

**ПЕДАГОГИКА  
PEDAGOGY**

DOI: 10.12731/2218-7405-2016-2-1  
УДК 37.035

**ИНФОРМАЦИОННАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ:  
СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

**Гордин А.И.**

*Феномен информационной социализации в сознании современного научного сообщества прочно связан с развитием информационного общества, в частности с развитием различных новых информационных технологий. Однако изначально социализация базируется на общении, т.е. непосредственном обмене информацией между людьми, который лишь в последние десятилетия стал более опосредованным различными техническими средствами. Вторжение в жизнь человека виртуальных форм общения не отменяет необходимости живого обмена информацией между людьми. Более того, новые формы опосредованного общения базируются на опыте непосредственного общения человека, а это значит, что все социально-психологические реакции и вытекающие из них социально-педагогические эффекты экстраполируются на все процессы, протекающие в информационной социализации.*

*Эвристическая ценность изучения данной проблемы заключается в том, что предпринимается попытка обратиться к богатому опыту изучения человечеством социальных эффектов общения, с тем, чтобы более ясно представить себе как информационная социализация влияет на социальное самочувствие, самоидентификацию и социальный интеллект человека.*

**Ключевые слова:** социализация; информационная социализация; социальное самочувствие; социальный интеллект.

## INFORMATIONAL SOCIALIZATION: SOCIAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS

Gordin A.I.

*The modern academic community regards the informational socialization phenomenon to be inseparably linked to the information society development and, particularly, the advance of new information technologies. However, initially socialization rests on communication that is the direct exchange of information among people, but in recent decades the process of information sharing has been implemented mainly through various gadgets. New virtual forms of communication, nevertheless, cannot substitute for the face-to-face information exchange. Moreover, new forms of indirect communication are based on the experience samples that a person gets used to relying on in a direct communication. Therefore, all social and psychological reactions and social and pedagogical effects caused by these reactions extend to processes of informational socialization.*

*This issue is worth considering as through studying social effects of communication we may learn how informational socialization influences social well-being, self-identification and social mentality.*

**Keywords:** *socialization; informational socialization; social well-being; social mentality.*

### **Введение**

Перед каждым человеком, относящемуся к своей жизнедеятельности как житнетворчеству – огромный «информационный банк» по имени Жизнь. В ней аккумулирован опыт познания предыдущих поколений людей в виде многообразных документов (летописей, книг, протоколов и т.п.), не менее многообразной предметно-вещевой среды (архитектуры, образцов различной техники и т.п.), и человека – главного источника информации, который способен с помощью речевого взаимодействия передавать от поколения к поколению традиции, ценности и нормы поведения. И документы и предметно-вещевая среда – дело «рук человека», т.е. таинственного сплава его разума и чувств, являющихся энергией познания. Социализация питается этой энергией. С одной стороны, человек сам творит вокруг себя социальные условия, которые обуславливают особенности его жизненного маршрута: он сам окружает себя определёнными людьми, выбирает место жительства, работы, совершает поступки и т.п. С другой стороны, человек – есть частица общества. «Частица», которая довольно зависима

от этого социального целого (общества), которое способно довольно агрессивно вести себя по отношению к человеку. Например, в большинстве случаев оно, помимо его воли и желания, принуждает подчиняться уже сложившимся в нём ценностям и нормам поведения. Другими словами, социальная среда, которая его окружает с момента рождения и до самого последнего дня его земной жизни – творит его социальный облик.

В контексте нашего исследования это означает, что человек это тот, кто индивидуально или коллективно создаёт разнообразные информационно сущностные тексты (документы, предметно-вещевую среду, человеческое речевое взаимодействие) и, одновременно, является своеобразным результатом, «продуктом» воздействия этих текстов на его сознание. От того насколько он способен творчески «читать» эти «тексты» (людей, создаваемые им материальные и духовные ценности) напрямую зависит качественный уровень его социализации.

### **Цель исследования**

Человек не только объект, но и субъект своей собственной социализации, своей судьбы, своих успехов. Изучение информационной социализации, как важнейшей составляющей процесса интеграции личности в современный социальный мир, как нам кажется, представляет эвристическую ценность для современной отечественной социальной педагогики и психологии, это и будет предметом наших размышлений.

