

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра социологии молодежи

**СПЕЦИФИКА ВОЗДЕЙСТВИЯ СОВРЕМЕННЫХ СМИ
НА ПРОЦЕСС СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ**
(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 441 группы
направления 39.03.03 - Организация работы с молодежью
социологического факультета
Солоповой Анастасии Валерьевны

Научный руководитель
кандидат социологических наук, доцент

подпись, дата

О.В.Мунина

Зав. кафедрой
доктор социологических наук, профессор

подпись, дата

С.Г.Ивченков

Саратов 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современном российском обществе информация становится ресурсом и двигателем изменений; возрастает роль средств массовой информации (СМИ). Под влиянием СМИ зарождаются новые ценности, приоритеты, стили жизни; меняются стандарты поведения.

Нуждаясь в информации, молодежь часто использует СМИ, чтобы быть в курсе происходящих событий. Кроме того, находясь в активной стадии социализации, молодые люди быстро реагируют на все происходящие изменения в столь динамичном обществе.

В условиях чрезвычайно подвижной среды традиционные агенты социализации утрачивают свою ведущую роль и эффективность в пространстве социализации молодого поколения. Увеличивающийся рост влияния СМИ, как агента социализации современной российской молодежи, стоит связать не только с развитием информационно-коммуникативных технологий, но и с состоянием главных агентов социализации молодежи - институтов семьи и образования, носящим кризисный характер. В этих условиях СМИ активно проникает во все сферы жизни молодежи: трудовую, учебную, бытовую, досуговую, социально-культурную, общественно-политическую и т.д. Значимость, которую обретает данный агент социализации в период информационной и технологической революции, создает научную потребность в определении сущности, ключевых направлений развития, особенностей и результатов воздействия СМИ на современное российское молодое поколение. Также ввиду того, что молодежь находится в активной стадии социализации, которая предполагает усвоение моделей поведения, социальных норм и ценностей, принятых в обществе; требуется контроль над деятельностью СМИ и информацией, которую они транслируют.

Цель исследования: исследование роли СМИ в процессе социализации современной российской молодежи.

В соответствии с поставленной целью в работе решаются следующие

исследовательские задачи:

- раскрыть теоретическую основу изучения процесса социализации молодежи;
- диагностировать состояние первостепенных институтов социализации молодежи в современном социуме;
- определить роль, которую играет СМИ в процессе социализации молодежи;
- исследовать воздействие СМИ на формирование социокультурных ценностей и жизненных стратегий современной молодежи;
- рассмотреть механизм регулирования деятельности СМИ.

Теоретико-методологической основой выпускной квалификационной работы бакалавра послужил комплекс теоретических и методологических подходов к изучению процесса социализации молодежи и роли СМИ в нем. Немаловажным элементом теоретической основы исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых в таких областях, как социология молодежи, социология семьи, различных теорий социализации, социологии коммуникаций.

Эмпирическую базу исследования составили результаты социологических исследований отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам социализации современной российской молодежи. Были проанализированы данные исследований проводимых ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центром; проведено собственное социологическое исследование.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа бакалавра состоит из введения; трех разделов, заключения, списка использованных источников, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первом разделе «Теоретические основы исследования процесса социализации молодежи» были рассмотрены основные подходы к определению сущности социализации. Как итог, социализация в данном исследовании рассматривалась, как важный процесс формирования индивидуальности, усвоения моделей поведения, социальных норм и ценностей, принятых в обществе.

Главными подпроцессами социализации являются: интеграция, адаптация и самореализация. Интеграция предполагает вхождение молодого человека в общую систему социальных отношений и взаимодействий. Адаптация — это процесс, в ходе которого поддерживается функционирование социальной системы. Самореализация личности — это стремление индивида наиболее эффективно использовать объективные условия (институты) социализации и свои индивидуальные способности для достижения намеченных стратегических целей. Индивид в условиях протекания перечисленных процессов формирует социальные качества, нормы, установки, ценности, которые помогают ему адаптироваться, реализовать себя, овладеть навыками групповой, практической и индивидуальной работы, также стать субъектом жизни в обществе.

Одним из признаков выделения социальной общности «молодежь» является - усвоение социального опыта в процессе институциональной социализации. Усвоение социального опыта выступает важнейшей характеристикой образа жизни молодежи, определяет особенности её поведения, соотношение индивидуальной активности в межличностном взаимодействии и внешней социальной средой. Основными структурами, призванными целенаправленно транслировать социально значимый опыт подрастающим поколениям, являются соответствующие социальные институты. На современном этапе развития социологического знания, по нашему мнению, целесообразно придерживаться позиции существования двух видов агентов социализации: первичных (родители, братья, сестры, бабушки,

дедушки, другие родственники, друзья, учителя и т.д.) и вторичных (школа, университет, армия, полиция, церковь, средства массовой информации).

