

Введение. Социальная ответственность в современных условиях цифрового мира приобретает особую **значимость**, которая в свою очередь определяется требованием от молодежи, а так же выпускников образовательных учреждений ответственного отношения к собственному выбору, принятию осознанных решений и осуществления действий с учетом интересов окружающих.

Важность изучения социальной ответственности и компонентов медиапотребления состоит в том, что это область социальной психологии, которая в настоящее время стремится обосновать значимость формирования социальной ответственности личности, группы людей и всего общества в условиях информационного развития. Социальная ответственность является важной характеристикой становления личности и требует развития самостоятельности, ответственности, мобильности, компетентности, а медиапотребление является стилем жизни, без которого сложно представить современное общество.

Изучение социальной ответственности молодежи в настоящее время достаточно **актуально**, так как данное качество является важным элементом члена современного информационного общества и привлекает множество ученых.

Научная разработанность темы дипломной работы. Сущностную характеристику социальной ответственности рассматривали многие отечественные и зарубежные ученые, такие как Э. Фромм, И.С. Кон, В. Франкл, Д.А. Леонтьев. Данные ученые полагали, что социальная ответственность является важнейшей формой саморегуляции духовной зрелой личности вместе с совестью и свободой. Имеется множество научных трудов, которые связаны с изучением теоретических и практических вопросов социальной ответственности молодежи. Такие исследования проводились следующими учеными: К.А. Абульхановой – Славской, Л.А. Барановской, А.В. Беловым, И.Н. Куксиным, О.Е. Кусовой, К. Муздыбаевым, Л.П. Николаевой, Е.В. Поповой, М.В. Тагановым, В.Г. Тульчинскими т.д.

На сегодняшний день проблемы медиапотребления представлены в работах: А.С. Копового, Г.Н. Малюченко, Л.В. Усенко Б.Н. Борисюка, Л.А. Найденовой, Н.Ф. Хилько, И.В. Чельшевой, В.М. Смирнов, М.Е. Богдановой и др. О.А. Баранова и др.

В последнее время стала активно изучаться ответственность у молодежи в работах у В.В. Байлук, А.М. Балацкого, Е.В. Братухиной, Е.А. Быковой и многие другие. Однако до сих пор остаются мало изученными вопросы формирования социальной ответственности условиях информационного развития и медиапотребления молодежи.

Объект исследования: социальная ответственность как социально-психологический феномен

Предмет исследования: взаимосвязь социальной ответственности и компонентов медиапотребления у молодежи.

Целью исследования является определить взаимосвязь социальной ответственности и компонентов медиапотребления у молодежи.

Гипотезы:

Общая:

представляется, что компоненты медиапотребления у молодежи взаимосвязаны с социальной ответственностью личности молодого человека.

Частные:

- Высокая степень вовлеченности молодежи в медиaprостранство связана с перенесением выполнения ответственных дел на последний момент;
- Готовность ответственно и добросовестно выполнять групповую работу способствует у молодежи четкому осознанию цели при поиске и обработки информации в медиaprостранстве;
- Проявление положительных эмоций в процессе или после выполнения ответственных дел приводит к снижению у молодежи вовлеченности в медиaprостранство.

В соответствии с целью были определены **следующие задачи исследования:**

Теоретические:

- Рассмотреть представления ответственности в психологической науке и особенности социальной ответственности у молодежи;
- Изучить социальную ответственность молодежи;
- Проанализировать медиапотребление, понятие, содержание. Рассмотреть взаимосвязь с социальной ответственностью молодежи.

