological basis of the work was the philosophical concepts of researchers who, to one degree or another, considered the problems associated with the transformation of personality under the influence of sociocultural factors. The result of the study was the conceptualization of the transformation of the personality and its socialization in modern social life in the conditions of information civilization. The results obtained open up the possibility for making managerial decisions on the development of key guidelines for the direction of an effective state youth policy.

Keywords: personality, personality socialization, media socialization, personal identity, virtual reality, virtual communities, cyberspace

For citation: Cherkashin M.D., Dagaev R.R. 2022. Media Culture in the Processes of Youth Socialization in Modern Society. NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law, 47(4): 736–746 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-746X-2022-47-4-736-746

Введение

Сегодня специфика становления личности и формирование ее ценностей все больше определяются медийно-информационным пространством виртуального характера. Наиболее распространенным термином, представляющим различные формы социализации в социокультурной среде информационного общества, являются медиасоциализация и киберсоциализация. Последние являются социализацией в виртуальном пространстве на основе усвоения медиакультуры и приобретения киберсоциального опыта по его использованию в реальной жизнедеятельности.

Исходя из этого, актуальность исследования проблемы медиакультуры как фактора социализации современной молодежи обусловлена тем, что она имманентна современному массовому обществу, ныне являющемуся исторической реальностью. Более того, медиакультура в этом обществе стала одной из ведущих культурных форм, а в результате процессов глобализации она превратилась в феномен общемирового масштаба, в поле влияния которого вовлечены миллионы людей. В связи с этим значительно расширился круг социальных функций, которые выполняет медиакультура. В частности, именно она обеспечивает стабильность существующей социальной системы, выполняя системообразующие функции по формированию социокультурной среды социализации и бытия человека, выступает в качестве механизма социализации, является основой личностных адаптационных стратегий на основе создания виртуальной реальности.

Следует отметить и то, что становление медиакультуры как фактора социализации связано с расширением рисков для личности в сочетании информационно-технологического и ценностно-манипулятивного аспектов угроз, среди которых наибольшее значение имеют визуализация действительности, ухудшение общего физического здоровья, интернет-зависимость, проблемы в области восприятия информации и мышления. Следовательно, важной социально-философской проблемой является обоснование путей формирования безопасного для социализации молодежи медиакультурного пространства. Поэтому сегодня медиасоциализация становится важным объектом исследования в общественных науках, поскольку изучение этого феномена раскрывает механизмы и закономерности функционирования человека не только в мире медиа.

Кроме уже отмеченных проблем, исследование медиасоциализации молодежи позволяет выявить проявления медиатизации социализации современной личности, формирования ее медиакультуры, медиакомпетентности и т.д.

Для понимания процесса формирования проблемного поля исследований медиакультурного пространства наибольшее значение имеют те научные исследования, которые акцентировали связь трансформаций постиндустриального образца и становление информационно-медийных технологий. Основная идея при этом состоит в том, что информационно-коммуникационные технологии как раз и формируют новое постиндустриальное общество и соответственно новые условия становления и бытия человека в виде медиа культурного пространства.

Проблемы социализации личности с позиций концепций постиндустриализма и информационного общества освещаются в трудах Д. Белла, М. Кастельса, Й. Масуди, О. Тоффлера и др. Особо следует отметить работы М. Маклюэна, в которых обосновывается изменение значения медиа и медиатекстов для процесса формирования человека и его сознания. Исследованию различных проблем жизнедеятельности молодежи, ее социализации, в том числе формированию ее субъект-



ных качеств, посвящены работы Ю. Зубок, С. Иконниковой, И. Ильинского, И. Кона, В. Лукова, Ю. Левады, и др.

Среди отечественных авторов, посвятивших свои исследования пространственному измерению процесса социализации в контексте становления медийно-информационного общества, следует отметить С.В. Бондаренко, Е.В. Елисееву, Н. Кирилову, А.Б. Сорокину, В.А. Плешакова, Н.О. Хазиеву и др.)

Однако анализ медиакультуры и ее идентификационных стратегий усложняется тем, что она переживает постоянные трансформации, а это в свою очередь требует постоянного обновления теоретического дискурса данного феномена. Перед исследователями стоит задача, с одной стороны, пересмотра сущности этих трансформаций, с другой – поиска более эффективного инструментария, способного описывать существенные изменения социокультурной действительности.