Об успешности процесса становления личности возможно говорить лишь при условии эффективного функционирования основных институтов социализации. Изживают себя такие институты социализации как семья и образование, не помогая молодому человеку в полной мере социализироваться в постоянно меняющемся обществе. Одним из важнейших институтов социализации становятся средства массовой информации. Сегодня происходит увеличение роли средств массовой информации в процессе социализации по сравнению с остальными традиционными агентами социализации. СМИ могут воздействовать на восприятие окружающего мира, оценку событий и явлений, происходящих как в общественной, так и личной жизни, также служат источником информации для самообразования, а с недавнего времени появляется функция межличностной коммуникации.

Пока же трансформационные процессы, происходящие в российском обществе, обуславливают значительную неопределенность жизненных ориентиров и приоритетов современной молодежи, что препятствует ее успешной социализации. Необходимо модернизировать старые социальные институты, не отвечающие требованиям времени, сформировать новые. При этом следует учитывать процессы целенаправленного влияния государства и общества, усиления стихийных факторов на социализацию подрастающего поколения.

Во втором разделе «Функциональная нагрузка СМИ в процессе социализации» уделялось внимание СМИ как важнейшему институту социализации.

Многие исследователи сходятся во мнении, что изучение СМИ, как ведущего института социализации молодежи, становится все более актуальным. Существует два базовых понятия СМИ: первое закреплено законодательно и звучит как «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы; под средством массовой

информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием». А также с позиции изучения ученых в области социологии понятие СМИ рассматривается как информационно-пропагандистский комплекс, который, с одной стороны, является политическим инструментом, с другой — одним из наиболее эффективных средств сохранения и распространения культуры общества, способом социализации молодого поколения. Существуют различные виды СМИ: пресса (газеты, журналы); книжные издательства; агентства печати; радиовещание; телевидение; кино-, видео-, звукозапись; интернет, а также благодаря развитию информационных технологий сюда следует отнести сайты, блоги и потоковые видео.

Анализ функций современных СМИ позволяет выделить среди них самые важные: информационно-познавательная, нормативная, социально-проблемная, интегративная, развлекательно-компенсаторная, фоновая. Изученный функционал СМИ помогает проанализировать содержательный критерий его деятельности. Мнение исследователей сводится к тому, что содержание которое несет в себе СМИ (пропагандируемые нормы, ценности, образы и стили жизни) двояко влияют на современное молодое поколение. С одной стороны СМИ может служить огромным потенциалом для успешной социализации личности (воспитание, самообразование, коммуникация и т.д.), так и средством дезорганизации (дезинформация, насилие, утрата ценностей, девиантное поведение и т.д.).

Невозможно дать однозначную единую оценку роли информационных технологий в процессе социализации личности и формирования ценностных ориентаций. Можно только констатировать, что любой элемент, любая функция СМИ имеет и позитивную, и деструктивную составляющую и поэтому может способствовать как интеграции общества, так и его дифференциации.

СМИ внушительно быстрыми темпами входит во сферы жизнедеятельности молодых людей. Однако влияние СМИ противоречно и именно на молодежи, в-первую очередь, сказывается их неоднозначное воздействие. Молодёжь впитывает в себя преобладающие программные направления общественного развития, широко освещаемые и рекламируемые в СМИ, и в преломленном виде включает их в свои ценности. Ценностные ориентации молодёжи фактически оказываются зеркалом, во многом отражающим приоритеты общественного сознания в период ее социализации.

Таким образом, средства массовой информации можно назвать институтом, занимающим главное место в системе образования многочисленных процессов и аспектов жизнедеятельности современного общества. Новые форматы массово распространяются СМИ, их диктуют складывающиеся условия жизни, и в этих условиях формируется процесс социализации молодого поколения.

Имея воздействие на молодое поколение как потребителя информации, СМИ пропагандируют новые идеи и образы. Влияние, оказываемое ими ведет к появлению новых понятий о жизни человека и общества, а также мировоззрения в целом.

В связи с кризисным состоянием главенствующих институтов социализации (семьи и образования) следует обратить внимание на социализационную характеристику СМИ, а так же на регулирование его деятельности, в том числе и его содержательных характер. Так исследователи выделяют два способа:

1. Государственное регулирование.
2. Регулирование со стороны социума.

В первом случае под государственным регулированием понимается совершенствование законодательных актов. (не в ущерб СМИ). Во втором случае встает вопрос о медиаобразовании, как воспитании информационной культуры, информационной грамотности подрастающего поколения.