### **Описание исследования**

Отметим многообразие различных аспектов социализации, которые в каждом персональном случае у человека самоорганизуются в собственный уникальный социально-коммуникативный процесс. Поэтому лишь условно, например, для исследования одного из аспектов, их можно разделить на три группы способов социализации.

К *первой группе* мы отнесём способность человека неосознанно воспроизводить хранящуюся на генетическом уровне в нём различную информацию, которая непроизвольно формирует у него некоторые типы поведения. В такие минуты, например, наблюдая за ребёнком, кто-нибудь из родственников восклицает: «Весь в дедушку!». А дедушка «ушёл из жизни» задолго до рождения внука...

Ко *второй группе* относятся врождённые или приобретённые навыки человека уметь «к месту» использовать прошлый социальный опыт в новых жизненных обстоятельствах. Он связан с умением обобщать и анализировать получаемую в процессе жизни информацию (жизненный опыт) с тем, чтобы более продуктивно её использовать в новой социальной ситуации. Это

обычно те, кто интуитивно или сознательно «не наступает дважды на одни и те же грабли» или, по крайней мере, «умеет соломку подстелить», зная, где придётся падать.

К *третьей*, главной для нашего исследования группе, отнесём способность, строящего себя всю жизнь человека, не смотря на приобретенный образовательный, профессиональный, общественный жизненный опыт – оставаться учеником, который подобно Сократу может мудро произнести: «Я знаю только то, что ничего не знаю!». Это тот человек, который ориентирован на социальное образование «длиною в жизнь». Который понимает, что общение с людьми это особого рода образовательное взаимодействие, в процессе которого он приобретает новые знания, умения, навыки, ценности и нормы поведения. В разные периоды жизни этот процесс протекает не одинаково и имеет свою специфику, зависящую от избранных человеком видов деятельности, особенностей социокультурного поля в котором он их осуществляет. Но, несомненно – этот способ социализации непосредственно связан с самопознанием, которое происходит через познание окружающей социальной и природной среды.

Все три способа, так или иначе, непосредственно связаны с умением человека получать, хранить, интерпретировать и распространять информацию об окружающем мире, обществе и себе. Но именно третий способ социализации включает в себя информационную социализацию, в том виде, в котором принято воспринимать этот феномен в современном информационном обществе. Сегодня в процессе информационной социализации как во все века с момента возникновения человечества принимает участие всё окружение индивида: семья, друзья, соседи, сверстники, коллеги по работе, единомышленники, т.е. те с кем он, так или иначе, обменивается разнообразной информацией во время регулярного межличностного общения. Вне зависимости от желания человека это общение является информационным взаимодействием. А так как любая информация имеет социально направленный образовательный смысл, такое общение «образовывает» (учит!) человека как он должен ориентироваться в социальном пространстве и какие социальные роли ему в этой жизни «по плечу».

При этом разумеется, мы не собираемся отрицать, что на современном этапе развития человеческого общества важнейшим инструментарием информационной социализации человека становятся технические средства (сотовая связь, Интернет и т.п.). С помощью их организуется опосредованное (виртуальное) общение между людьми. В процессе его, как и во время непосредственного общения происходит обмен социальными смыслами жизнедеятельности и формирование ценностей и норм поведения больших социальных групп людей.

Информационная социализация становится всё более и более важной частью профессиональной деятельности, которая не только предполагает знания, умения и навыки пользования

различными информационными технологиями, но и имеет ярко выраженный характер особой культуры делового общения. Соответственно, информационная социализация протекает в устоявшихся формах межличностного непосредственного общения таких как: беседы, переговоры, круглые столы, дискуссии, совещания, советы и многое другое. Большинство таких форм интерактивные. Важным элементом обмена информацией являются также различные виды отбора, формирования и транслирования информации в автономном режиме, преимущественно при работе с документами. Так в последние десятилетия широко распространилась такая форма самопрезентации как резюме, которое постепенно вытесняет из деловых отношений другой «древний как мир» элемент информационной социализации устную и письменную характеристику.