Эмпирические:

- Определить типологический вариант ответственного поведения у студентов используя «Опросник диагностики личностного симптомокомплекса ответственности», автором которой является И.А. Кочарян;
- Выявить выраженность характеристик, компонентов ответственности у респондентов с помощью методики «Многомерно-функциональная диагностика «ответственности», автор И.А. Крупнов;
- Рассмотреть личные представления об ответственности у молодежи с помощью авторской анкеты на выявление аспектов ответственности;
- Установить связь между компонентами ответственности и личными представлениями об ответственности у респондентов;
- Изучить преобладающую мотивацию, определяющую общую направленность информационной активности и характер повседневного медиапотребления у молодежи используя личностный опросник «Мотивационная структура информационной активности (МСИА), авторы Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов;
- Определить индивидуальный стиль медиапотребления у студентов с помощью опросника «Индивидуальный стиль

медиапотребления» (МСИА), авторы Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов;

- Установить и проанализировать связь между социальной ответственностью и медиапотребления молодежи

Методы исследования: эмпирический, логический, диалектический; общенаучные методы: анализ, синтез, сравнение, обобщение. Посредством эмпирического метода достигаются задачи, сформулированные в рамках магистерской работы и направленные на исследование социальной ответственности у молодежи. Использовались методики: «Опросник диагностики личностного симптомокомплекса ответственности (ОДЛСО) и оценка его психометрических характеристик» (И.А. Кочарян); «Многомерно-функциональная диагностика «ответственности» (ОТВ-70)» (А.И. Крупнов); Самостоятельно составленная авторская анкета выявления аспектов ответственности у студентов; «Мотивационная структура информационной активности» (Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов); Опросник «Индивидуальный стиль медиапотребления» (Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов.) Математико-статистические методы анализа полученных данных (описательная статистика, статистика Колмогорова-Смирнова для проверки нормального распределения, корреляционный анализ с использованием коэффициента корреляции Пирсона).

Эмпирическую основу исследования составляют статистические и аналитические данные, содержащие сведения о взаимосвязи социальной ответственности и компонентов медиапотребления студентов, а также непосредственно реализованное эмпирическое исследование рассматриваемой проблемы у молодежи государственного автономного профессионального образовательного учреждения Саратовской области «Саратовский колледж строительства мостов и гидротехнических сооружений», посредством которого были сформулированы результаты проделанной работы. Выборку исследования составила молодежь очной

формы обучения, обучающуюся на направлениях «Земельно-имущественные отношения» и «Экономика и бухгалтерский учет». Общее количество молодежи, принявших участие в исследовании составило 130 человек.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов в целях дальнейшего изучения проблемы развития социальной ответственности в молодежной среде в условиях информационного развития с учетом медиапотребления.

Структура работы. Выпускная квалифицированная работа магистра общим объемом 135 страниц. Состоит из введения, двух глав: теоретические подходы к проблеме изучения социальной ответственности и медиапотребления молодежи, эмпирическое исследование ответственности и медиапотребления молодежи, посредством которого сформулированы результаты проделанной работы. Так же в структуру работы входит заключение, список использованных источников, содержащих учебную и справочную литературу и приложение.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **ВВЕДЕНИИ** обосновывается актуальность исследования, проблема исследования, степень разработанности проблемы исследования, ставятся цели и задачи, определяются предмет, объект исследования, гипотеза, описывается теоретико-методологическая база исследования, методы исследования, научная новизна и практическая ценность.

В первой главе **«Теоретические подходы к проблеме изучения социальной ответственности и медиапотребления молодежи»** состоящей из трех параграфов, теоретически изучены понятия ответственность, социальная ответственность, медиапотребление, проанализированы особенности социальной ответственности молодежи, рассмотрены как может быть взаимосвязана социальная ответственность и медиапотребление молодежи.

В параграфе 1.1 **«Представление ответственности в психологической науке»** представлено достаточно много определений понятия ответственность. В отечественной психологии ответственность рассматривают как свойство личности. Л.И. Дементий отмечает, что «можно говорить об ответственности личности как устойчивой характеристике или отдельных ее проявлениях». Ответственность – это способность и готовность личности добровольно, целенаправленно осознавать собственный долг, а также способность регулировать знанием собственную деятельность, которая направлена на созидание благ себе и окружающим. Ответственность личности всегда определена, поскольку конкретизируется ее положением в системе общественных (в коллективе, обществе), личных отношений (к примеру, к друзьям), а также отношении непосредственно к самому себе.