Итак, существует значительный корпус философских трудов, посвященных социализации, идентификации, проблеме роли медиакультуры в процессе происходящих изменений. Вместе с тем сложность и неоднозначность социокультурных процессов, определяющих характер «текущей современности», в частности роль медиакультуры в процессах самоопределения и самореализации современной молодежи, оставляют широкое пространство для дальнейшего исследования. Так или иначе возникает комплекс философско-научных проблемных задач по обеспечению:

- системного понимания медиакультурного пространства социализации как формы социального бытия;
- экспликации потенциальной и актуальной свободы человека в медиакультурном пространстве;
- поиска возможностей управлять процессом социализации в медиакультурном пространстве на модельно-парадигмальном и субъектном уровне.

Целью данного теоретического исследования являются комплексный анализ влияния медиакультуры на процесс социализации современной молодежи, выявление эффектов и рисков в этом процессе.

Специфика социализации личности в интернет-медиапространстве

Современный этап развития мировой цивилизации характеризуется фундаментальными изменениями почти во всех сферах общественного бытия: политической, экономической, производственной, социальной и т. п., которые протекают под значительным влиянием становления культуры глобального информационного общества, провозглашающего информацию, знания и постоянное самосовершенствование личности движущими силами общественного прогресса. Мир, в котором протекает жизнь современного человека, как бы разделен на два мира – реальный и виртуальный. Общественные отношения и связи частично переносятся в виртуальную реальность, где индивиды могут взаимодействовать друг с другом и с другими источниками информации [Крамаренко, Сомов, 2013]. В этой связи можно констатировать, что сегодня наше общество превращается в структуру, основой которой является использование сетей – сетевое общество. В текущем информационном пространстве глобальной «сетью сетей» на сегодняшний день стала всемирная сеть Интернет – совокупность локальных и глобальных информационных сетей, связанных между собой посредством новейших технологий. Именно она в наше время является символом новой информационной эры и очередной ступенью человеческого прогресса. Появление принципиально нового типа информационного общества и развитие сетевых коммуникаций резко изменяют характер социализации и, следовательно, формирование личностной идентичности. Так, уже став классиком теории социализации, А. Мудрик в своих трудах не только раскрывает феномен социализации во всех его проявлениях, но и дополняет традиционные мезофакторы Интернетом [Мудрик, 2009]. Социализация в современном обществе обрела новое значение, рассматриваясь как информационная социализация.

Как известно, процесс социализации происходит в совокупности четырех векторов: стихийная; относительно направляемая; относительно социально контролируемая; более или менее сознательное самоизменение человека [Мудрик, 2009]. Социализация же в вир-

туальном пространстве преимущественно является стихийной. Личность по собственному желанию определяет способ своего существования, поведение, коммуникацию в таком пространстве, ведет параллельную, почти никем не контролируемую жизнь, значительно ограничивая непосредственное общение в реальной жизни. Интернет-технологии обладают притягательными для молодых людей функциями – коммуникации и интеракции [Ра-чипа и др., 2019, с. 231]. Сегодня сете-компьютерная реальность плотно вошла в нашу жизнь. Архитектура новой сете-компьютерной реальности позволяет выбирать тот локус, в котором конкретный человек может наиболее комфортно чувствовать себя. В отличие от реальной жизни, где каждый вынужден считаться с социальными нормами и объективными условиями своего бытия, в виртуальном мире можно преподнести себя в желаемом контексте, причем здесь человеческая фантазия почти ничем не сдерживается. Неудачник в реальной жизни может стать покорителем мира иллюзий, особенно если этот мир он разделяет с другими людьми, которые признают его достижения как нечто важное. Новые медиа позволяют изменять существующий способ жизни и основные сферы жизнедеятельности личности, что связано со сменой процесса социализации в целом.

