

МЕДІА ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

MEDIA AS A MEANS OF YOUTH SOCIALIZATION

Актуальність наукового дослідження зумовлена значними глобалізаційними змінами та трансформаціями, що сьогодні є характерними для багатьох сфер суспільно-політичного життя. У нових умовах розвитку інформаційного суспільства особливої ролі набуває інформація як одна з ключових цінностей сучасної особистості. У цих нових умовах медіа є одним із провідних інститутів соціалізації молоді, що активно впливає на формування молоді особистості. Посилення ролі інформації є причиною трансформації інститутів соціалізації.

Метою статті є характеристика медіа як засобу соціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства. Основні методи, використані в статті, є теоретичними (аналіз, синтез, систематизація, порівняння та узгаляння для опрацювання наукових джерел з теоретичних основ дослідження медіа як засобу соціалізації молоді).

Особливо актуальним залишається питання співвідношення понять «кіберсоціалізація», «інформаційна соціалізація» та «медіасоціалізація», яке розглядає автор у дослідженні. Автор доходить висновку, що ці поняття є певним чином синонімічними, проте поняття «медіасоціалізація» потребує більш ґрунтовного опрацювання.

У статті автор доходить висновку, що медіа є сукупністю технологічних засобів і прийомів, які виконують функцію передачі інформаційного повідомлення в певному вигляді (друковане слово, музична композиція, радіопередача і так далі) конкретному користувачеві.

Автор детально характеризує структуру медіа, її фактори та засоби.

Спираючись на фактори соціалізації, які виокремив А. Мудрик у своїх дослідженнях, автор виокремлює чотири групи факторів медіа: мегафактори (мас-медіа); макрофактори; мезофактори; мікрофактори.

Основними атрибутами медіа автор визначає: ступінь фіксації (збереження); ступінь репродукування; ступінь віддаленості в часі і просторі (space-time distanciation); компетенції для використання медіа.

Перспективу подальших досліджень автор вбачає в детальному аналізі та дослідженні питання розкриття ролі і значення прак-

тичної підготовки у формуванні в здобувачів освіти основ медіаграмотності.

Ключові слова: медіа, медіасоціалізація, інформація, медіапростір.

The relevance of scientific research is due to significant globalization changes and transformations that are characteristic of many spheres of socio-political life today. In the new conditions of information society development, information acquires a special role as one of the key values of the modern personality. In these new conditions, the media is one of the leading institutions of youth socialization, which actively influences the formation of a young personality. The aim of the article is to characterize the media as a means of socialization of young people in the information society. Methods of research applied: theoretical (analysis, synthesis, systematization, comparison and generalization for the development of scientific sources on the theoretical foundations of media research as a means of socialization of youth).

Media is defined as a set of technological means and techniques that perform the function of transmitting information messages in a certain form (printed word, music, radio, etc.) to a particular user. New media experts include interactive electronic publications and new forms of communication between content producers and consumers, which distinguishes them from traditional media, such as: traditional television, radio, newspapers and magazines.

Based on the factors of socialization, singled out by A. Mudryk, the author singles out four groups of media factors: megafactors (mass media); macro-factors (state media that affect all residents of individual countries); mesofactors (regional media, which are distinguished: by location and type of settlement in which they operate (region, city, town); microfactors (media that directly affect specific individuals and interact with them).

The main attributes of the media are: the degree of fixation (preservation); degree of reproduction; degree of remoteness in time and space (space-time distanciation); competencies for the use of media.

Key words: media, media socialization, information, media space.

УДК 070:316.614-053.6

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/43/1.25>

Черниш О.О.,

аспірант кафедри соціальної педагогіки, асистент кафедри журналістики Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Постановка проблеми. Сучасний розвиток суспільства характеризується глобалізаційними змінами та трансформаціями, що відбуваються практично в усіх сферах суспільно-політичного життя. У цих нових умовах великої ролі набуває інформація, як важлива цінність для сучасної особистості. Процес інформатизації впливає на усі сфери життя людини, а інформаційний простір стає важливим чинником соціалізації молоді.