В целом, понятие ответственности многогранно и определяется в достаточно различных значениях, например, в качестве возлагаемого на кого-либо или взятое кем-либо, обязательство отчитываться о совершении определенных действий и брать на себя вину за возможно наступившие последствия, или же в качестве обязанности, необходимо предоставлять

отчетность о собственных действиях, поступках и нести ответственность за последствия, результат чего-либо; наряду с серьезностью, важностью чего-либо.

В параграфе 1.2 **«Особенности социальной ответственности молодежи»** приводится определение понятия социальная ответственность, которое рассматривается многими отечественными и зарубежными учеными, такие как Э. Фромм, И.С. Кон, В. Франкл, Д.А. Леонтьев, как ценная форма саморегулирования зрелой личности на одном месте со свободой и совестью. Социальная ответственность возникает тогда, когда личность самостоятельно, по доброй воле берет на себя определенные обязательства, способствующие благополучию окружающих.

О.Е. Кусова утверждает, что социальная ответственность формируется под воздействием двух групп факторов и предпосылок: объективных и субъективных. В первом случае на формирование чувства ответственности влияют общественные установки и нормы, а во втором главную роль играют личностные особенности индивида, его свободный выбор в данном вопросе.

Социальная ответственность- это определенное свойство человека, гарантированное в возможности соблюдения общепринятых норм поведения, осуществлении своих обязанностей и готовности в любой ситуации отвечать за свои поступки.

Таким образом, социальная ответственность является сложным, комплексным феноменом, затрагивающим все сферы общественной жизнедеятельности. Вместе с тем наличие различного рода исследовательских подходов, наряду со значительным количеством научных работ, непосредственно посвященных рассматриваемой теме, свидетельствует о наличии исследовательского интереса.

В параграфе 1.3 **«Медиапотребление: понятие, содержание, взаимосвязь с социальной ответственностью молодежи»** рассматривается понятия «медиапотребление» В. П. Коломиеца, как «активную социальную практику по переработке символического материала, как социальную

практику использования коммуникационных средств (медиа) для получения и освоения символического содержания и осуществления социальных связей и взаимодействий» [27].

По мнению Г.Н. Малюченко медиапотребление на сегодняшний день «всё более приобретает статус психологической характеристики весьма сложного по набору целей и средств, социального поведения. К наиболее очевидным функциям медиапотребления по отношению к личности можно отнести: социальное познание и социальную адаптацию» [31].

Один из видов медиапотребления интернет является эффективным инструментом, направленным не только на продвижение продукции компании, но и на формирование ее ответственности перед потребителем за качество этой продукции.

Однако, «продукт» бывает разным... И зачастую на просторах Интернета можно увидеть видео и фото, которые не только не несут никакого положительного посыла, но и негативно сказываются на формировании у молодых людей социальной ответственности. На вопрос: «С чем это связано?» - можно предположить, что в Интернете можно увидеть, к примеру, ролик с девиантным или вовсе делинквентным поведением, но итог совершенных деяний никому не будет известен. Иными словами, «зрители» Интернета видят только действие, но «наказание» за это действие – нет. В связи с чем может сформироваться представление о вседозволенности, о потере важности такого социального института, как ответственности.

Так, ежедневно изучая просторы Интернета со ставшими столь размытыми границами социальной ответственности, к примеру, в видеороликах и т.д. у студентов неуклонно формируется представление, что в том числе отклоняющееся поведение – это вариант нормы и т.д. Однако, возможны и иные варианты, когда на просторах известных социальных сетей блогеры выставляют ролики о помощи нуждающимся, людям попавшим в сложную жизненную ситуацию и т.д., что определенно оказывает

положительное воздействие на уровень социальной ответственности, а также на формирование личности в целом [12].

Подобная ситуация имеет место не только на просторах Интернета, поскольку медиа в целом может транслировать априори негативные события, которые сказываются на формировании социальной ответственности, на «размытии» ее границ и т.д.