Это социализация особого достоинства, привлекательная своей необязательностью, ведь свое реальное Я можно заменить на Я виртуальное, выдуманное частично или полностью. И даже если стратегия «покорения мира» потерпела неудачу, в этом обычно нет большой трагедии (хотя бывают и особые случаи, которые могут стать причиной глубокой депрессии или даже самоубийства), ведь всегда можно изменить «ник», начать «с нуля» или вообще изменить один локус (форум, социальная сеть, игру и т.д.) на другой. Развитие эффективных подходов и направлений адаптации личности в виртуальном пространстве происходит в среде, где цифровизация и медиатизация опережает развитие общественных формальных и неформальных институтов [Бабушкин, Двойненко, 2021, с. 107]. При этом социокультурное взаимодействие субъектов может иметь как персональный характер, так и происходит в рамках виртуальных сообществ, возникающих на основе точек пересечения пользователей, имеющих общие интересы, что становится основой для выстраивания зон взаимного интереса и дальнейшего контакта, способствующих взаимопониманию и готовности принять иные ценности, что может привести к формированию субкультур [Летов, 2013, с. 63].

Виртуальное сообщество представляет собой идеальную платформу для социализации, поиска друзей, новых знакомств, единомышленников. Легкость, простота, возможность общаться в свободное время, возможность поиска знакомств и дальнейшей дружбы или иного взаимодействия, несмотря на расстояния, привлекают пользователей разных поколений и предпочтений, а особенно молодежь.

Люди в виртуальных сообществах могут быть с разными взглядами на жизнь, с разной национальностью, расой, вероисповеданием. Виртуальная реальность может быть для человека тайником души: быть информационной средой, коммуникативной, художественной, где у нее нет границ мышления и можно творить все, что заблагорассудится; это почти неограниченное пространство возможностей и идей.

«Совершенно очевидно, что круг персонифицированных агентов социализации личности в интернет-среде может быть чрезвычайно широк за счет коммуникаций в пространстве социальных сетей, блогосферы и видеоблогосферы» [Дружба и др., 2020, с. 145]. В этой большой паутине гораздо легче, чем в жизни. Здесь не высмеют внешность, не критикуют за то, что человек не такой, как того кто-то хочет, не будут позорить. Дело в том, что в киберпространстве человек может при желании остаться анонимным, чтобы его знали исключительно как «юзера». Именно поэтому многие представители молодежной аудитории могут испытывать ту поддержку людей, которую они не найдут в реальной жизни среди своих сверстников.

Следует отметить и существенные черты интернет-медиапространства, которые позволяют ему динамично реагировать на общественные изменения, – свободное участие



в создании медиаконтента и свободный выбор медиаконтента. Пользователи, «пересекая» пространство всемирной паутины и самостоятельно формируя интертекстуальные связи, создают новые значения в сети. Развитие интерактивной составляющей Интернета позволило индивиду выступить в качестве субъекта взаимодействия, непосредственно участвующего в смысловом наполнении киберпространства. Интернет дает возможность реализации индивидуальных импульсов, раскрывающихся в социально ориентированном пространстве сети. К передаче и восприятию информации присоединился процесс создания медиаконтента. Современная медиакультура характеризуется не только массовым потреблением, но и массовым созданием информации. В данном случае важно заметить, что речь идет о создании пользователем собственных сообщений, что переносит акцент исследования на осознание не только мотивов внешнего воздействия, но и мотивов личного участия в сетевом пространстве. Интерактивность виртуальной среды, по мнению австралийского исследователя медиакультуры Д. Матисона [2013, с. 235], изменила представление о традиционном определении потребителей информации такими словами, как «аудитория», «зритель» или «читатель». Интернет предоставил возможность беспрецедентного права участия в информационной среде со стороны любого пользователя, что привело к изменению общепринятой модели взаимодействия с массмедиа «создатель – потребитель» на «создатель – потребитель – создатель».

Медиакультура как фактор расширения пространства социализации личности

Значительное влияние интернета на молодежную аудиторию привело к появлению отдельного феномена интернет-культуры, обладающего собственными нормами, символами, ценностями, сетевым этикетом, сетевым сленгом и сетевым мышлением [Черкашин, 2021]. Предметом изучения медиакультуры личности стало не только качество взаимодействия со средствами массовой коммуникации, выражающееся в способности воспринимать и анализировать медиатексты, но и формы непосредственной реализации индивида в сети. В связи с этим можно определить интернет-медиакультуру как специфическую социокультурную форму сетевой активности, характеризующуюся собственными нормами, правилами и ценностями. Интернет-медиакультура личности – это способ взаимодействия с интернет-средой через восприятие, обработку и распространение медиа сообщений, сопровождающееся усвоением ценностей и норм интернет-пространства.