В Україні наразі спостерігається процес становлення інформаційного суспільства, що пов'язаний з низкою чинників, зокрема нестабільною економічною ситуацією, військовими подіями на сході країни та складними політичними обставинами.

І ці умови розвитку інформаційного суспільства та інформаційного простору активно впливають на процес соціалізації.

Сьогодні медіа стають одним із провідних інститутів соціалізації молоді, зменшуючи при цьому вплив сім'ї, школи та оточення на формування особистості. Саме молодь є активним користувачем нових медіа, що пов'язано з тим, що для молоді вони виступають цінним та доступним джерелом інформації.

У зв'язку з цим постає новий напрям досліджень в теорії соціалізації – медіасоціалізація. Медіапростір суттєво впливає на формування ціннісних орієнтацій молоді, її виховання та освіти,

формує та змінює установки, моделі поведінки, діяльності й навчання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичною основою для нашого дослідження стали наукові праці, присвячені дослідженню різних аспектів процесу соціалізації, її чинники, механізми, інститути, засоби тощо, а також праці, що присвячені ґрунтовному аналізу медіа та впливу їх на соціалізацію молоді.

Велику роль у дослідженні процесу соціалізації особистості відіграв А. Мудрик, який у своїх наукових доробках ґрунтовно дослідив процес соціалізації, виокремивши при цьому Інтернет як мезофактор соціалізації.

Процес соціалізації та окремі його аспекти у своїх працях досліджувала низка вітчизняних учених: С. Харченко, С. Савченко, О. Караман, О. Безпалько, І. Зверева, Л. Коваль, А. Капська, С. Хлебик та інші науковці.

Причини та наслідки зміни людської свідомості в інформаційному суспільстві вивчали Е. Аронсон, Р. Ейкерт, Г. Іванченко, Д. Кларк В. Коган, А. Чернов та інші дослідники.

Загальні аспекти розвитку медіа та моделі розвитку медіаосвіти досліджували Д. Бекінгем, Л. Зазнобіна, Д. Консідайн, Л. Мастерман, Ю. Усов.

Вплив медіа на процес соціалізації особистості досліджували: І. Гарасюк, А. Гур'янов, М. Данилова, С. Кабіров, В. Курбатов, Н. Лебедева, Г. Полякова, О. Романов, А. Селевко, А. Тадаева, А. Черемісін тощо.

Історію становлення інформаційного суспільства та особливості розвитку мас-медіа, розробляли у роботах такі закордонні дослідники, як Д. Белл, Н. Больц, Л. Гугенхайм, Д. МакКвейл, М. Маклюен, М. Орбе, Е. Тоффлер, І. Фенг.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні, недостатньо дослідженим залишаються питання співвідношення понять «кіберсоціалізація», «інформаційна соціалізація» та «медіасоціалізація» та структура системи сучасних медіа.

Мета статті – характеристика медіа як засобу соціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства.

Методи дослідження: теоретичні – аналіз, синтез, систематизація, порівняння та узагальнення для опрацювання наукових джерел з теоретичних основ дослідження медіа як засобу соціалізації молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в науковій літературі міститься низка наукових понять, які за своїм змістом наближені до поняття «медіасоціалізація». Розглянемо більш детально поняття «кіберсоціалізація», «інтернет-соціалізація», «інформаційна соціалізація».

Уперше термін «кіберсоціалізація» був введений російським науковцем В. Плешаковим у 2005 році. Під кіберсоціалізацією – соціалізацією

особистості у кіберпросторі – він розуміє процес якісних змін структури самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання нею сучасних інформаційних і комп'ютерних технологій у контексті життєдіяльності [11, с. 48].

С. Савченко та О. Караман під кіберсоціалізацією розуміють новітній тип соціалізації особистості, який є процесом розвитку та якісних змін самосвідомості особистості, що відбувається під впливом й внаслідок використання людиною сучасних інформаційно-комунікаційних, комп'ютерних, електронних, цифрових, мультимедійних, мережевих та інтернет-технологій [13, с. 2].

Таким чином, на нашу думку, кіберсоціалізація є складовою процесу медіасоціалізації особистості, яка впливає на підвищення ролі медіасоціалізації та оновлення традиційної соціалізації.

