

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**РОЛЬ СМИ В СОЦИАЛИЗАЦИИ ГОРОДСКОЙ МОЛОДЁЖИ**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 4 курса 411 группы  
направления 39.03.01 – Социология  
социологического факультета  
Ломакиной Дарьи Васильевны

Научный руководитель  
кандидат философских наук, доцент \_\_\_\_\_ М. Б. Аракчеева  
подпись, дата

Зав. кафедрой  
доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ Д. В. Покатов  
подпись, дата

Саратов 2020

## ВВЕДЕНИЕ

В наши дни очень велика значимость СМИ. Личность формируется благодаря воздействию информации, которую индивид постоянно получает. Как правило, она оказывает воздействие на ценности, установки и поведение молодежи. Поэтому можно говорить и о том, что СМИ приобщает личность к обществу. Сегодня СМИ показывают определенный тип поведения, отражающийся на молодых людях, исходя из этого, им присваиваются соответствующие установки, формируются ценности и культурное поведение. Интерес вызывает как анализ позитивных, так и негативных моделей социального поведения, которое распространяется по различным каналам массовой информации.<sup>1</sup>

Учёные активно изучают воздействие СМИ на молодёжь, так как именно они более чувствительны к информации. В большей части это происходит из-за того, что молодые люди максимально используют СМИ и охотно принимают информацию. И тогда как взрослые способны фильтровать полученную информацию, то молодёжь впитывают преподносимые сообщения, что может привести к последствиям.

Так как молодёжь, являясь участником социальных и культурных процессов, это один из наиболее мобильных слоев общества, особую актуальность приобретают исследования её особенностей восприятия массовой информации. Двойственная природа средств массовой информации является как ядром ценностей, так и орудием манипуляции, которая формирует культурные и анти-культурные ценности. Социальная сущность массовой информации сводится к тому, что это – мощное средство воздействия на общество.<sup>2</sup> Так, на сегодняшний день социологическое исследование о том

---

<sup>1</sup> Данилова, Е. А. Влияние СМИ на социализацию молодёжи // Наука. Общество. Государство. - 2017. - №2. [Электронный ресурс]: - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-smi-na-sotsializatsiyu-molodezhi/viewer> (дата обращения: 12.01.2020).

<sup>2</sup> Конечная, В. П. Социология коммуникации. - М., 1997. - С. 208.

какую роль СМИ оказывают на социализацию молодёжи становится довольно актуальным.

Проблемы, охватывающие процесс социализации, рассматривали в своих работах классики – Г. Тард<sup>1</sup>, Ф. Гиддингс,<sup>2</sup> Э. Дюркгейм,<sup>3</sup> Т. Парсонс.<sup>4</sup>

Современные зарубежные исследователи – Тоффлер Э.,<sup>5</sup> Хабермас Ю.,<sup>6</sup> Луман Н.,<sup>7</sup> Кастельс М.,<sup>8</sup> Липпман У.<sup>9</sup> говорили о влиянии СМИ на индивида.

Среди отечественных авторов функции СМИ, связанные с воздействием на сознание личности, анализировали в своих работах В. О. Нафталиева,<sup>10</sup> Л. И. Переславцева,<sup>11</sup> Б. А. Грушин,<sup>12</sup> Е. П. Прохоров,<sup>13</sup> Н. В. Розенберг,<sup>14</sup> В. А.

---

<sup>1</sup> Тард, Г. Законы подражания. - СПб., 1892. - 304 с.

<sup>2</sup> Гиддингс, Ф. Г. Основания социологии. Анализ явлений ассоциации и социальной организации. - М., 1898. - 431 с.

<sup>3</sup> Дюркгейм, Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение. - М., 2019. - 307 с.

<sup>4</sup> Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // THESIS. - 1993. - № 2. С. 94-122.

<sup>5</sup> Тоффлер, Э. Третья волна. - М., 2004. - 784 с.

<sup>6</sup> Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. - СПб., 2001. - 382 с.

<sup>7</sup> Луман, Н. Реальность массмедиа. - М., 2005. [Электронный ресурс]: - URL: [https://iphgras.ru/uplfile/socsep/luman\\_realnost\\_massm.pdf](https://iphgras.ru/uplfile/socsep/luman_realnost_massm.pdf) (дата обращения: 08.12.2019).

