

«Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова». Вследствие его удаленности планируется активное использование дистанционных форм обучения, проведение веб-конференций и вебинаров, тем более что в ходе разработки данной программы предусмотрено создание открытых образовательных ресурсов для студентов.

Таким образом, данное сетевое взаимодействие позволит разрабатывать, апробировать и предлагать профессиональному

педагогическому сообществу инновационные модели содержания образования и управления системой образования.

Если подводить итог вышесказанному, то перечисленные процессы математического образования действительно являются инновационными, поскольку представляют собой не отдельные нововведения, реализующиеся на факультете, а охватывают все образовательное пространство Герценовского университета и наших партнеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегия и тактика развития экономики России до 2020 года на федеральном и региональном уровнях: Монография / Под общ. ред. И. С. Цыпина, Ю. Н. Шедько. М.: ВГНА Минфина России, 2011. 481 с.
2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=140174>.
3. Харитоновна О. В. Индивидуально-ориентированное обучение студентов в условиях уровневой подготовки педагогических кадров // Уровневая подготовка педагогических кадров в условиях ФГОС ВПО: результаты исследований 2011 года // Сб. статей по материалам внутривузовской научной конференции, 16 марта 2012 года. СПб.: Лема, 2012. С. 18–26.

REFERENCES

1. Strategija i taktika razvitija ekonomiki Rossii do 2020 goda na federal'nom i regional'nom urovnjah: Monografija / Pod obshch. red. d. je. n., prof. Tsypina I. S., k. je. n., dots. Shed'ko Ju. N. M.: VGNA Minfina Rossii, 2011. 481 s.
2. Federal'nyj zakon ot 29. 12. 2012 N 273-FZ «Ob obrazovanii v Rossijskoj Federatsii». [Elektronnyj resurs]. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=140174>.
3. *Haritonova O. V.* Individual'no-orientirovannoe obuchenie studentov v uslovijah urovnevoj podgotovki pedagogicheskikh kadrov // Urovnevaja podgotovka pedagogicheskikh kadrov v uslovijah FGOS VPO: rezul'taty issledovanij 2011 goda: Sb. statej po materialam vnutrivuzovskoj nauchnoj konferentsii, 16 marta 2012 goda. SPb.: Izd-vo «Lema», 2012. S. 18–26.

О. В. Яковлева

Победитель конкурса поддержки публикационной активности молодых исследователей (проект 3.1.2, ПСР РГПУ им. А. И. Герцена)

ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА СОЦИАЛИЗАЦИЮ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ РИСКОВ

Рассматриваются актуальные проблемы, связанные с социализацией молодежи в условиях современной виртуальной среды. Отмечаются особенности влияния виртуальной среды на социализацию современной молодежи в трех основных направлениях: с точки

зрения изменений в сфере самосознания, с точки зрения преобразования общения, с точки зрения расширения видов деятельности. Раскрывается влияние виртуальной среды на различные аспекты жизнедеятельности молодежи на примере таких феноменов, как средства массовой коммуникации и сетевые сообщества. Характеризуется ряд рисков виртуальной среды, связанных с открытостью и избыточностью информации, со свободой слова и действий, с неограниченностью контактов и с распределенностью коммуникаций, с виртуальной зависимостью.

Ключевые слова: виртуальная среда, социализация, молодежь, ценности, Интернет, средства массовой коммуникации, сетевое сообщество.

O. Yakovleva

The Influence of Virtual Environment on the Socialization of Today's Youth: Analysis of Main Risks'

The article explores the issue of socialization of young people in today's virtual environment. The impact of the virtual environment is particularly highlighted in three main spheres: the changes in the area of self-awareness, the transformation of communication, and the expansion of activities. The influence of the virtual environment on various aspects of young people's life is described in the context of such phenomena as mass communication and online communities. The main risks of the virtual environment are described: openness and redundancy of information, freedom of speech and actions, unlimited contacts, virtual addiction.

Keywords: virtual environment, socialization, youth values, the Internet, mass media, online community.