Близьким до понять «кіберсоціалізація» та «медіасоціалізація» є термін «інформаційна соціалізація». На думку В. Жилкіна, інформаційна соціалізація – це двосторонній процес, який передбачає, з одного боку, засвоєння особистістю значущого для неї інформаційного досвіду через залучення до інформаційного простору (інформаційної інфраструктури), системи інформаційних зав'язків, а з іншого – процес активного відтворення індивідом інформаційних зав'язків завдяки власній інформаційній діяльності, активному долученню до інформаційного простору [4, с. 37–48].

Поняття «інтернет-соціалізація» у своїх наукових працях досліджує А. Лучинкіна. На думку вченої, інтернет-соціалізація – це процес розширення соціального досвіду користувача при входженні в соціокультурне середовище Інтернету, який є частиною процесу соціалізації особистості в цілому. Вплив на особистість з боку інтернет-середовища в співвідношенні з впливами інших інститутів соціалізації може бути збалансованим, що сприяє формуванню нових форм взаємодії суб'єктів в середовищі Інтернет; відсутнім або домінуючим, що може привести до відхилень у становленні особистості користувачів [8].

Вивчаючи праці науковців нами було встановлено, що «медіасоціалізація», «кіберсоціалізація», «інформаційна соціалізація» та «інтернет-соціалізація» є синонімічними поняттями. Проте, на нашу думку, поняття «медіасоціалізація» є більш широким за своїм змістом. У своєму дослідженні ми визначаємо медіасоціалізацію як специфічну складову процесу соціалізації особистості у сучасному інформаційному просторі, що пов'язана з трансформацією традиційних засобів соціалізації, та полягає у засвоєнні й відтворенні соціального досвіду людства за допомогою медіа.

Поняття «медіа» (від лат. «medium» – посередник, засіб) набуває сучасного значення з середини XIX ст. та на початковому етапі позначає

поширення повідомлень за допомогою особливих засобів зв'язку (пошти, телеграфу). На початку ХХ ст. до цього терміну долучають і газети у якості рекламного посередника. На сучасному етапі терміном «медіа» позначають усю сукупність каналів передачі та/чи зберігання інформації різних типів.

Використання одним із перших терміну «медіа» в його сучасному тлумаченні приписують канадському вченому М. Маклюену. Так, у його розумінні медіа – це дуже широка категорія, яка включає друковане слово, пресу, телефон, телеграф, радіо, кіно, телебачення, комікс, ігри, рекламні оголошення і навіть електрику, тобто все, що пов'язано з комунікаційною дією. Він вважав, що вплив медіа визначається не змістом інформації, а засобом її подання як таким. Основним же критерієм його класифікації виступав рівень залучення споживача інформації в процес комунікації. Оскільки основним результатом споживання інформації є відображення сенсу, він розрізняв мас-медіа, які подають інформацію в зручній формі, що не потребує додаткових зусиль для осмислення (гарячі мас-медіа) і незручній, яка потребує додаткових зусиль від споживача інформації (холодні мас-медіа). Так, телебачення, з огляду на зручну форму споживання інформації, є гарячим мас-медіа, натомість книги (особливо наукові), які потребують від читача максимальної уваги і додаткового залучення уваги, є некомфортними холодними носіями інформації. Водночас, у працях М. Маклюена мас-медіа розглядаються не лише як засоби та канали передачі інформації, а в ширшому значенні – як посередники між людиною-суб'єктом і певним об'єктом надання інформації, які слугують розширенню можливостей сприйняття дійсності та властивостей людини: одяг – розширення шкіри, телебачення – розширення зору, динаміки – розширення слуху [7, с.113].

Сьогодні особливої актуальності набуває поняття «нові медіа», сутність та особливості якого досліджують такі науковці як Є. Головин, Я. Засурський, В. Кросбі, А. Маштаков, А. Яронова. Єдиного визначення поняття «нові медіа» наразі не існує. Проте науковці відзначають їх інтерактивність.