<sup>8</sup> Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М., 2000. [Электронный ресурс]: - URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php) (дата обращения: 28.12.2019).

<sup>9</sup> Липпман, У. Социализация личности. - М., 2011. - 137 с.

<sup>10</sup> Нафталиева, В. О. Влияние Современных СМИ на молодёжь // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2011. - №2. [Электронный ресурс]: - URL: <https://vivliophica.com/articles/journalism/103078/1> (дата обращения: 08.02.2020).

<sup>11</sup> Переславцева, Л. И. Влияние средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций молодежи. - Белгород. [Электронный ресурс]: - URL: [http://yspu.org/images/c/c5/Переславцева\\_Л.И..pdf](http://yspu.org/images/c/c5/Переславцева_Л.И..pdf) (дата обращения: 07.12.2019).

<sup>12</sup> Грушин, Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. - М., 1987. [Электронный ресурс]: - URL: <https://b-ok.org/ireader/1040916> (дата обращения 09.12.2019).

<sup>13</sup> Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики. - М., 2011. [Электронный ресурс]: - URL: <https://studfiles.net/preview/2868378/> (дата обращения 09.12.2019).

<sup>14</sup> Розенберг, Н. В. Влияние средств массовой информации на образ жизни молодежи // Наука. Общество. Государство. - 2015. - №1. [Электронный ресурс]: - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sredstv-massovoy-informatsii-na-obraz-zhizni-molodezhi> (дата обращения: 08.12.2019).

Волков.<sup>1</sup> Вопросы по социализации молодежи, изучали Е. П. Белинская,<sup>2</sup> Т. Н. Горяева,<sup>3</sup> С. В. Коваленко,<sup>4</sup> В. Т. Лисовский.<sup>5</sup>

И отдельно можно выделить саратовских исследователей, изучали СМИ в процессе формирования общественного мнения В. В. Абрамцева,<sup>6</sup> влияние СМИ на процесс политической социализации Е. Э. Кудрявцева.<sup>7</sup> Социализацию молодежи рассматривал в своих работах А. Н. Тесленко.<sup>8</sup>

Становится очевидно, что отдельные аспекты СМИ достаточно изучены, но роль СМИ в социализации оставляет право на неопределенность социологической мысли. Также на региональном уровне данная проблема нуждается в дальнейших исследованиях.

Объект исследования – молодежь г. Саратова.

Предмет исследования – особенности влияния СМИ на процесс социализации саратовской молодежи.

Цель работы – проанализировать воздействие СМИ на молодое население г. Саратова в процессе социализации.

Исходя из поставленной цели, необходимо решить ряд задач:

1. Рассмотреть теоретические основы социализации.
2. Определить влияние агентов социализации на молодежь.

---

<sup>1</sup> Волков, В. А. Влияние СМИ на формирование культурных ценностей: аксиологический аспект // Молодой ученый. - 2015. - №3. [Электронный ресурс]: - URL: <https://moluch.ru/archive/83/15136/> (дата обращения: 07.12.2019).

<sup>2</sup> Белинская, Е. П., Стефаненко Т. Г. Этническая социализация подростка. - М., 2000. - 203 с.

<sup>3</sup> Горяева, Т. Н. Трудовая социализация молодежи. - М., 2006. - 27 с.

<sup>4</sup> Коваленко, С. В. Психологические особенности системы базовых ценностей отношения к жизни в подростковом возрасте // Вестник НВГУ. - 2015. - №2. [Электронный ресурс]: - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-sistemy-bazovyh-tsennostey-otnosheniya-k-zhizni-v-podrostkovom-vozhraсте> (дата обращения: 07.12.2019).

<sup>5</sup> Лисовский, В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. - СПб., СПб., 2000. - 519 с.

<sup>6</sup> Абрамцева, В. В. Средства массовой информации в процессе формирования общественного мнения в современной России. - Саратов., 2006. - 18 с.

<sup>7</sup> Кудрявцева, Е. Э. Влияние «новых СМИ» на процесс политической социализации молодежи // Социокультурные проблемы языка и коммуникации. - Саратов., 2014. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_24837549\\_56670968.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_24837549_56670968.pdf) (дата обращения: 18.01.2020).

<sup>8</sup> Тесленко, А. Н. Социализация молодежи: методология, теория, практика // Философия образования. - 2005. - №2. - С. 50-56.