Исследователи медиа и медиакультуры отмечают актуальность ее формирования у молодежной аудитории [Видная, Меркушина, 2021]. Основные программы медиаграмотности предусматривают критическую и аналитическую работу, рассчитанную на подростковую аудиторию. Подростки составляют многочисленную аудиторию пользователей Интернета и используют предлагаемые сетью возможности для коммуникации и самореализации. Большое количество исследований, связанных с изучением влияния интернета на подрастающее поколение, осуществляются с точки зрения классических концепций поступательного развития личности, где она рассматривается как органическая целостность с логической организацией мышления, необходимостью развития творческих и интеллектуальных способностей с применением классических образовательных моделей. Однако изменение когнитивной, аффективной и ценностной сферы молодых людей под влиянием новейших технологий очевидно и необратимо. Современная концепция формирования медиакультуры должна базироваться на тщательном анализе актуальных изменений, которые произошли в образе мышления, обработки информации и создании знаний у подростков как источников формирования эффективных стратегий формирования медиакультуры.

В.А. Плешаков, описывая медиакультурную социализацию, указывает на функционирование механизмов воспроизводства культуры [Плешаков, 2011, с. 14]. Внешнее выражение (через знаковую и социальную форму) внутренней психической жизнедея-

тельности человека через механизм экстерниоризации реализуется через передачу медиа-сообщений в сеть Интернет. Передача сообщений может предусматривать как создание авторского медиаконтента, так и его тиражирование. В контексте формирования медиакультуры акцент исследования смещается из особенностей форм коммуникации индивидов друг с другом на коммуникацию с сетью. Превратившись из объекта влияния медиа в субъект взаимодействия с интернет-медиапространством, индивид получил возможность «расширения» собственной личности через создание «виртуального Я» [Wertheim, 2000], которое в полной мере реализуется в социальных медиа. Под «виртуальным Я» мы понимаем формы презентации индивида в интернет-среде через различные интернет-сервисы: социальные сети разного типа, компьютерные видеоигры и т.д. Развитие и обеспечение жизнедеятельности «виртуального Я» постоянно заставляет находиться онлайн. Интернет-среда побуждает к публичности, афишированию собственных поступков, которые часто выливаются в рискованные формы поведения. Подростки подвергаются массовому воздействию раньше, чем успевают проанализировать целесообразность собственных действий. Они активно следуют предложенным тенденциям, даже не задумываясь, несут ли они опасность для жизни.

Характеризуя взаимоотношение личностной и социальной медиакультур в рамках медиакультурного пространства социализации, исследователи, как правило, соглашаются, что современные информационно-медийные технологии предоставляют каждому человеку расширенные возможности творческого самовыражения, выбора форм и направлений развития, инструментов для самореализации и творческой деятельности. Следовательно, динамика личностно-социального медиакультурного взаимодействия существенно расширяет возможности социализации, одновременно радикально меняя направленность и содержание процесса социализации. Как указывает Н. Кирилова, «медиакультура включает в себя не только культуру производства и передачи информации, но и культуру ее восприятия; она может выступать и показателем уровня развития личности, способной анализировать, оценивать тот или иной медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания с помощью медиа» [Киртллова, 2006, с. 17].

Интернет-медиакультура личности должна включать в себя развитие таких способностей, которые позволят: а) критически анализируя медиаконтент, вовремя выявлять скрытые опасности сети; б) регулировать время нахождения в интернете, отмечая появившиеся тенденции к доминированию сетевой активности над объективной деятельностью; в) давать оценку как внешнему социально-психологическому влиянию сети, так и внутренним психологическим изменениям, которые происходят в результате такого влияния.

Таким образом, интернет-медиакультура является двусторонней формой участия личности в качестве объекта и субъекта интернет-деятельности и предусматривает восприятие и передачу информационных сообщений. Формирование высокого уровня медиакультуры включает развитие критического и аналитического восприятия, а также рефлексивный анализ собственной деятельности в сети.