Отметим, что социальная ответственность не формируется одномоментно, на ее формирование повсеместно оказывают воздействие внутренние и внешние факторы. К внутренним факторам, к примеру, можно отнести убеждения человека, его воспитание и т.д., в то время как ко внешним можно отнести столь популярные сейчас СМИ, социальные сети, медиа в целом, что говорит нам о том, что медиапотребление взаимосвязано социальной ответственностью.

Во второй главе **«Эмпирическое исследование ответственности и медиапотребления молодежи»** приводится методическое обоснование исследования, анализ и результаты.

Параграф 2.1. **«Организация и методы эмпирического исследования»** посвящен В исследовании принимали участие студенты очной формы обучения ГАПОУ СО «СКСМГС». Всего в исследовании приняло участие 130 человек.

В исследовании были использованы методы эмпирического исследования, такие как: «Опросник диагностики личностного симптомокомплекса ответственности (ОДЛСО) и оценка его психометрических характеристик» (И.А. Кочарян); «Многомерно-функциональная диагностика «ответственности» (ОТВ-70)» (А.И. Крупнов); Опросник «Индивидуальный стиль медиаоптребления» (Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов); «Мотивационная структура информационной активности» (Ю. Долгов, А. Коповой, Г. Малюченко, В. Смирнов); Авторская анкета выявления аспектов ответственности у студентов. А так же были использованы методы статистического анализа

эмпирических данных: описательная статистика, метод Колмогорова-Смирнова для проверки нормального распределения, корреляционный анализ с использованием коэффициента корреляции Пирсона.

Данные психодиагностические методики позволили выявить выраженность у молодежи типологических вариантов ответственного поведения, компонентов ответственности, параметров медиапотребления. Авторская анкета позволила выявить дополнительную информацию, расширяющую понимание личных представлений ответственности у молодежи.

Параграф 2.2. **«Анализ результатов исследования социальной ответственности»** В ходе исследования была выявлена выраженность типологического варианта ответственного поведения, как «этичность», «самопожертвование». В средний уровень значимости вошли «принципиальность», «нормативность», «самоутверждение». Респондентов можно охарактеризовать, как ответственных людей, которые ответственно относятся к выполнению любого задания, будь оно индивидуальным или групповым.

В ходе анализа самостоятельно разработанной анкеты было выявлено, что социальная ответственность осознается молодежью. В большинстве случаев молодежь проявляет ответственность перед собой, перед семьей и любимым человеком. Данные студенты несут ответственность за свое общение в сети интернет. В большей степени молодые люди полагают, что их ответственность проявляется в семейных отношениях, в профессиональной и учебной и деятельности, что связано с возрастными особенностями исследуемой группы.

При рассмотрении взаимосвязи представлений об ответственности и компонентов ответственности у респондентов с помощью критерия г-Пирсона в программе SPSS Statistics 17.0. Было выявлено, множество корреляционных связей представлений об ответственности и компонентов ответственности, такие как: «самопожертвование» как тип ответственности,

«этичность» как тип ответственности, результативность субъектная, динамическая эргичность, когнитивная осмысленность, эмоциональность стеническая.

В параграфе 2.3 **«Анализ результатов исследования социальной ответственности и компонентов медиапотребления молодежи»** представлены интересующие результаты. Мы выяснили, что у данной группы испытуемых наиболее выраженным показателем мотивов информационной активности является познавательная мотивация, что свидетельствует о желании больше узнать о чем-то интересном, важном в медиaprостранстве. Реактивная и релаксационная мотивация не уступают и доминируют у респондентов. В целом все пять мотивов присутствуют, что говорит о сбалансированной мотивационной структуре информационной активности у данной молодежи.

Индивидуальный стиль медиапотребления, как «эффективность поиска информации преобладает. Остальные стили восприятия и обработки разного рода медиаинформации у респондентов находятся на среднем уровне выраженности. Интернет как медиаисточник потребления информации часто пользуется молодежью данной выборки, не уступает так же чтение книг и просмотр телевидения.