Идея создания и развития информационной среды на базе современных информационных и коммуникационных технологий сегодня является важной и актуальной. Современное понимание данного термина включает не только привычные для предыдущих поколений источники информации (печатные издания, телевидение, радио), но и виртуальную составляющую. Виртуализация жизни современного человека приводит к переносу определенных видов деятельности в виртуальную среду, например таких, как работа с информационными ресурсами и получение информационных услуг, индивидуальная и совместная деятельность, переписка и диалоговое взаимодействие. Сегодня в виртуальной среде, ярким примером которой является глобальная сеть Интернет, активно протекают социальные, экономические и политические процессы. Виртуальная среда позволяет человеку реализовать

широкий спектр информационных и коммуникационных запросов.

В связи с экспансией виртуальности [2] происходит стирание границ между «реальным» и «виртуальным» мирами. Интернет становится средством отражения реальной среды и одновременно условием конструирования современной реальности. Появляются новые институты и агенты социализации, которые транслируют новые социальные ценности, нормы и установки, стратегии поведения, что, в конечном счете, оказывает влияние на потребности и интересы, на систему отношений, на структуру смысловых координат современного человека.

Особый интерес в данном контексте приобретают вопросы социализации современной молодежи. Молодые люди начинают переносить способы деятельности, формы поведения из виртуальной среды в повседневную жизнь: воспринимают окружаю-

щую информацию как гипертекст с множеством связей, устанавливающих взаимосвязи с субъектами и объектами посредством телекоммуникаций и сетевых игр. Не случайно в психолого-педагогической литературе появляется новый тип социального индивида — «homo virtualis», «digital natives», «net generation», «the millenials» — человека, ориентированного на виртуальность, создателя, носителя и потребителя виртуальной культуры [9].

Рассмотрим особенности влияния виртуальной среды на социализацию современной молодежи в трех основных направлениях, а именно:

- с точки зрения изменений в сфере сознания и самосознания (осмысления своего «я», собственной социальной роли и принадлежности);
- с точки зрения преобразования общения (расширения круга общения, развития навыков коммуникации, изменения его пространственно-временных характеристик);
- с точки зрения расширения видов деятельности, изменения их характера.

Заметим, что перечисленные направления анализа тесно взаимосвязаны. С каждым из них также связан ряд рисков влияния виртуальной среды на развивающуюся личность.

Для начала определимся, что будем понимать под социализацией современной молодежи. Социализация традиционно рассматривается как процесс становления субъекта общества, как процесс и результат усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта, прежде всего, системы социальных ролей. Социализация (от лат. *socialis* — общественный) — это процесс, позволяющий индивиду функционировать в конкретном обществе. Он связан с передачей обществом и с освоением индивидом в течение всей его жизни социальных норм, культурных ценностей и образцов поведения [1].

Одним из значимых инструментов формирования общественного сознания моло-

дого поколения сегодня являются новые средства массовой коммуникации [4]. Это не только развивающиеся в виртуальной среде привычные информационные ресурсы — on-line радио и телевидение, электронные журналы и газеты, но также элементы новой гражданской журналистики — поточное видео, блогосфера, wiki-среда. Важно, что в виртуальной среде любой человек может стать источником информации, создать собственный информационный ресурс: блог, сайт, wiki-статью. По данным Международного центра исследования рекламы (World Advertising Research Center) можно отметить ряд ведущих характеристик современной молодежи [8]:

- стремление к впечатлениям;
- разнообразие направлений деятельности;
- стремление достичь успеха в разных сферах;
- разнообразие профессиональной самореализации;
- большое значение сообществ друзей (причем виртуальные — более расширенные и не менее ценные);
- стремление успеть многое с необходимостью быстрого результата;
- политическая активность.

В формировании данных характеристик ведущую роль часто играют средства массовой коммуникации (особенно телевидения), а не семья и сверстники. Появляется даже такое понятие, как «социализация покупателя» (*consumer socialization*) [7]. На основании этого, например, в процессе построения рекламной кампании в первую очередь осуществляется ориентация на приоритеты молодежи (активность, эмоциональность).

Молодежные субкультуры, которые традиционно являются инструментом самопознания, личностного выражения, становятся все более популярными и распространенными [6]. Рост спектра субкультур в большой степени связан с их доступностью в средствах массовой коммуникации. Суще-

ствуют субкультуры, представленные и реализующие свою деятельность исключительно в виртуальной среде. Например, субкультура «varog wave», представители которой реализуют свою творческую (музыкальную и изобразительную) активность в «электронном» стиле 90-х годов.

