

Социальная коммуникация как фактор социализации молодежи

© А.А. Зорина

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

Социализация — сложный процесс, который складывается под влиянием на молодого человека целого ряда факторов: целенаправленных и спонтанных воздействий со стороны окружающей среды, а также внутренних механизмов реагирования на эти факторы, активности самого человека и его социального становления. Формой социализации является процесс обучения, и здесь очень велика роль образовательных учреждений. К спонтанным факторам следует относить влияние семьи, неформальных групп общения, политических событий, информации, массмедиа. Социальная коммуникация является фактором формирования ценностных ориентаций гражданских качеств молодежи.

Ключевые слова: молодежь, социализация, социальная коммуникация, сознание, личность, политика

В настоящее время появилось много статей о проблемах социализации молодежи. На данную тему писали такие авторы, как А.И. Исаев, Е.А. Рязанова, С.А. Маскалянова, Л.М. Тафинцева, О.А. Данковцев. Однако эта тема не теряет актуальности в России, ведь от решения проблемы социальной коммуникации зависит судьба нашего общества.

В России в течение последних десятилетий наблюдаются сложные социальные, экономические и политические процессы. Общество переосмысливает культурные ценности, которые были получены от предыдущих поколений, произошло нарушение преемственности в передаче социокультурного опыта, а также изменились политическое сознание и культура молодежи. Нестабильность в экономике и политике, социальное неравенство в обществе, кризис повлияли на изменение общественного сознания и на социализацию молодых людей.

Социализация — сложный процесс, он складывается под влиянием на молодежь целого ряда факторов: целенаправленных, системных и стихийных воздействий со стороны окружающей среды, а также внутренних механизмов реагирования на эти стимулы, активности самого человека и социального опыта. Основной формой системной социализации является обучение, и поэтому очень важна роль образовательных учреждений: школы, колледжа, университета и др. К спонтанным факторам относятся влияние семьи, неформальных групп общения, политические события, сообщения СМИ, т. е. окружающая среда. Социальная коммуникация включает в себя как системные элементы, так и стихийные.

Процесс социализации продолжается на протяжении всей жизни человека. Его условно можно подразделить на основные этапы: семья — школа — специальное образование — профессиональная социальная деятельность. Семья является простой моделью социальных отношений. Именно в семье на уровне символических игр ребенок получает первые социальные установки и выполняет отведенную ему роль. В процессе общения и жизнедеятельности ребенок получает от родителей, которые оказываются для него «значимыми другими», по определению Т. Парсонса, готовые блоки необходимой социальной информации, обеспечивающие ему функцию защиты при вхождении в социальную группу [1].

В более широком смысле социальная коммуникация подразумевает все разновидности коммуникаций между людьми в процессе своей деятельности. В структурно-функциональных подходах обычно социальная коммуникация рассматривается как одна из главных функций в динамике жизни общества и в деятельности государства.

Анализ научных источников показывает, что выделяют два вида социальной коммуникации:

- горизонтальную (между лицами одинакового статуса и уровня в социально-политической иерархии);
- вертикальную (между людьми, стоящими на различных ступенях социально-политической иерархии).

В условиях становления информационного общества наибольшее значение имеет не расстояние, а сложность и объем передаваемой информации, а данную функцию лучше всего реализуют СМИ, электронные средства коммуникации, в частности Интернет [2].

Распространение интернет-технологий в обществе условно разделяют на два этапа. Первый этап — информационный. Его суть заключается в проникновении в сеть социальной информации. Вторым этапом связан с медиатизацией общества и попыткой использовать Интернет в качестве инструмента социальной коммуникации.

Вероятно, Интернет станет базовым источником социально-политической информации, отодвинув на второй план традиционные СМИ, но не преуменьшая их роли, так как в отдаленных от центральной части России населенных пунктах массовое сознание людей ориентировано в основном на телевидение. Главным аргументом в пользу Интернета является тот факт, что традиционные средства массовой информации функционируют преимущественно в режиме информационного монолога (односторонней коммуникации), а компьютерные технологии открыли возможность многосторонней коммуникации.

Социологи признают преимущество социально-политической рекламы в Интернете. Если телевизионный ролик «живет» несколько секунд, публикация в газете — несколько дней, то тексты и ви-

деофайлы в сети существуют месяцы, более того, ужесточился контроль, например предвыборной рекламы, и подорожали рекламные услуги традиционных СМИ, поэтому Интернет имеет заметные преимущества перед другими массмедиа.