Влияние социальной мифологии на процесс медиасоциализации личности

Важную роль в процессе медиасоциализации играет социальная мифология, которая представляет собой систему мифов относительно процессов общественного развития и общества в целом, что существенно влияет на общественное сознание и активизирует деятельность отдельных социальных групп и всего социума [Иванов, Полякова, 2018, с. 6].

Еще в начале XXI века средства массовой информации, в том числе Интернет, стали основным источником для записи, конструирования, архивирования и распространения публичных и частных историй, и понимание прошлого происходит при посредничестве



его медиа-версий, а медиа-среда выступает в качестве дополнительного звена в процессе влияния социального мифа на жизнь общества, погружая человека в определенную реальность, сравнимую с мифологической реальностью [Полякова, 2018, с. 8]. В частности, характерным для медиасреды является существование «псевдособытий», не имеющих воплощения в реальности и существующих только в медиасреде, для которой и были созданы, однако представлены здесь наравне с новостями о реальных событиях [Колпинец, 2016, с. 170].

В интернет-пространстве отображаются и распространяются различные неомифы (идеологические, политические, культурные, социальные, экономические), а также «собственные мифы сети» [Саяпин, 2016, с. 170]. Современный миф имеет как архаический уровень (элементы которого сформированы коллективно), так и инструментальный или конъюнктурный (элементы которого есть результат целенаправленной рациональной деятельности отдельных мифотворцев), на котором происходит осмысление социальной реальности с учетом интересов конкретных социальных групп и выражается их отношение к социальной реальности через формирование интерсубъективных для группы ценностей и идеалов, причем значительное место на этом уровне занимает идеология (в каждом социальном мифе происходит постоянное взаимодействие мифологии и идеологии) [Иванов, Полякова, 2018].

Таким образом, миф в виртуальном пространстве становится эффективным средством манипуляции общественным сознанием виртуальных субъектов и может изменять структуру мировоззрения субъектов или замещать целостное мировоззрение фрагментарным, что приводит к неадекватному, искривленному пониманию объективной реальности, в частности, путем замены актуализированных реальностей фиктивными артефактами [Саяпин, 2016].

Виртуальные сообщества являются идеальными мифологическими средствами для борьбы за смыслы и значение – во время пребывания в виртуальном сообществе у субъекта происходит своеобразная мифологизация индивидуального сознания, где формируется эффект постоянного пребывания в большом сообществе, что способствует снижению экзистенциального напряжения жизненных сил субъекта, когда на время исчезает чувство одиночества.

Виртуальная идентичность в пространстве медиакультуры

В условиях, когда интернет-коммуникации становятся продолжением повседневных контактов в физической реальности, сетевая идентичность становится виртуальной оболочкой настоящей идентичности. При этом для лиц с высокой виртуальной идентичностью характерна тенденция, когда виртуальная идентичность искажает реальную, переориентируя ее исключительно на индивидуальный уровень, что сопровождается исчезновением социального [Козлова, 2015, с. 121].

Наряду с этим при формировании виртуальной идентичности наряду с «украшением» реальной идентичности остается вариант радикального изменения ролей и экспериментирование с идентичностями (виртуальное «изменение» пола или гендера, девиантное поведение и т.п.), что может использоваться для манипулирования и введения в заблуждение других участников коммуникации [Фролова, 2018], в том числе благодаря возможностям современных технологий происходит создание и так называемых Deepfakes (глубоких подделок), в частности, реалистичных видеозаписей, где лица реальных участников видео заменены на другие.