Информационные каналы транслируют примеры эпатажа как формы поведения большинства представителей субкультур. В подростковом и юношеском возрасте, когда происходит осознание себя как представителя социума и носителя культуры, особенно важным становится приобретение умений анализировать и критически осмысливать образы, транслируемые каналами массовой коммуникации. Достичь этого стихийно не представляется возможным, необходима грамотная работа со стороны семьи, а также образовательной среды.

В виртуальной среде существуют не только сообщества, сформированные на базе совместной деятельности и непосредственного общения, но и вторичные социальные группы, состоящие из незнакомых между собой в реальной жизни людей. Социальный эффект таких сетевых сообществ может быть более значительным. В подобной ситуации по-другому формируется статус члена сообщества: на первый план выходит цитируемость, рейтинг, презентационные способности. Каждое сообщество может иметь отличительный стиль коммуникации. Одним из ярких примеров является молодежная субкультура «падонкаф», известная своим особым «языком». В виртуальной среде появляются и развиваются особые формы социальной активности молодежи. Социальная активность выступает как форма создания и продвижения своей коммуникативной идентичности и проявляется через различные формы политической активности, а также социокультурной активности (сетевое творчество).

Социальные сети являются своеобразными виртуальными аналогами традиционных социальных общностей. Следовательно, на

их базе молодежь начинает по-новому решать задачи самореализации и самопрезентации. Это связано с возможностью социальных сетей формировать коммуникационные поля, действующие постоянно, двадцать четыре часа в сутки, в отличие от полей непосредственного общения «здесь и сейчас». Появляется иллюзия постоянной включенности во взаимодействие, отсутствия психологических барьеров. Однако в условиях виртуальной среды появляется новая коммуникационная проблема — возможность безграничных взаимодействий без четкого целевого назначения: поверхностное, малосодержательное фатическое общение. Кроме того, для современной молодежи характерно «клиповое» мышление, являющееся следствием развития медиа-среды: человек начинает оперировать мозаичными образами, созданными за него средствами массовой коммуникации. Такое мышление формирует соответствующие приемы коммуникации, востребованные в социальных сетях: обмен краткими упрощенными информационными фрагментами, часто в визуальной форме (картинки, видеоролики, анимация). Подобные фрагменты информации легко воспринимаются, не требуют глубокого осмысления.

Возможности построения виртуального мира, при условии функционирования его по законам реальности, делают его необычайно притягательным: начинает формироваться «зависимость от виртуальности». В психологической литературе можно встретить термин «играизация общества», который характеризует ситуацию стирания границ между объективной и виртуальной реальностью, что ведет к внедрению принципов игры, эвристических элементов в жизненные стратегии [3]. Негативными последствиями неограниченной доступности виртуальных контактов являются информационные перегрузки и психоэмоциональное напряжение [5].

Виртуальная среда, в силу своей динамичности, яркости, информационной насы-

ценности и вариативности, свободы действий и слова, с легкостью «захватывает и погружает» представителей молодого поколения в особый, созданный компьютерами и телекоммуникациями, событийный мир. Поэтому на данном этапе развития современного информационного общества актуальной задачей становится проведение профилактической работы в молодежной среде, включающей коммуникативные тренинги, тренинги личностного роста, тренинги уверенности в себе, молодежные форумы. Важно проведение разъяснительной работы о последствиях и опасностях чрезмерной активности в интернет-среде, объяснения пу-

тей возникновения зависимости. При этом одной из важных задач общества является проведение системного мониторинга, позволяющего отследить изменения в состоянии здоровья детей, подростков, молодых людей.