Із кінця ХХ століття поширюється термін «нові медіа» («new media»), який Р. Нойман, професор Мічиганського університету, пояснює як «новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях, у яких відбувається активна участь користувачів у створенні та розповсюдженні контенту» [3].

До нових медіа фахівці зараховують різноманітні засоби масової комунікації, які переважно інтегровані із сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями

Охарактеризуємо систему медіа більш детально.

Датський учений Клаус Брун Йенсен виділяє три рівня медіа: засоби комунікації, користування якими не вимагає допомоги додаткових будь-яких пристроїв: форми комунікації, що автоматично застосовуються людиною; медіа, що передбачають використання певного посередника для комунікації, спеціального пристрою, що поширює інформацію; інтегровані в одній технологічній платформі медіа першого і другого рівнів [6, с.27].

Основними атрибутами медіа є такі: ступінь фіксації (збереження); ступінь репродукування; ступінь віддаленості в часі і просторі (space-time distanciation); компетенції для використання медіа.

Ступінь фіксації, або збереження, характеризує здатність медіа як технічного посередника закріплювати, тобто зберігати, символічні форми. У цьому сенсі, наприклад, радіо чи телебачення, телефон не володіють високим ступенем фіксації (це потокові медіа), а книгодрукування й аудіозапис володіють. Ступінь фіксації, відповідно до твердження Г. Інніса, впливає на ступінь застосування владного ресурсу. Чим більшу здатність до фіксації володіли медіумами в певних суспільствах, тим більш високого порядку соціальні системи і розгалужені держави виникали в таких суспільствах.

Ступінь репродукування характеризує здатність медіа до тиражування на основі так званої нульової копії, що, своєю чергою, впливає на ступінь коммодифікації, тобто перетворення медіа в товар. Наприклад, якщо друкована книга, музичний диск і кінофільм мають високий ступінь репродукування, то рукописна книга, телефонна розмова і посиленна мікрофоном мова в аудиторії мають низький ступінь репродукування, і, отже, не виступають товарами на ринку.

Ступінь віддаленості в часі та просторі характеризує відношення ситуації виробництва медіатизованої комунікації до її споживання. Є медіа, дистанційовані в часі, і в просторі. Наприклад, ми можемо прочитати книгу де завгодно і коли завгодно. Посилена мікрофоном мова є медіатизованою комунікацією, але вона не відокремлена від споживача в часі і просторі (ми повинні бути присутніми в аудиторії під час виголошення такої промови). Телефон, телебачення і радіо забезпечують дистанцію в просторі (ми можемо перебувати не в тому місці, де проводиться комунікація), але не в часі (ми повинні слухати радіо або співрозмовника по телефону рівно тоді, коли він говорить). Ці характеристики визначають також владний ресурс: здатність передавати владну легітимність в часі або просторі [6, с. 28].

Розглянемо більш детально медіазасоби.

У словнику сучасної української мови термін «засіб» трактується як те, завдяки чому можна передавати інформацію, тиражувати її; інструмент, який дозволить отримати дані, факти про предмет, що досліджується [10, с.59]. Таким чином,

медіазасоби – це електронні пристрої, інструменти, завдяки яким уможлиблюється реалізація будь-якої діяльності, зчитується інформація, здійснюється пошук даних [16, с. 277].

У світі інформаційних технологій медіазасоби дозволяють ознайомитися з тематичними матеріалами; користувачі медіа мають доступ до різних інформаційних джерел, доступність яких сприяє ефективності навчання в умовах сьогодення. Так, наприклад, серед студентської молоді популярними є телефони, Інтернет-планшети, завдяки яким зручно переглядати відеоматеріали, можна долучатися до онлайн-вебінарів, семінарів, конференцій. Зручний інтерфейс сприяє формуванню самостійності по відношенню до медіа, креативності (студенти можуть самостійно обирати теми вебінарів тощо), наполегливості щодо оволодіння програмовим забезпеченням.

