

3. Тернер Дж. Социальное влияние. СПб.: Питер 2003. 425 с.
4. Фукуяма Ф. Идентичность: стремление к признанию и политика неприятия / пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2019. 256 с.

**Петенок А. В.,**

здобувачка вищої освіти І курсу магістратури, гр. МСРп-201  
*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

Науковий керівник: **Децюк Т. М.,**  
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної роботи  
*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВТОРИННИЙ АГЕНТ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ СОЦІУМІ**

XXI століття – це століття високих технологій, інтернету та діджиталізації життя. Сучасні технологічні винаходи значно спрощують життя людей та розширюють можливості. Під впливом інтернету змінюється стиль життя людей, зокрема звичні канали отримання інформації, характер міжособистісних взаємин, структура дозвілля, відбувається інтенсивне вироблення нових моделей взаємодії з середовищем. Особливої популярності за останні 20 років набули соціальні мережі, що дозволяють швидко і зручно комунікувати, заводити нові соціальні зв'язки, вести власний бізнес.

Існує багато точок зору щодо перспектив розвитку і значення соціальних мереж. Все залежить від цільової аудиторії, на яку вони орієнтовані. Найбільш активною соціальною групою користувачів соціальних мереж є молодь. Соціальні мережі для них стали невід'ємною частиною життя, а отже мають значний вплив на формування особистості молодої людини, її цінностей, переконань та поглядів, а також побудову соціальних контактів, зв'язків, стосунків, особистісну ідентичність. Тобто, можна стверджувати, що соціальні мережі є вторинним агентом соціалізації молоді. Наскільки цей вплив є вагомим, чи має він позитивні чи негативні наслідки є метою нашого дослідження.

Як зазначає Н. Бондар, соціальні мережі допомагають молодим людям в «самопрезентації». При цьому схвалення групи однолітків стає більш значущим, ніж схвалення дорослими представниками якогось «відстороненого суспільства». У соціальних мережах все просто, відсутні будь-які умовності, яких подекуди неможливо уникнути в реальному світі. Науковець стверджує, що вони впливають на процес соціалізації, становлення і розвиток особистості молодих людей, відсуваючи на другий план класичні інститути соціалізації (сім'ю, школу, реальних друзів і однолітків). Це пояснюється тим, що поєднання ілюзорного, ідеального, фантастичного віртуального світу, за умови функціонування його за законами реальності, роблять його надзвичайно привабливим для молоді [3, с. 261].

Щодо визначення самого поняття «соціалізація», то ми розглядаємо його як безперервний і багатогранний процес входження людини у суспільство, що триває протягом усього життя людини. Але інтенсивніше це відбувається в дитинстві і юності, адже в цей період формуються всі базові цінності, засвоюються соціальні норми і правила, формується мотивація соціальної поведінки [5, с. 222].

Агентами соціалізації є групи людей і окремих індивідів, що впливають на особистість в процесі її життєдіяльності, завдяки чому відбувається процеси її становлення, засвоєння суспільних норм і цінностей, освоєння соціальних ролей. Існує безліч агентів соціалізації, за допомогою яких людина адаптується до життя в суспільстві на різних етапах свого розвитку. Найбільш активно агенти впливають на індивіда в дитячі та юнацькі роки. Вплив на дорослу сформовану особистість менш значуще [5, с. 223]. Соціалізацію особистості молоді традиційно пов'язували з родиною і системою освіти. Проте в умовах діджиталізації суспільства коло агентів соціалізації розширилося.

Залежно від періоду, в який починають діяти різні агенти соціалізації, їх поділяють на первинні або вторинні. До агентів вторинної соціалізації традиційно відносять: державу, державні інституції, громадські організації, засоби масової інформації та інтернет ресурси.

Дослідник В. Симхович стверджує, що останні проведені дослідження свідчать, що Інтернет як один з агентів соціалізації може спровокувати появу таких негативних явищ, як інтернет-залежності, компульсивна (нав'язлива) віртуальна поведінка, занурення у світ внутрішніх переживань, при цьому зменшується потреба в активному входженні до зовнішнього середовища, втрачаються навички елементарної живої міжособистісної комунікації [6, с. 202]. Також негативний інтернет контент може сприяти засвоєнню асоціальних, антиправових установок, які засвоюються і відтворюються в реальному світі.

Однак слід визначити і значні переваги соціальних мереж. В умовах пандемії COVID19 спілкування в соціальних мережах стало найбільш безпечним і можливим. Адже значна кількість молодих людей в умовах карантинних обмежень втратили можливість реально зустрітися та спілкуватися зі своїми друзями або родичами, особливо з тими, які проживають закордоном. Завдяки соціальним мережам молодь отримує інформації про події у світі, останні новини у всій державі та своєї громади, вчиться критично мислити та аналізувати інформацію, адже її потік (часто протилежних поглядів та позицій) є надзвичайно інтенсивним.

Розпочався процес створення нового типу індивіду індивіда – Homo virtualis – людини, орієнтованої на віртуальність, творця, носія, споживача віртуальної культури [2].

Схожу позицію має науковець Т. Галіч, який стверджує, що Інтернет і соціальні мережі стають потужним агентом вторинної соціалізації людини. При чому, соціалізації не тільки в мережевому світі, а й у реальному суспільстві, у якому живе людина [1, с. 252].