Конструирование виртуальной реальности приводит к трансформации привычного смысла процесса социализации молодежи. Проблема влияния виртуальной среды на социализацию личности становится междисциплинарной и должна рассматриваться с точки зрения разных областей знания — социологии, психологии, философии, педагогики и медицины.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ковалева А. И. Социализация // Знание. Понимание. Умение. 2004. № 1. С. 139–143.
2. Королева Н. Н. Семиосфера личности. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. 159 с.
3. Кравченко С. А. Игровая социализация общества: контуры новой постмодернистской парадигмы // Общественные науки и современность. 2002. № 6. С. 143–155.
4. Носкова Т. Н., Яковлева О. В. Электронные СМИ и воспитание в корпоративной среде вуза // Научные материалы V Съезда «Российского психологического общества». М., 2012. 14–18 февраля. Том III. С. 365–366.
5. Плешаков В. А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности // Проблемы педагогического образования. Сборник научных статей. Вып. 21 / Под ред. В. А. Слостёниной, Е. А. Левановой. М.: МПГУ МОСПИ, 2005. С. 48–49.
6. Щепанская Т. Б. Система. Тексты и традиции субкультуры. (Нация и культура). М.: Изд-во ОГИ, 2004. 288 с.
7. Chan K. Consumer socialization of Chinese children in schools: analysis of consumption values in textbooks // Journal of Consumer Marketing. 2006. Vol. 23. Num. 3. P. 125–132.
8. De Chenecey S. P. Branding in an entertainment culture // Young consumers. 2005. Quarter 2. P. 20–22.
9. Ghaith G. An exploratory study of the achievement of the twenty-first century skills in higher education // Education + Training. 2010. Vol. 52 No. 6/7. P. 489–498.

REFERENCES

1. Kovaleva A. I. Sotsializatsija // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2004. № 1. S. 139–143.
2. Koroleva N. N. Semiosfera lichnosti. SPb.: Izd-vo RGPU im. A. I. Gertsena, 2005. 159 s.
3. Kravchenko S. A. Igraizatsija obshchestva: kontury novej postmodernistskoj paradigmy // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2002. №6. S. 143–155.
4. Noskova T. N., Jakovleva O. V. Elektronnye SMI i vospitanie v korporativnoj srede vuza // Nauchnye materialy V Sjezda "Rossijskogo psihologicheskogo obshchestva". M., 14–18 fevralja, 2012. tom III. S. 365–366.
5. Pleshakov V. A. Virtual'naja sotsializatsija kak sovremennyj aspekt kvazisotsializatsii lichnosti // Problemy pedagogicheskogo obrazovanija: Sbornik nauchnyh statej. Vyp. 21 / Pod red. V. A. Slastjovina, E. A. Levanovoj. M.: MPGU MOSPI, 2005. S. 48–49.

6. *Shchepanskaja T. B.* Sistema. Teksty i traditsii subkul'tury. (Natsija i kul'tura). M.: Izd-vo OGI, 2004. 288 s.
7. *Chan K.* Consumer socialization of Chinese children in schools: analysis of consumption values in textbooks // *Journal of Consumer Marketing*. 2006. Vol. 23. Num. 3. P. 125–132.
8. *De Chenecey S. P.* Branding in an entertainment culture // *Young consumers*. 2005. Quarter 2. P. 20–22.
9. *Ghaith G.* An exploratory study of the achievement of the twenty-first century skills in higher education // *Education + Training*. 2010. Vol. 52 No. 6/7. P. 489–498.

О. А. Чернова

Победитель конкурса поддержки публикационной активности молодых исследователей (проект 3.1.2, ПСР РГПУ им. А. И. Герцена)

СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЫ

Геоэкологическая и, в частности, эколого-геологическая подготовка представляет собой процесс усвоения интегративных научных и методических основ знаний по всем аспектам взаимодействия в системе «человек — окружающая среда» и готовность учителя решать современные задачи геологического и эколого-геологического образования и воспитания школьников. В образовательном процессе современной школы есть целый ряд недостатков, противоречий и проблем. Существенным из них являются: явно недостаточное внимание к геологии и геоэкологии в средней школе; относительно медленное развитие новых подходов, связанных со становлением экологического, экономико-правового и геоинформационного направления.

Ключевые слова: современная школа, геоэкология, геология, география, образовательные программы, интегративная основа знаний.

О. Chernova

Social and Pedagogical Requirements to the Content of Geocological Training in the Conditions of the Modern School

Geocological training as a whole and ecological-geological in particular training is the process of assimilation of integrative scientific and methodical bases of knowledge of all aspects of interaction in system “the person — environment” and the readiness of the teacher to solve modern problems of geological and ecological-geological education and education of school students. In the educational process of modern school there is a number of shortcomings, contradictions and problems. The most essential from them are: an insufficient attention to geology and geocology at high school; a rather slow development of the new approaches connected with formation of the ecological, economical and legal and geoinformation field.

Keywords: modern school, geocology, geology, geography, educational programs, integrative knowledge base.