По сути, речь идет о воспитании у молодого поколения понимания функционирования средств массовой информации, которые являются неотъемлемой частью общественной жизни и повседневной профессиональной деятельности. Журналистика, по поводу которой и формируются определенные представления, также обязана принимать участие в этом процессе.

В третьем разделе «Социализационный потенциал современных российских СМИ (по результатам авторского социологического исследования)» анализируются и интерпретируются данные проведенного исследования.

В ходе исследования было выделено, что действительно СМИ в настоящее время отводится высокая должность. Потребности современного социума в информации, как стратегическом ресурсе, удовлетворяются в большей степени с помощью каналов СМИ. Большинство респондентов обращается к СМИ как к источнику информации абсолютно каждый день (45,7% из числа всех опрошенных).

С развитием всемирной сети интернет все больше молодых людей отдает предпочтение электронным СМИ. Так, например, на вопрос «Из каких источников, Вы чаще всего получаете информацию» молодые люди ответили социальные сети – 30,6%; интернет-издания – 20,89%; также одним из главных источников информации были отмечены друзья, родные и коллеги.

Позитивное стороной воздействия СМИ служат данные нашего исследования, которые подтверждают использование молодыми людьми информации для самообразования и учебы. Этот факт складывается также на основании того, что молодежный возраст предполагает получение образования и согласно исследованию, большинством респондентов являлась именно студенческая молодежь.

Исследование показало, что большинство респондентов 37% пользуются информацией для самообразования; 31,6% для проведения досуга, 21,3% для учебы и 8,8% для работы. Таким образом, можно отметить позитивные стороны влияния СМИ, так как они служат источником информации в большинстве

случаев для самообразования и учебы. Также данный аспект следует связать с тем, что большинство респондентов – это молодежь, получающая образование. В процессе обучения остро встает вопрос о получении информации и знаний. Стоит отметить, что молодые люди выделили позитивные стороны СМИ: позволяют узнавать о происходящих в мире событиях, помогают ориентироваться в море информации. СМИ также позиционируют себя с точки зрения развитой досуговой сферы, так молодые отмечали что пользуются каналами СМИ для развлечения, проведения досуга и т.д.

По мнению молодежи СМИ преподносят различные ценности и стили жизни, при этом они чаще всего имели негативную окраску (потребительское отношение к жизни, материальные блага, гедонизм), но повсеместно с этим выступают такие ценности как здоровье, самообразование, спорт, хобби, семейные ценности, при этом последние уступают в популярности .

Общественное мнение во многом определяет общественную жизнь и направляет деятельность некоторых социальных институтов, в том числе и деятельность СМИ. Поскольку СМИ стараются освещать значимые, актуальные для общества проблемы и во многом рассматривают их с точки зрения общественного мнения, можно сделать вывод, что и общественное мнение может определять деятельность СМИ.

Опираясь на мнение главной аудитории СМИ – молодежи, можно отметить, что в современном мире информация, которая подается через СМИ не отличается достаточной достоверностью и информативностью. Эфиры телеканалов, радиоканалов, Интернет-СМИ заполняет реклама и развлекательная информация.

Молодежь согласна с мнением исследователей о том, что СМИ проявляет своё воздействие на мировоззрение, формирование ценностей и норм поведения. А также молодые люди отметили то, что влияние это все-таки носит двоякий характер (то есть несет в себе как позитивную, так и негативную составляющую).

В связи с этим, необходимость контроля за деятельностью СМИ молодые люди возложили именно на социум (45,7%;) и на государство (28,3%). Стоит отметить, что молодежь старается критически оценивать получаемую им информацию, что говорит о формировании информационной грамотности современного молодого поколения. Данные подтверждают, что молодежь имеет представление о том, что такое медиаобразование. Из этого следует, что молодые люди задумываются о проблеме информационной культуры. Что в целом поможет преодолеть хотя бы со стороны социума, такие проблемы современных СМИ, как дезинформация, недостоверная информация, пропаганда негативных образов жизни и т.д.

В заключении подводятся основные итоги выпускной квалификационной работы бакалавра, делаются теоретические обобщения и выводы, формулируются практические рекомендации. В данной работе были рассмотрены ключевые моменты социализации молодежи, определено состояние основных институтов социализации. В этой связи, нам представляется возможным утверждать, что СМИ как фактор влияния на социализацию молодого поколения способен исказить нравственные нормы, стандартизировать мышление, навязывать не всегда положительные стили жизни. Но, в зависимости от умения извлекать нужную информацию, СМИ могут служить источником разнообразной уникальной и полезной информации, с помощью которой современный молодой человек имеет возможность эффективно социализироваться в социуме.

В приложении представлены анкета и результаты авторского социологического исследования «Специфика воздействия современных СМИ на процесс социализации молодежи», проведенного автором в 2018 году с использованием метода интернет-опрос.