Отдельные виды деятельности предполагают умение человека составлять, в зависимости от его должностных обязанностей, различные нормативно-правовые документы, имеющие форму предписаний, отчётов, приказов, рекламы и т.п.

Например, в педагогике это, прежде всего, умение составлять рабочие и учебные программы, отчёты по научно-методической, воспитательной и прочим видам работ, которые непосредственно выполняют преподаватели согласно своим должностным инструкциям. К сожалению, год от года таких бумаг учителям приходится писать всё больше и больше, что начинает отрицательно сказываться на процессе их профессиональной социализации. Вследствие чего наблюдается массовый уход из профессии, особенно, начинающих педагогов и молодых пенсионеров. В связи с такой ситуацией особого информационного насилия в образовательной среде появился даже специальный термин «педагогический деятельностный кретинизм», обозначающий подмену творческой деятельности педагога фактическим бумагомарательством, умением писать различные отчёты, программы и т.п.

Другой распространённый пример – это бумажная рутинная работа предпринимателей, которые с разной периодичностью пишут отчёты в государственную налоговую службу, государственный пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд социального развития и многие другие региональные и общероссийские учреждения и организации, включая санэпидстанцию и пожарную охрану.

Важной составляющей деятельности предпринимателя так же является реклама. Успех рекламной деятельности зависит от владения методами внеколлективного социально-психологического воздействия на массовую аудиторию (потенциальных своих клиентов или покупателей) в виде заражения, внушения и подражания. Рекламная информация, в основе которой лежит социально-психологический приём «разрыв в достоверности», важный момент в любой

предпринимательской деятельности: именно от эффективности рекламы во многом зависит формирование прибыльной части бюджета предприятия.

Кроме того, информационную социализацию современные социологические науки традиционно связывают с социально-психологическим воздействием важнейших агентов социализации – средств массовой информации (СМИ) на жизнедеятельность человека. «В наши дни, – пишет И.Д. Фомичёва, – всё раньше люди сталкиваются с ценностным влиянием общей культуры и субкультур именно через СМИ» [10]. Мнение этого исследователя фактически разделяет В.В. Касьянов: «СМИ как агент социализации оказывает более глубокое воздействие, чем только лишь распространение информации и образцов для подражания» [6]. Учёный утверждает, что СМИ становятся для многих людей способом «восприятия мира». Например, с помощью телевизионных СМИ происходит визуализация сознания, которое дезориентируемое эмоциями ориентирует человека на упрощение содержания потребляемой информации. В результате как пишет В. Зверева: «Телевидение <...> привносит в мир собственный порядок, приписывая его «жизни» [9].

Эти и многочисленные другие примеры подтверждают, что, с одной стороны, социализация человека всегда была непосредственно связана с умением человека активно участвовать в обмене информацией, а с другой стороны, информационная социализация сегодня приобретает всё более актуальное значение в жизнедеятельности, как индивида, так и общества в целом.

Например, низкий уровень информационной социализации в профессиональной сфере обозначает, что человек не обладает необходимой профессиональной компетентностью. То есть, у него низкий уровень конкурентной способности. Чем это может для него обернуться при поиске работы на переполненном рынке труда не трудно догадаться, как и том, как это скажется на его социализации в целом ...

Важно так же понимать, что социализация и, как её важная часть – информационная социализация, тесно связана со многими социально-психологическими феноменами, которые определяют динамику и качество этого процесса. Например, информационная социализация играет важную роль в формировании социального самочувствия человека, которое складывается из трех составляющих: внутреннего состояния человека (здоровье, настроение, испытываемые чувства счастья, оптимизма); оценки внешних условий (восприятие ситуации в стране и времени, в котором человеку приходится жить); восприятие собственного положения в новых социальных условиях (Бехтерев В.М., Викторов П.П., Войтоловский Л.Н. и Петражитский Л.И.).