3. Проанализировать воздействие СМИ на молодёжь в процессе социализации.

4. Исследовать роль СМИ на социализацию саратовской молодёжи.

Эмпирической основой работы послужили результаты авторского исследования, проведённого в апреле 2020 года в г. Саратове. Во время прохождения преддипломной практики методом анкетирования при помощи квотной выборки в Интернет сети было опрошено 200 человек в возрасте от 18 до 30 лет.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет, методологическая основа и теоретические источники.

**В первом разделе** «Теоретические основания процесса социализации» раскрыты понятия процесса социализации, как зарубежных, так и отечественных авторов, раскрыты основные этапы социализации, описаны отличия первичной и вторичной социализации, рассмотрены основные институты социализации и выполнены 2 поставленные теоретические задачи.

Основы личности человека закладываются при постоянном влиянии информации, которая воздействует на установки и поведение молодёжи.<sup>1</sup> Сейчас понятие «молодежь» и возрастные границы трудноопределимы, поэтому идёт опора на мнение Ю. Г. Волкова, считающего, что молодость или ранняя зрелость проходит от 18-ти до 30-ти лет.<sup>2</sup>

Подробно описывал процесс социализации Г. Тард. Он обозначал социализацию как «включение индивида в нацию путём достижения сходства в языке, образовании, воспитании с другими индивидами, составляющими общество».<sup>3</sup> Первым же термин «социализация» использовал Гиддингс, он представлял данный процесс как развитие характера или социальной природы человека, говорил, что благодаря социализации индивид подготавливается к социальной жизни.<sup>4</sup>

Также в числе первых из тех, кто обратил своё внимание к вопросу социализации, был Э. Дюркгейм. Он, как представитель структурного функционализма, показывал, что изучение имеющихся объективно социальных

---

<sup>1</sup> Мудрик, А. В. Социальная педагогика. - М., 2000. [Электронный ресурс]: - URL: <https://smolsoc.ru/index.php/home/.../835-2011-01-11-14-22-55> (дата обращения: 25.01.2020).

<sup>2</sup> Волков, Ю., Добренъков В. Г., Нечипуренко В. Н., Попов А. В. Социология. - М., 2003. [Электронный ресурс]: - URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/volkov/03.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/volkov/03.php) (дата обращения: 17.02.2020).

<sup>3</sup> Тард, Г. Законы подражания. - СПб., 2011. - С. 303.

<sup>4</sup> Гиддингс, Ф. Г. Основания социологии. Анализ явлений ассоциации и социальной организации. - М., 2012. - С. 111.

ценностей, психологических механизмов, этических норм составляет суть процесса социализации.<sup>1</sup>

Со стороны символического интеракционизма, по мнению Дж. Г. Мида, отличительной чертой социализированного человека является понимание жестов и символов.<sup>2</sup> Ч. Кули говорил, что люди сами складывают представление о том, как их оценивают другие.<sup>3</sup>

Иную точку зрения можно увидеть от представителей феноменологической социологии П. Бергера и Т. Лукмана. Процесс социализации они понимали как «всестороннее и последовательное вхождение индивида в объективный мир общества и в отдельную его часть».<sup>4</sup>

Далее в бакалаврской работе рассматриваются взгляды отечественных авторов на процесс социализации. Так, например, И. С. Кон утверждает, что процесс социализации – это усвоение социального опыта и конкретных социальных ролей, в ходе которых формируется конкретная личность.<sup>5</sup>

Г. М. Андреева, опираясь на взгляды И. Кона, рассматривает институты социализации, разделяя их на стадиях социализации. По её мнению, в период с рождения до подросткового возраста к институтам социализации относятся семья и детские дошкольные учреждения. Со второй части ранней социализации добавляется школа, группа сверстников, ВУЗ, церковь и СМИ как институты социализации. На трудовом этапе – это трудовые коллективы, а на послетрудовом – общественные организации.<sup>6</sup>

Так, из перечисленного следует, что в ходе социализации молодые люди приобщаются к социальным нормам и ценностям, характерным для общества.

---

<sup>1</sup> Парсонс, Т. Социальная система. - М., 2018. [Электронный ресурс]: - URL: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Parsons/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Parsons/index.php) (дата обращения:25.02.2020)

<sup>2</sup> Мид, Дж. Г. Разум, я и общество. - М., 1997. - С. 229-230.