В параграфе описаны интересные взаимосвязи между компонентами социальной ответственности и показателей медиапотребления, что позволяет заключить, что основная и частные гипотезы нашего исследования подтверждаются.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе теоретического исследования, направленного на изучение социальной ответственности и ее взаимосвязи с компонентами медиапотребления мы можем сделать вывод, что социальная ответственность является сложным, комплексным феноменом, затрагивающим все сферы общественной жизнедеятельности. Она подразумевает способность индивида объективно оценивать результаты

своей деятельности и соотносить их с действующими социальными нормами. Вместе с тем наличие различного рода исследовательских подходов, наряду со значительным количеством научных работ, непосредственно посвященных рассматриваемой теме, свидетельствует о наличии исследовательского интереса.

Анализируя теоретические исследования мы можем сказать, что социальная ответственность имеет взаимосвязь с медиапотреблением, которое оказывает влияние на активное формирование социальной ответственности у молодежи. В ходе теоретического исследования мы разобрали и обобщили, как медиапотребление влияет на социальную ответственность, которая происходит на протяжении всей жизнедеятельности человека и обладает особой активностью в становлении личности.

По результатам эмпирического исследования мы выявили, тип ответственного поведения, который свойственен исследуемой выборке это «этичность» и «самопожертвование», что свидетельствует о том, что исследуемая молодежь является высоко моральной и стремится доказать свою надежность при выполнении различных ответственных дел окружающим людям. Данных молодых людей можно охарактеризовать, как ответственных людей, которые проявляют ответственность дома, на учебе, на работе, в обществе в связи с самостоятельным желанием это делать, что свидетельствует о социальной ответственности. Респонденты стремятся доказать свою надежность при выполнении различных дел. Они исполнительны в самостоятельной и общественной работе, что говорит о проявлении социальной ответственности. Студентам важно помогать всем окружающим в достижении цели, при этом свою роль в этих успехах они считают достаточно скромной и мало значимой.

В ходе анализа результатов исследования мы выяснили, что когнитивная осмысленность преобладает у студентов данной выборки. Они осознают ключевую концепцию ответственности, стрележневую основу,

схватывают ее суть, имеют глубокое и целостное понимание и представление о данном качестве личности. Студенты способны рассматривать ответственность не только как отдельное понятие, но и в неотъемлемой совокупности с понятиями, такие как свобода, долг, совесть. Преобладающими являются показатели: эмоциональность стеническая, результативность предметная, результативность субъектная, динамическая эргичность, эмоциональность астеническая, мотивация социоцентрическая, трудности, мотивация эгоцентрическая, динамическая аэргичность, регуляторная экстернальность, когнитивная осведомленность. Данная молодежь схватывает суть ответственности, имеет глубокое и целостное понимание и представление о данном качестве личности. Она способна рассматривать ответственность не только как отдельное понятие, но и в неотъемлемой совокупности с понятиями, такие как свобода, долг, совесть.

Студенты не ищут причины для отказа от участия в общественных делах и проявляет в них инициативу и активность. Ей важны положительные эмоции при выполнении ответственных дел. Результаты работы социального характера, которую они выполняют имеют для них высокую значимость что говорит о социальной ответственности.

В ходе анализа самостоятельно разработанной анкеты было выявлено, что социальная ответственность осознается молодежью. В большинстве случаев молодежь проявляет ответственность перед собой, перед семьей и любимым человеком. Данные студенты несут ответственность за свое общение в сети интернет. В большей степени молодые люди полагают, что их ответственность проявляется в семейных отношениях, в профессиональной и учебной и деятельности, что связано с возрастными особенностями исследуемой группы.

Анализируя медиапотребление молодежи, мы выяснили, что что у данной группы испытуемых наиболее выраженным показателем мотивов информационной активности является познавательная мотивация, что свидетельствует о желании больше узнать о чем-то интересном, важном в

медиапространстве. Реактивная и релаксационная мотивация не уступают и доминируют у респондентов, что предполагает стремление получить импульс к дальнейшей деятельности и расслабиться, освободиться от эмоционального и/или физического напряжения, находясь в медиапространстве. В целом все пять мотивов присутствуют, что говорит о сбалансированной мотивационной структуре информационной активности у данной молодежи.