Разом з тим російський дослідник А. Чистяков зауважує, що в Інтернеті народжується новий вид соціалізації, який не можна зводити ні до первинної, ні до вторинної соціалізації, оскільки він здійснюється всередині віртуального простору, а його результати позначаються на реальному соціальному оточенні [7, с. 25]. Також А. Чистяков позначив це як «третинна соціалізація», яка може мати різну спрямованість та двоякий результат: забезпечувати розвиток позитивної життєвої орієнтації та негативної – призводити до десоціалізації в реальному соціумі.

Важливими фактором впливу є якою саме соціальною мережею користується молодь, а також з якою метою. Розглянемо результати дослідження, які проводила компанія Research & Branding Group (станом на березень 2019 року). Вони засвідчили, що найбільш популярною в Україні (50% респондентів) серед користувачів є соціальна мережа Facebook. За період з травня 2018 року значно збільшилася кількість користувачів соціальної мережі YouTube (30%) та Instagram (27%). Поряд з цим помітно зменшилася кількість учасників у таких соціальних мережах, як Однокласники (6%) і ВКонтакте (10%). При цьому користувачів найбільше цікавить розважальний і пізнавальний зміст соціальних мереж. Лише 36% із них використовують соцмережі з метою отримання новин, а 60% користуються ними з метою спілкування з друзями [4, с. 117].

Таким чином, роль соціальних мереж у процесі соціалізації сучасної молоді дедалі зростає і потребує глибокого вивчення та аналізу. Вміле використання інтернет-ресурсів, зокрема соціальних мереж, традиційними інститутами соціалізації (школа, заклади вищої освіти) може сприяти підсиленню їх позитивного та планомірного впливу на особистість сучасної молоді людини. Діджиталізація – це незворотній процес для нашого суспільства, а отже його варто розглядати не як загрозу, а як нові можливості.

### Список використаних джерел

1. Галіч Т. Соціальні мережі Інтернет як агент соціалізації молоді. Спеціальні та галузеві соціології. Том XV, Випуск 281. 2014. С. 250-256.
2. Городецька О. Вплив соціальних мереж на розвиток та соціалізацію особистості URL: <http://www.wisely.info/?p=62> (дата звернення: 01.05.2021)

3. Бондар Н. Є. Психологічні особливості самопрезентації студентської молоді в соціальних мережах інтернет. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки. Вип. 37. 2012. С. 261-266.

4. Саєнко М. С. Проблема виникнення агресивної поведінки у підлітків як один із негативних аспектів їх спілкування у соціальних мережах. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційні програми і проекти в психології, педагогіці, освіті» (13–14 березня 2020 р.). Одеса, 2020. С. 116 -133.

5. Соціологія: підручник. за ред. В. Г. Городяненка. 3-тє вид., переробл. і доп. Київ. ВЦ «Академія», 2008. 544 с.

6. Симхович В. Проблемы социализации молодежи в сетевом обществе. Spoleczenstwo sieci. Tom I. Gospodarka sieciowa w Europie srodkowej i wschodniej [Pod red. Slawomira Partyckiego]. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2011. С. 201-205.

7. Чистяков А. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций: социокультурный анализ / А. Чистяков. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. пед. ун-т, 2006. – 278 с.

**Поліщук А. С.,**

кандидат історичних наук, ст. викладач кафедри всесвітньої історії  
*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського*  
(м. Вінниця, Україна)

**Долинний С. С.,**

аспірант кафедри психології та соціальної роботи  
*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського*  
(м. Вінниця, Україна)

## **ПРОБЛЕМА ЖИТТЄВОГО САМОЗДІЙСНЕННЯ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНІМИ ПОТРЕБАМИ У СОЦІОМЕТРИЧНОМУ ВИМІРІ**

Сучасний етап розвитку української освітньої системи характерний низкою особливостей, які визначають тенденції створення варіативних моделей закладів освіти в державі. Ці тенденції обумовлені необхідністю спрямованості педагогічного процесу на особистісний розвиток, самовизначення та самоактуалізацію особистості з особливими освітніми потребами, які впливають на соціалізацію підлітків.

Актуальність проблематики освіти на науково-теоретичному рівні базується на недостатній розробці теоретичних підходів до реалізації формування особистості дитини в суспільних інституціях на засадах взаємодії з сім'єю та необхідності пошуку і створення необхідних умов для самореалізації розвитку кожної дитини з функціональними обмеженнями та її соціалізації у сучасних соціокультурних умовах. Адже соціокультурні реалії сьогоденного світу об'єктивно задають нові параметри перебігу соціалізації, висувають до її суб'єкта інші вимоги щодо формування нових моделей соціальної поведінки та конструювання внутрішньої системи цінностей.

**Метою статті** є обґрунтування проблем життєвого самоздійснення осіб з особливими освітніми потребами у соціометричному вимірі.

*Особа з особливими освітніми потребами*– це особа, яка потребує додаткової постійної чи тимчасової підтримки в освітньому процесі з метою забезпечення права на освіту, сприяння розвитку особистості, поліпшення стану здоров'я та якості життя, підвищення рівня участі у житті громади [1].

Теоретичні засади процесу соціалізації особистості з особливими освітніми потребами висвітлені у працях таких вітчизняних та зарубіжних учених, як Т. Гаврилова, Л. Гордін, М. Євтух, А. Капська, О. Карпенко, І. Кон, Н. Лавриченко, М. Лукашевич, А. Мудрик, С. Харченко та ін. Принциповими для дослідження і сучасної теорії та практики спеціальної