<sup>3</sup> Кули, Ч. Социальная самость // Американская социологическая мысль. - М., 1994. - С. 320-321.

<sup>4</sup> Бергер, П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. - М., 1995. - С. 219.

<sup>5</sup> Кон, И. С. Социология личности. - М., 1967. - С 95.

<sup>6</sup> Андреева, Г. М. Социальная психология. - М., 2003. - С. 198.

Социальные институты, группы, отдельные люди, способствующие социализации индивида, называются агентами социализации.<sup>1</sup>

Переход молодого поколения происходит с помощью традиционных институтов социализации, но на сегодня они уступают остальным агентам социализации.<sup>2</sup> СМИ активный агент социализации, приобщающий человека к социальным группам. Они относятся к основному передатчику социального опыта.<sup>3</sup> Именно поэтому в следующем разделе подробнее разбираются СМИ и их роль в процессе социализации молодёжи.

**Во втором разделе «Роль СМИ в процессе социализации молодёжи»** говорится о влиянии на процесс социализации молодёжи средств массовой информации. Сейчас воздействие медиа-системы на социализации молодого поколения имеет как положительные, так и отрицательные последствия.<sup>4</sup> Сегодня актуальными являются различные ресурсы интернета. И если традиционные СМИ отвечают за распространяемые ими сведения, здесь авторов информации зачастую нельзя обнаружить сразу.<sup>5</sup>

Намного быстрее в современном мире происходит получение опыта через средства массовой информации, по сравнению с путём собственно накопленных знаний. СМИ как агент социализации не нацелены на выполнении функции нравственного воспитания. Они рассчитывают на нерелексивное одобрение образцов поведения аудиторией, тиражируя вместе реальные факты и вымысел.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Смелзер, Н. Социология. - М., 1994. - С. 114.

<sup>2</sup> Гридчин, М. М. Проблемы влияния информационных технологий на молодежь // Власть. - 2007. - № 9. - С. 39.

<sup>3</sup> Кузина, С. В. Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи // Власть. - 2007. - № 8. - С. 53.

<sup>4</sup> Зайцева, О. М. Средства массовой информации как агент социализации молодёжи в контексте модернизации Российской Федерации // Сервис plus. - 2012. - №3. - С. 47.

<sup>5</sup> Переславцева, Л. И. Влияние средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций молодежи. - Белгород. [Электронный ресурс]: - URL: [http://yspu.org/images/c/c5/Переславцева\\_Л.И..pdf](http://yspu.org/images/c/c5/Переславцева_Л.И..pdf) (дата обращения: 14.01.2020).

<sup>6</sup> Чекушина, Е. Н. Коммуникативная теория Ю. Хабермаса и культура информационного общества // Теория и практика общественного развития. - 2014. - №1. - С. 26.



Молодёжь максимально пользуется ресурсами СМИ, хочет узнать новое и быть в курсе новостей, а поэтому и больше погружается в медиа-пространство. Всевозможные виды СМИ играют роль наставников, занимая важное значение в их жизни. Аудитория реагирует на современные СМИ медиа пространства, что подтверждает, с одной стороны, ее собственную открытость любому влиянию, с другой – культурно-творческий потенциал СМИ как агента социализации, способного менять направленность социокультурных процессов. СМИ значительно влияют на виртуальное общение с помощью новых технологий, воздействуют на ценности и увлечения молодого населения. Формируются взгляды, ценности, образ жизни человека. Средствам массовой информации присущи как положительные, так и отрицательные последствия, поэтому данная проблема нуждается в длительном и постоянном изучении.

Таким образом, для выявления того, как средства массовой информации влияют на процесс социализации молодого населения г. Саратова, методом анкетирования было проведено социологическое исследование, результатам которого посвящён следующий раздел.

**В третьем разделе** «Место СМИ в социализации городской молодёжи» описано авторское исследование, в ходе которого методом анкетирования было опрошено 200 респондентов, среди которых 56% представительниц женского и 44% мужского пола в возрасте от 18-ти до 30-ти лет.