Так же информационная социализация играет важную роль в становлении социального интеллекта человека, то есть в умении общаться со своим внутренним «Я», регулировать своё



психофизическое состояние во время общения с другими людьми (социальная сензитивность). Человек с высоким уровнем социального интеллекта умеет себя поставить на место другого человека, понять и принять его позицию, а так же взглянуть на себя со стороны (социальная перцепция). Это человек с развитой или, по крайней мере, не утраченной способностью адекватно оценивать поступки, которые он совершал в прошлом, и делать на основе этого соответствующие адекватные выводы о своей жизнедеятельности в настоящем времени (*социальная память*). Наконец у него сохраняется способность планировать и проецировать свою деятельность, реально оценивать исполняемые социальные роли и статусные позиции (*социальное мышление*).

Д. Гилфорд рассматривал социальный интеллект как часть общего интеллекта человека, который не находится в прямой зависимости от последнего. По его мнению, уровень социального интеллекта эта некая система интеллектуальных способностей, которая определяет его систему ценностей и нормы поведения. Учёным была предложена кубическая модель структуры интеллекта. В модели выделено 120 факторов интеллекта и три независимых переменных, которые непосредственно связаны со способностями человека интерпретировать, формировать и транслировать информацию. Такими переменными он предлагает считать: содержание предъявляемой информации, операции по обработке информации, результаты обработки информации.

В отечественной психологии роль социального интеллекта рассматривается рядом исследователей в процессе социального развития личности. Т.е. в сфере общения и социальных взаимодействий. М.И. Борнева, вслед за Д. Гилфордом, настаивает, что уровень «общего» интеллектуального развития, не связан однозначно с уровнем социального интеллекта. Другими словами, высокий интеллект это лишь одно, хотя и важное, но всё-таки условие развития социального интеллекта [4]. Ю.Н. Емельянов утверждает, что развитие социального интеллекта обусловлено «коммуникативной компетенцией» человека. По сути, он утверждает, что именно коммуникация, в различных социальных контекстах способствует присвоению ценностей и норм поведения, которые творчески переосмысливаются человеком и актуализируются в его деятельности в виде умений и навыков. А.Л. Южанинова подчёркивает, что социальный интеллект определяет успешность общения, а, значит, способствует социальной адаптации, индивидуализации и интеграции человека в общество [12].

При некотором различии научных позиций вышеперечисленных авторов, все они едины в мнении о том, что уровень социального интеллекта человека определяется уровнем его ин-

формационной социализации, который представлен в его деятельности в виде общения, т.е. в виде обмена информацией или, точнее, информационного взаимодействия.

Вместе с тем, социальное самочувствие и социальный интеллект – важнейшие социально-психологические характеристики, формируются и развиваются в процессе социально-педагогической деятельности в рамках неформального и информального образования, в том числе и у людей, попавших в трудную жизненную ситуации [4]. Именно эти социально-психологические категории способствуют более успешной их самоактуализации, самоидентификации, развитию диалогичности, креативности мышления и т.д., и т.п. Т.е., другими словами, они обеспечивают более успешный процесс социализации личности в новых, часто непросто складывающихся социальных условиях.

Учитывая всё выше сказанное, мы можем предположить, что в контексте нашего исследования, информационная социализация, говоря просто и обобщённо – это воздействие разного рода информации на нормы поведения и формирование индивидуальной, общественной системы ценностей человека, которые определяют успешность его социальной адаптации, индивидуализации и интеграции в общество.

### Список литературы

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 1999. С. 565-566.
2. Бухарин С., Цыганов В. «Методы и технологии информационных войн». М.: Академический проект, 2007. 382 с.
3. Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляция поведения. М.: Наука, 1978. 309 с.
4. Гордина О.В., Гордин А.И. Непрерывное образование как фактор социализации людей третьего возраста / О.В. Гордина, А.И. Гордин // Казанский педагогический журнал. 2015. №6, Ч. 2. С. 265-268.
5. Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. №4. С. 45-48.
6. Кара-Мурза С.Г. «Манипуляция сознанием». М.: Эксмо, 2009. 864 с.
7. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации: Учеб пособие. Ростов н/Д : Феникс, 2009. С. 121.
8. Козловский В.В. Формы коммуникативного конструирования потребления // Материалы научной конференции «Потребление как коммуникация - 2007». СПб. 2007. С.41-43.