Важливу роль у формуванні фахівця нової генерації відіграє використання медіазасобів у закладах вищої освіти. Здобувачі освіти активно включаються в ті зміни, які відбуваються у світі; студенти дізнаються про те, як легко передавати матеріали, переглядати й знаходити необхідну інформацію для розширення власного кругозору, виконання домашніх завдань, підготовки доповідей з дисциплін тощо; накопичується досвід взаємовідносин з викладачами, вчителями дистанційно; здобувачі освіти адаптуються до умов викладання в умовах бурхливого розвитку медіа. Систематичне використання медіазасобів у закладах вищої освіти стане підґрунтям для формування компетентної сучасної особистості з новими поглядами, ідеями, підходами щодо професійної діяльності в умовах розвитку медіа [16, с. 206–210].

Викладений матеріал дозволяє зробити наступні **висновки**. Узагальнюючи аналітичний матеріал, наведений у статті, під медіасоціалізацією ми розуміємо специфічну складову процесу соціалізації особистості у сучасному інформаційному просторі, що пов'язана з трансформацією традиційних засобів соціалізації, та полягає у засвоєнні й відтворенні соціального досвіду людства за допомогою медіа. Медіа визначають як сукупність технологічних засобів і прийомів, які виконують функцію передачі інформаційного повідомлення в певному вигляді (друковане слово, музична композиція, радіопередача і т.д.) конкретному користувачеві. Основними атрибутами медіа є: ступінь фіксації (збереження); ступінь репродукування; ступінь віддаленості в часі і просторі (space-time distanciation); компетенції для використання медіа.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у детальному аналізі та дослідженні питання розкриття ролі і значення практичної підготовки у формуванні в здобувачів освіти основ медіаграмотності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко С.В. (2004) *Социальная структура виртуальных сетевых сообществ* [Неопубл. дис. ... докт. социол. наук]. Ростовский государственный университет.
2. Городенко Л.М. (2013). Нові медіа: журналістика чи комунікація? *Актуальні питання масової комунікації*. 14. 65–69.
3. Данько-Сліпцова А. (2014). Нові медіа: історія, типологія. *Український науковий журнал «Освіта регіону»*. 1–2. 80–85.
4. Жилкин В.В. (2007). Инфосоциализация: сущность понятия. *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*. 1. 37–48.
5. Зражевська Н. (2013). Нові медіа і нові форми комунікації в медіакультурі. *Актуальні питання масової комунікації*. 14. 70–75.
6. Кирия И.В., Новикова А.А. (2017). *История и теория медиа : учебник для вузов*. Изд. дом Высшей школы экономики, 423 с.
7. Конах В.К. (2015). Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці. *Вісник Дніпропетровського університету. Політологія*. 2. 113.
8. Лучинкина А.И. (2014). Модель интернет-социализации личности. *Научный периодический электронный рецензируемый журнал «SCI-ARTICLE.RU». Раздел «Психология»*.13.
9. Плешаков В.А. (2005). Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности. *Проблемы педагогического образования*. 21. 48.
10. Потятиник Б.В. (2010). *Интернет-журналистика*. ПАІС.
11. Савченко С., Караман О. (2021). Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. *Вісник НАПН України*. 3(1). 2.
12. Тадаєва А.В. (2016). Соціально-педагогічний супровід соціалізації молодших школярів в сучасному інформаційному просторі : дис. ... канд. пед. наук, Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка]. *Репозитарій ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»*. URL: http://luguniv.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/tadaeva_dis.pdf
13. Толмачова І.Г. (2019). Роль медіа-засобів під час навчання майбутніх учителів початкової школи в закладах вищої освіти / О.А. Удалова, Г.В. Буянова, В.В. Ватагіна, Ю.В. Івженко, А.К. Похресник. *Соціально-педагогічні основи розвитку особистості в сучасних умовах комунікації: досвід, проблеми, перспективи*. С. 206–210. URL: <http://dSPACE.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/5279/Tolmachova%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
14. Толмачова І.Г. (2019). Роль медіа-засобів у формуванні медіа-компетентності майбутніх учителів початкової школи. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 1(324) Ч. 2. 276–287.
15. Федоров А.В. (2010). *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности*. Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та.
16. Шевченко Л., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. (2014). *Медіалінгвістика*. ВПЦ «Київський університет».