Определенная гибридизация реальностей (физической и виртуальной) обеспечивается развитием технологий смешанной (или гибридной) реальности, обеспечивающих возможность взаимодействия и сосуществования в рамках одного континуума объектов

физической и виртуальной реальностей (включает «дополненную реальность», когда физическая реальность дополняется виртуальными объектами и «дополнена виртуальность», когда виртуальная реальность дополняется объектами физической реальности) [Иванова, 2018, с. 89]. При этом, если для конца 1990-х – начала 2000-х гг. характерной альтернативностью виртуальных образов являлась несогласованность реальных и виртуальных идентичностей из-за многочисленности и изменчивости последних (имеющих компенсаторный или поисковый характер), то после появления и распространения социальных сетей, которые побуждали к раскрытию в сети реальной идентичности, происходило нивелирование принципиальных отличий реальной и виртуальной (сетевой) идентичностей, в результате чего произошло снятие альтернативности социального и виртуального миров и для конструирования сетевой идентичности более характерным стало не сочинение новых, не связанных с реальностью сущностей, а модификация и украшение идентичности, используемой в реальном мире [Фролова, 2018].

Таким образом, формирование виртуальной идентичности может происходить как за счет переноса элементов идентичности из реального мира в виртуальный, так и через активную позицию субъекта деятельности в виртуальном пространстве [Козлова, 2015].

В результате технологическое развитие (информационные технологии, биотехнологии, нанотехнологии) определяет не только трансформацию развития культуры, но и потенциальное изменение сущности человека, его превращение в часть технологического, виртуального мира, переход от этапа развития живых существ к этапу развития искусственного [Кастельс, 2000]. Как следствие – человек теряет связь с культурными традициями своего социума, усваивает нормы, ценности правила, которые характерны не для конкретного общества, в котором живет личность, а присущие сетевой общности, в которой она существует в виртуальной реальности, изменяющей ее внутренний мир, отношение к окружающей действительности может привести к кризису культурной идентичности.

Под влиянием глобализации и информатизации социума растет значение макрофакторов и несколько нивелируется роль микрофакторов в социализации, поскольку в виртуальном пространстве семья, соседи, учебные заведения, учреждения культуры существенно теряют свое влияние на личность и, напротив, усиливается влияние социальных сообществ, которые формируются в глобальной сети, да и самой глобальной сети тоже.

Таким образом, наблюдается кризис базовых агентов социализации, среди которых семья, образование, труд. На фоне этого растет значение нетрадиционных агентов социализации, среди которых особенно важным становятся современные средства массовой информации, превращающиеся в наиболее активные трансляторы социального опыта, норм и ценностей информационного общества. Интернет завоевывает место ведущего ресурса информации для современного человека, спецификой его влияния на социализацию личности является опосредованная социальность как результат социализации, поскольку агенты социализации в такой ситуации присутствуют в виде виртуальной реальности, которая побеждает настоящих агентов социализации. Интеграция виртуального и реального в Интернете становится основой нового образа жизни и новых форм социализации. Именно в процессе социализации происходит освоение виртуальной реальности и формируется новый тип личности *Homovirtualis* – человек, который ориентируется на феномен виртуальности [Данилова, 2009].

Модель медиакультурной социализации становится конкурентоспособной альтернативной модели традиционной социализации и берет на себя культурно-просветительскую, образовательно-воспитательную и социализаторскую функции, которые до сих пор выполняли традиционные институты социализации. Медиа не просто приобретают статус альтернативного фактора и института социализации, но и активно вытесняют традиционные институты за пределы социализационного процесса.



Заключение

Обобщая указанное выше, очертим важные для нас концептуальные основы изучения процесса социализации в информационном обществе:

1) виртуализация социокультурного пространства открывает новые возможности для коммуникации и развития личности, в то же время негативно влияет на психическое состояние личности;

2) изменения, которые происходят в информационном обществе, обусловили приобретение социализацией специфических признаков, в частности, меняется роль факторов социализации, повышается значение средств массовой коммуникации, усиливается влияние социальных сообществ, формирующихся в глобальной сети;

3) классическое понимание социализации как процесса усвоения личностью образцов поведения, социальных норм и ценностей, психологических установок расширяется благодаря усвоению информационной культуры, а потому в структуре процесса социализации выделяется такая составляющая, как медиасоциализация;

4) в условиях внешних и внутренних вызовов актуализируется внимание к медиасоциализации молодежи, которая находится на стадии личностного и профессионального становления и в значительной мере вовлечена в виртуальную реальность, а потому возрастает значение высшего образования как ведущего агента социально контролируемой, целенаправленной медиасоциализации личности в современном информационном обществе.