9. Науменко Е.А. Потребление как особый тип социального взаимодействия. Материалы научно-практической конференции «Потребление как коммуникация», СПб., 2005. С. 57-58.
10. Фомичёва И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичёва. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 66.
11. Хайдеггер М. «Что зовется мышлением?» / Пер. с нем. Э. Сагетдинова. Изд. 2-е. М.: Академический проект, 2010. 351 с.
12. Южанинова А.Л. К проблеме диагностики социального интеллекта личности. / А.Л. Южанинова // Проблемы оценивания в психологии. – Саратов, издательство Саратовского университета, 1984. 300 с.

#### References

1. Bell D. *Grjadushhee postindustrial'noe obshhestvo. Opyt social'nogo prognozirovanija* [The Coming post-industrial society. Experience of social forecasting]. M., 1999. Pp. 565-566.
2. Buharin S., Cyganov V. *Metody i tehnologii informacionnyh vojn* [Methods and techniques of information warfare]. Moscow: Academic project, 2007. 382 p.
3. Bobneva M.I. *Social'nye normy i reguljacija povedenija*. [Social norms and regulation of behavior]. M.: Nauka, 1978. 309 p.
4. Gordina O.V., Gordin A.I. *Kazanskiy pedagogicheskiy zhurnal* [Kazan Pedagogical Journal], 2015, no. 6, part 2. Pp. 265-268.
5. Zvereva V. *Otechestvennye zapiski* [Notes of the Fatherland], 2003, no 4. Pp. 45-48.
6. Kara-Murza S.G. *Manipuljacija soznaniem* [Manipulation of consciousness]. M.: Eksmo, 2009. 864 p.
7. Kas'janov V.V. *Sociologija massovoj kommunikacii* [Sociology of mass communication]. Rostov n/D: Phoenix, 2009. 121 p.
8. Kozlovskij V.V. *Formy kommunikativnogo konstruirovaniya potreblenija. Materialy nauchnoj konferencii Potreblenie kak kommunikacija - 2007* [Forms of communicative design consumption. Materials of scientific conference "Consumption as communication - 2007"]. SPb., 2007. Pp. 41-43.
9. Naumenko E.A. *Potreblenie kak osobyj tip social'nogo vzaimodejstvija. Materialy nauchno-prakticheskoj konferencii Potreblenie kak kommunikacija* [Consumption as a special type of social interaction. Materials of scientific-practical conference "Consumption as communication"]. St. Petersburg, 2005. Pp. 57-58.

10. Fomichjova I.D. *Sociologija SMI: Ucheb. posobie dlja studentov vuzov* [Sociology of media: Textbook. a Handbook for students]. M.: Aspect Press, 2007. P. 66.
11. Hajdegger M. *Chto zovetsja myshleniem?* [What is called thinking?] Transl. with it. E. Sagatdinova]. Ed. 2-E. M.: Academic project, 2010. 351 p.
12. Juzhaninova A.L. К проблеме диагностики social'nogo intellekta lichnosti [The problem of diagnostics of social intelligence personality]. *Problemy ocenivanija v psihologii* [Problems of assessment in psychology]. Saratov, Saratov University publishing house, 1984. 300 p.

#### **ДАнные ОБ АВТОРЕ**

**Гордин Александр Иннокентьевич**, доцент кафедры социальной педагогики и психологии, кандидат педагогических наук

*Иркутский государственный университет*

*ул. Нижняя Набережная, 6, г. Иркутск, 664011, Российская Федерация*

*g.o.v@rambler.ru*

#### **DATA ABOUT THE AUTHOR**

**Gordin Alexander Innokentevich**, Department of Social Pedagogy and Psychology, Candidate of Pedagogical Science, Associate Professor

*Irkutsk State University*

*6, Nizhnaya Naberezhnaya Str., Irkutsk, 664011, Russian Federation*

*g.o.v@rambler.ru*