

**Интернет как фактор социализации молодежи**

**Пельменёва Ольга Валерьевна**

*Студент*

*Дальневосточный федеральный университет, Социально-политических наук,*

*Владивосток, Россия*

*E-mail: Leviafamer@mail.ru*

Актуальность темы исследования обусловлена динамичным изменением содержания, механизмов социализации личности, что в значительной степени связано с виртуализацией социальных институтов, созданием искусственного мира путем замены обычного восприятия окружающей действительности информацией, интегрируемой компьютерной системой. Проблема Интернета - как фактора социализации, являясь междисциплинарной и достаточно противоречивой, обсуждается в кругах СМИ, в сфере Onlain, и привлекает внимание специалистов разных областей знания.

Целью исследования – является изучение роли Интернета в процессе вторичной социализации молодежи.

Исходя их цели, поставлены следующие задачи:

1. Раскрыть специфику процесса Интернет-социализации молодежи:

- влияние Интернет-социализации на поведенческие коды;
- влияние интернет-социализации на ценности и ценностные ориентации;

2. Рассмотреть основные формы общения в виртуальном пространстве: самопрезентацию и идентификацию.

Объектом исследования является - Интернет как социальное явление;

Предмет исследования - Интернет как фактор социализации молодежи;

Объектом обследования выступает - молодежь г. Владивостока. Из частнонаучных методов в данной работе использовался прикладной метод – анкетный опрос.

Новизна исследования заключается в том, что проведённое самостоятельное социологическое исследование по данной проблеме является одним из первых, проведенных в г. Владивостоке. В связи с недостаточностью изучения выдвинутой социологической проблемы, наше исследование носит разведовательный характер. Выборочная совокупность составила 100 человек, выборка носила стихийный характер.

По возрастной шкале: из 48% женщин, половина в возрасте от 18 до 20 лет, 24% женщин в возрасте от 21 до 25 лет. Мужчины в возрасте от 18 до 20 лет оставляют 24 %, в возрасте от 21 до 25 лет - 28%. По уровню образования: высшие имеет - 34%, незаконченное - 54%, среднее профессиональное - 7%, среднее - 5%. Что касается социального положения, то 51% это студенты, рабочие - 13%, руководители - 12%, предприниматели - 4%.

Проведенное исследование показало, какова роль Интернета в процессе социализации молодежи. Молодежь проводит в Интернете большую часть досуга, используя его как средство для развлечения, отдыха и общения (69,0 % респондентов проводят в Интернете более 4-х ч). В качестве результата следует говорить о том, что под влиянием Интернет-общения изменяются личностные характеристики респондентов (67,0% опрошенных указали, что усилилась уверенность в себе, повысилась самооценка). Данные позволяют прийти к выводу о положительном влиянии Интернет-общения на процесс

вторичной социализации. В целом оно существенно расширило круг знакомств респондентов (это отметили 98,0% опрошенных). Как результат, увеличилась их коммуникационная сфера в реальном пространстве: 79,0% ответили, что лично встречались с друзьями по Интернету. Для 78,0% из них интеракции будут продолжаться, хотя они и вызывали затруднения: при личном общении их испытали 49,0% опрошенных. Последнее обстоятельство связано с искажением статусных позиций (пол, возраст, род занятий) в Onlain одной из взаимодействующих сторон. Из числа опрошенных их меняют 30,0% женщин и 11,0% мужчин, а указывают информацию не соответствующую действительности - 47,0%. Молодежь создает о себе любое впечатление по своему выбору, что в значительной степени помогает им расширять круг знакомств в реальном пространстве и в Интернете.

Однако сам факт изменения статусных позиций и трудности, вызванные этим при реальном общении, позволяют предположить, что вторичная социализация в Onlain и реальном социальном пространстве два различающихся процесса, требующие специального изучения.

В отношении усвоения новых норм поведения и ценностей опрос показал, что у пользователей Интернет происходит реформация общественных ценностей: 65,% опрошенных отметили, что в связи с активным использованием Интернета происходит переосмысления и реформации общественных ценностей. При этом первое место у ответивших заняла дружба (41,0%), второе место делят семейные (18,0%) и любовные (17,0%), далее отмечены ценности времени (15,0%) и ценности жизни (9,0%). Можно отметить, что ценности отрефлексированы достаточно слабо: их не так много. Кроме того, на них ориентировано не слишком большое число респондентов. Так, если ценность семьи по результатам других опросов молодежи тоже занимает первое место, то она значима, как правило, для более, чем 80,0% респондентов. Остается признать сферу Onlain основной коммуникативной сферой общения. Расширять в дальнейшем круг друзей в Интернете планируют 89,0 % респондентов.

В заключение стоит отметить, что Интернет действительно является социальным фактором, который способствует укреплению социальных связей, приводит к переосмыслению ценностей и ценностных ориентаций, за чем следует изменение поведенческих кодов. Но решающего воздействия на процесс вторичной социализации он на наших респондентов не оказывает. В целом же проблема требует дальнейшего изучения.

## **Литература**

1. Плешаков В. А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности //Проблемы педагогического образования. Сборник научных статей. Вып. 21. /Под ред. В. А. Слостёнина, Е. А. Левановой. — М.: МПГУ — МОСПИ, 2005. С.48 – 49.
2. Плешаков В. А. К вопросу об определении понятия «социализирующая среда» в социальной педагогике //Актуальные проблемы профессионально-педагогического образования: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 4. /Под ред. доктора педагогических наук, профессора Е. А. Левановой. - Калининград: Балтийский институт экономики и финансов, 2000. С. 107-109.

3. Россохин А.В., Измагурова В.Л. Виртуальное счастье или виртуальная зависимость. М.: Смысл, 2004.
4. Социологическая энциклопедия/ Под ред. А.И. Ковалёва: т.2 – М.: Мысль, 2003. С. 445.
5. Флогистон.ру: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>
6. Флогистон.ру: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>

**Слова благодарности**

Спасибо, за такую возможность!