Список литературы

- Бабушкин Д.А., Двойненко М.О. 2021. Актуальные вопросы киберсоциализации субъектов образовательного процесса. *Инновационное развитие профессионального образования*, 4(32): 105–111.
- Видная О.Е., Меркушина Е.А. 2021. Параметры медиасоциализации молодежи: современный ракурс. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 4(42): 94–104.
- Данилова М.А. 2009. Интернет-социализация студенческой молодежи: специфика мотивации сетевого поведения: автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Саратов, 18 с.
- Дружба О.В., Каирова И.А., Кошман М.В. 2020. Социальные сети как пространство интернет-социализации молодёжи. *Kant*, 1(34): 143–151.
- Иванов А.Г., Полякова И.П. 2018. Социальная мифология в пространстве повседневности и масс-медиа. *Вестник Пермского университета. Философия Психология. Социология*, 1: 5–15.
- Иванова А.В. 2018. Технологии виртуальной и дополненной реальности: возможности и препятствия применения. *Стратегические решения и риск-менеджмент*, 3(108): 88–107.
- Кастельс М. 2000. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., ВШЭ, 608 с.
- Кастельс М. 2004. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург., У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 328 с.
- Кириллова Н.Б. 2006. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., Академический Проект, 448 с.
- Козлова Н.С. 2015. Реальная и виртуальная идентичность. *Социум и власть*, 2(52): 118–121.
- Колпинец Е. 2016. Фигура из пустоты: селебриты как феномен цифровой повседневности. *Логос*, 26(6): 161–188.
- Крамаренко Н.С., Сомов Д.С. 2013. Виртуальный мир как новое пространство самоосуществления человека. *Вестник Адыгейского государственного университета*, 4: 42–48.
- Летов Е.В. 2013. Сетевая идентичность в культуре современного информационного общества. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, 4(54): 62–65.
- Матисон Д. 2013. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. М., Изд-во «Гуманитарный центр», 264 с.
- Мудрик А.В. 2009. Человек в процессе социализации: три ипостаси. *Вестник ПСТГУ. Серия 4: Педагогика. Психология*, 14: 7–16.
- Плешаков В.А. 2011. Теория киберсоциализации человека: монография. М., МПГУ; Homo Cyberus, 400 с.

- Рачина А.В., Брусенцева Д.М., Фаткулина Л.А. 2019. Интернет-технологии как средство управления процессом медиасоциализации молодежи. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки, 2: 230–234.
- Саяпин В.О. 2016. Мифы социальной виртуальности и их влияние на общественное сознание виртуальных общин. Манускрипт, 5(67): 170–177.
- Фролова И.В. 2018. Сетевая идентичность современного человека: философская рефлексия. Ценности и смыслы, 2(54): 26–38.
- Черкашин М.Д. 2021. Виртуальная реальность как феномен культуры: история и современность. Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы, 3(40): С. 33–37.
- Wertheim M. 2000. *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*. New York, W. W. Norton & Company, 340 p.