Индивидуальный стиль медиапотребления, как «эффективность поиска информации преобладает, что характеризует данных студентов как людей обладающих высоким уровнем развития умений и навыков поиска информации в медиапространстве. Остальные стили восприятия и обработки разного рода медиаинформации у респондентов находятся на среднем уровне выраженности. Интернет как медиаисточник потребления информации часто пользуется молодежью данной выборки, не уступает так же чтение книг и просмотр телевидения.

При исследовании были выяснены интересные взаимосвязи представлений о своей ответственности из самостоятельно составленной анкеты и компонентов ответственности из «Опросника диагностики личностного симптомокомплекса ответственности» (И.А. Кочарян) и Многомерно-функциональной диагностики «ответственности» (А.И. Крупнов). Было обнаружено что тип ответственности как «Самопожертвование» обладает наибольшим количеством значимых прямых корреляционных связей с аспектами ответственности. Таким образом, изменение стремлений у молодежи доказать свою надежность при выполнении ответственных дел, сопровождается изменением показателей аспектов ответственности, таких как проявление ответственности перед собой, семьей, коллегами, обществом, что обосновано стремлением угодить всем, взваливая на себя массу работы, желание помочь всем окружающим в достижении цели, жертвуя собой, но ставя в приоритет окружающих людей.

В ходе эмпирического исследования, направленного на установление наличия связи между компонентами социальной ответственности и

показателей медиапотребления было выявлено, что наибольшее количество статистически значимых прямых корреляционных связей между компонентом ответственности динамическая эргичность и показателями медиапотребления: эмоционально-познавательная вовлеченность, волевой контроль медиапотребления, рефлексивная критичность медиапотребления, эффективность поиска информации, реактивная и компенсаторная мотивация информационной активности. Таким образом, проявление самостоятельности при выполнении ответственных действий будет сопровождаться изменением показателей медиапотребления.

При исследовании были выявлены статистически значимые прямые корреляционные связи между компонентом ответственности динамическая эргичность и показателями медиапотребления: эмоционально-познавательная вовлеченность, волевой контроль медиапотребления, рефлексивная критичность медиапотребления, эффективность поиска информации, компенсаторная мотивация информационной активности. Следовательно, перенесение выполнения ответственных занятий на последний момент сопровождается изменением показателей медиапотребления, что доказывает частную гипотезу.

Кроме того были обнаружены статистически значимые прямые корреляционные связи между компонентом ответственности результативность предметная и компоненты медиапотребления: волевой контроль медиапотребления, реактивная мотивация информационной активности, компенсационная мотивация информационной активности. Из этого следует, что эффективность при реализации ответственных дел в социуме, готовность честно и добросовестно выполнять групповую работу, ставя в приоритет важность общественных дел, способствует изменению показателей медиапотребления, что подтверждает частную гипотезу. Отрицательная корреляционная связь компонента ответственности эмоциональность стеническая и компонента медиапотребления: эмоционально-познавательная вовлеченность свидетельствует о том, что

положительные эмоции при выполнении ответственных дел будут сопровождаться изменением показателей медиапотребления, что доказывает частную гипотезу.

Сделанные нами выводы позволяют заключить, что основная гипотеза нашего исследования о том, что компоненты медиапотребления молодежи взаимосвязаны с социальной ответственностью личности молодого человека подтверждена, так как многие компоненты ответственности имеют взаимосвязь с компонентами медиапотребления. Частные гипотезы, указывающие на то, что высокая степень вовлеченности молодежи в медиапространство связана с перенесением выполнения ответственных дел на последний момент, готовность ответственно и добросовестно выполнять групповую работу способствует четкому осознанию цели при поиске и обработке информации в медиапространстве, проявление положительных эмоций в процессе или после выполнения ответственных дел приводит к снижению вовлеченности в медиапространство доказаны.