Судя по социально-демографическому блоку в опросе приняли участие на 12% женщин больше, чем мужчин. Из них большинство в возрасте от 18-ти до 21 года – 35,5%. Это объясняет то, что преимущественное большинство никогда не состояло в браке – 79%, и 36,5% имеют неоконченное высшее образование. По вопросу о роде деятельности опрашиваемых можно судить, что ещё учатся – 41,5%

По результатам данного опроса, мы видим, что интернет сейчас является самым популярным средством СМИ у молодёжи, 93% интервьюируемых выбрали его как наиболее используемый. Также именно интернет вызывает доверие у 64,5% молодых людей. Аудитория в равной степени обращается к

различным видам СМИ «более 4 раз в день», «3-4 раза в день» и «1-2 раза в день» по 23,5%, с преимущественным временем пользования в сутки до 1ч. – 48,5%.

Прежде всего, молодёжь интересуется, что происходит в жизни общества и мире – 44,5%. И вместе с тем, 87,5% опрошенных не могут дать точного ответа на вопрос о доверии СМИ. При этом около половины респондентов думают, что СМИ больше влияют на них в повседневной жизни, чем не влияют – 48,5%.

Также больше половины респондентов признаются, что СМИ способствуют формированию их ценностей – 63%. Именно поэтому логично, что 92% согласны с тем, что в ходе влияния СМИ, у респондентов меняется взгляд на событие или ситуацию. Это имеет связь с тем, что из молодежи, которая интересуется блогами, тех, кто согласен с мнением автора на 23% больше, чем тех, кто не соглашается. В то же время, около половины – 54% имеют пример для подражания из источников средств массовой информации.

Вместе с тем, 67,5% замечали за собой, что они не могут вовремя выйти из интернета ради других дел: точно замечали – 38%, скорее замечали – 29,5%. Судя по ответам, 27,5% молодёжи считает, что может без интернета больше дня и меньше недели, у 26% этот срок составляет только день.

С момента внедрения по настоящее время средства массовой информации достаточно прочно вошли в нашу жизнь. Мы не представляем привычной жизни без них. И как показали результаты выше, не можем полностью отказаться от интернета, как от наиболее популярного сейчас вида СМИ. 49% отвечают, что такое скорее не возможно, чем возможно.

**В заключении** говорится, что проблема социализации молодёжи при помощи СМИ стояла и будет стоять в нашем обществе. Личность формируется путём воздействия информации, которую постоянно получает. Как правило, она оказывает воздействие на ценности, установки и поведение молодежи. Поэтому можно говорить и о том, что СМИ приобщает личность к обществу. Сейчас аудитория очень плотно связала свою жизнь с различными видами СМИ и интернетом в частности.

Считая, что именно там можно получить самую достоверную информацию. Молодёжь обращается к различным блогам и их авторам, слушает их позицию и опирается на их жизненный опыт. В ходе этого у них формируется свой взгляд на вопрос, тесно связанный с мнением их кумира. Люди хотят быть похожи на вымышленных персонажей, актёров, певцов и блогеров, беря от них их стиль, образ в одежде или манеру поведения.

Формируя собственное мнение, зарождая определённые привычки под воздействием СМИ, мы просто не можем говорить о том, что СМИ не играет огромную роль в процессе социализации молодых людей. Пропагандируя образцы поведения, СМИ задаёт ценностные ориентации для молодёжи. Интервьюируемые могут менять своё мнение на те или иные события под влиянием СМИ. Люди в ходе процесса социального взаимодействия получают знания и усваивают правила поведения, без которых невозможно успешное существование в обществе.

Больше половины опрошенных не могут покинуть просторы интернета даже ради своих дел, что естественно, оказывает не самое лучшее влияние на человека. Молодёжь начинает подражать своим кумирам и поддаваться их давлению. Социально значимая, гуманистически окрашенная информация, в которой нуждается молодое население, часто заменяется деструктивно направленным содержанием, развлечениями.

Проведённая работа показала, что данная тема является важной для общества и требует дальнейшего изучения как на российском, так и на региональном уровне. С помощью данных этого исследования проблема может быть проанализирована и качественными методами. Результаты, полученные в ходе исследования, могут применяться как в политической сфере, для улучшения контроля информации, получаемой населением, так и в сфере образования для подготовки к осознанному восприятию полученной информации из СМИ и успешной социализации молодого поколения. СМИ являются значимым агентом социализации для молодых людей.

**В приложении** представлен инструментарий исследования (анкета).