References

- Babushkin D.A., Dvoynenko M.O. 2021. Aktual'nyye voprosy kibersotsializatsii sub'yektov obrazovatel'nogo protsessa [Topical issues of cybersocialization of subjects of the educational process]. *Innovatsionnoye razvitiye professional'nogo obrazovaniya*, 4(32): 105–111.
- Vidnaya O.Ye., Merkusheva Ye.A. 2021. Parametry mediasotsializatsii molodezhi: sovremennyy rakurs [Parameters of media socialization of youth: a modern perspective]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya*, 4(42): 94–104.
- Danilova M.A. 2009. Internet-sotsializatsiya studencheskoy molodezhi: spetsifika motivatsii setevogo povedeniya [Internet socialization of student youth: the specificity of the motivation of network behavior]. Abstract. dis. ... cand. sociol. Saratov, 18 p.
- Druzhba O.V., Kairova I.A., Koshman M.V. 2020. Sotsial'nyye seti kak prostranstvo internet-sotsializatsii molodozhi [Social networks as a space for online socialization of youth]. *Kant*, 1(34): 143–151.
- Ivanov A.G., Polyakova I.P. 2018. Sotsial'naya mifologiya v prostranstve povsednevnosti i mass-media [Social mythology in the space of everyday life and mass media]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya Psikhologiya. Sotsiologiya*, 1: 5–15.
- Ivanova A.V. 2018. Tekhnologii virtual'noy i dopolnennoy real'nosti: vozmozhnosti i prepyatstviya primeneniya [Virtual and Augmented Reality Technologies: Opportunities and Obstacles of Application]. *Strategicheskiye resheniya i risk-menedzhment*, 3(108): 88–107.
- Kastel's M. 2000. Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura [The Information Age: Economics, Society and Culture]. Moscow, Publ. HSE, 608 p.
- Kastel's M. 2004. Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society]. Yekaterinburg, Publ. U-Faktoriya (pri uchastii Gumanitarnogo un-ta), 328 p.
- Kirillova N.B. 2006. Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu [Media culture: from modern to postmodern]. Moscow, Publ. Akademicheskii Proyekt, 448 p.
- Kozlova N.S. 2015. Real'naya i virtual'naya identichnost' [Real and virtual identity]. *Sotsium i vlast'*, 2(52): 118–121.
- Kolpinets Ye. 2016. Figura iz pustoty: selebrity kak fenomen tsifrovoy povsednevnosti [A figure from the void: celebrities as a phenomenon of digital everyday life]. *Logos*, 26(6): 161–188.
- Kramarenko N.S., Somov D.S. 2013. Virtual'nyy mir kak novoye prostranstvo samoosushchestvleniya cheloveka [Virtual world as a new space for human self-fulfillment]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta*, 4: 42–48.
- Letov Ye.V. 2013. Setevaya identichnost' v kul'ture sovremennogo informatsionnogo obshchestva [Network identity in the culture of the modern information society]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 4(54): 62–65.
- Matison D. 2013. Media-diskurs. Analiz media-tekstov [Media Discourse. Analysis of media texts]. Moscow, Publ. Gumanitarnyy tsentr, 264 p.
- Mudrik A.V. 2009. Man in the process of socialization: three incarnations. *Vestnik PSTGU. Series 4: Pedagogy. Psychology*, 14: 7–16 (in Russian).
- Pleshakov V.A. 2011. Teoriya kibersotsializatsii cheloveka: monografiya [The theory of human cybersocialization: monograph]. Moscow, Publ. MPGU; Homo Cyberus. 400 p.



- Rachipa A.V., Brusentseva D.M., Fatkulina L.A. 2019. Internet-tehnologii kak sredstvo upravleniya protsessom mediasotsializatsii molodezhi [Internet technologies as a means of managing the process of media socialization of youth]. *Gosudarstvennoye i munitsipal'noye upravleniye. Uchenyye zapiski*, 2: 230–234.
- Sayapin V.O. 2016. Mify sotsial'noy virtual'nosti i ikh vliyaniye na obshchestvennoye soznaniye virtual'nykh obshchin [State and municipal administration]. *Manuskript*, 5(67): 170–177.
- Frolova I.V. 2018. Setevaya identichnost' sovremennogo cheloveka: filosofskaya refleksiya [Network identity of modern man: philosophical reflection]. *Tsenosti i smysly*, 2(54): 26–38.
- Cherkashin M.D. 2021. Virtual'naya real'nost' kak fenomen kul'tury: istoriya i sovremennost' [Virtual reality as a phenomenon of culture: history and modernity]. *Rossiyskaya nauka i obrazovaniye segodnya: problemy i perspektivy*, 3(40): 33–37.
- Wertheim M. 2000. *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*. New York: W. W. Norton & Company. 340 p.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 18.05.2022

Поступила после рецензирования 18.08.2022

Принята к публикации 30.10.2022

Received May 18, 2022

Revised August 18, 2022

Accepted October 30, 2022

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Черкашин Михаил Дмитриевич, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, Курск, Россия

Дагаев Рашид Рамазанович, старший преподаватель кафедры теории и технологии социальной работы, Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова, г. Грозный, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Mikhail Cherkashin, Candidate of Philosophy Sciences, Associate Professor, Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation

Rashid R. Dagaev, senior lecturer departments of theory and technology of social work, A.A. Kadyrov Chechen State University, Grozny, Russian Federation