Интернет дает возможность создания виртуальных партий, которые потенциально будут способны оперативно реагировать на изменения позиций своих членов по важным вопросам и, таким образом, наиболее близко подходить к идеалу адекватной репрезентации интересов тех или иных социальных групп в политическом процессе [3]. Кроме того, развитие получили и скрытые манипулятивные интернет-технологии. Одна из теорий влияния интернет-технологий на массовое политическое сознание исходит из того, что эффект воздействия на формирование общественного мнения определяется прежде всего избирательным вниманием коммуникатора [4].

Социальная коммуникация позволяет обеспечить постоянный общественно-политический диспут с возможностью электронной обратной связи в реальном времени между властью и гражданами [3]. Следовательно, зависимость граждан от институциональных посредников, административных структур и групп интересов может быть сведена к минимуму. Реализация данной концепции позволит в будущем сократить время обслуживания граждан при их обращениях в правительственные инстанции до нескольких часов и даже минут, например, для получения справочной информации.

Социальная коммуникация реализуется в динамике социализации через информационное взаимодействие. Одним из решающих факторов социализации являются современные СМИ и электронно-технические средства. Их влияние, особенно Интернета и телевидения, постоянно растет. Они играют непосредственную роль не только в информировании молодежи, но и в формировании основных нравственных, эстетических предпочтений и мнений. Отбор сюжетов в СМИ диктуется принципами занимательности и зрелищности. Поэтому много места отводится событиям из жизни элиты, репортажам об экстраординарных событиях. Значительно меньше внимания уделяется культурно-образовательным инициативам, событиям, свидетельствующим о социальной активности молодежи, ее трудовых успехах, о динамике и результатах участия в научных олимпиадах, конкурсах, т. е. о том, что может служить примером для подражания [5].

Важным фактором социализации, формирования ценностных ориентаций, гражданственности является школа. Именно здесь проходит значительная часть целенаправленного воспитания, которое задает вектор социализации. Оно осуществляется в рамках учебной программы, информирования о социальных процессах, общественной деятельности, занятий дополнительного образования: кружки,

секции, факультативы и т. д. во внеурочное время. Именно поэтому, как показывает анализ, многие государства большое внимание уделяют школьному образованию. В России школа в основном выполняет образовательную функцию, а воспитательная, к сожалению, почти утрачена. В период реформ каждый учитель оказался вынужден сам анализировать и интерпретировать учебные программы. Школьные учебники по истории и обществознанию содержат противоречивые мнения, часто это просто набор разрозненных фактов без какой-либо попытки их объяснения и систематизации. Обществоведение преподается не во всех школах. Введенные в программу новые курсы («Человек и общество», «Граждановедение», «Основы православной культуры», «Политика и право») не обеспечены надлежащей учебной и методической литературой, и указанные предметы часто ведут не специалисты, а учителя других дисциплин.

Школьники имеют нечеткое представление о таких основных общественных институтах, как государство, семья, церковь, неоднозначно оценивают происходящие в обществе процессы, затрудняются в определении характера изменений в России. Недостаток научных знаний во многом восполняется стереотипами массового сознания, социальными мифами, неверной информацией или, как принято говорить сегодня, фейковыми фактами. В целом у 13–14-летних россиян уже сложилось устойчиво отрицательное отношение к политике и власти.

Школа, а в большей мере — система высшего образования, призвана не только демонстрировать образцы для подражания, но и научить самостоятельно извлекать в процессе познания необходимую социальную информацию, сопоставлять и анализировать ее.

Выявлено, что процесс воспитания и обучения осуществляется благодаря наличию информационного взаимодействия как специфического социального механизма. Сутью этого механизма являются субъектно-объектные отношения, складывающиеся между субъектом (педагогом, воспитателем) и объектом (учеником, воспитуемым). Субъект и объект представляют собой социально действующих людей, причем активность объекта является функцией активности субъекта. Динамику социального взаимодействия убедительно излагают в своих трудах В.З. Коган и В.А. Уханов. Информационное взаимодействие в социуме, отмечают авторы, характеризуется не только тем, что индивид воспринимает максимум передаваемой социальной информации, но и тем, что испытывает потребность в получении информации именно от социума, так как осуществление деятельности возможно лишь на основе постоянного обмена информацией. Как утверждает В.З. Коган: «Человек испытывает постоянное стремление к информации, чтобы получить представление о состоянии системы деятельности в каждый данный момент времени» [6].

В настоящее время произошли изменения политического сознания и ценностей старшего поколения, а также всего российского общества в целом, поэтому молодежи не на что опереться в поисках самоопределения, утверждения своего политического «я» в процессе социализации.

Таким образом, ценности молодежи, их политические взгляды в большей степени зависят от политической, экономической и социальной нестабильности, которая существует в России в последние годы. Признаки значительной степени деградации молодого поколения свидетельствуют о наличии проблем в процессе социализации. В каких социальных институтах заложены проблемы российского общества? Ценностно-нравственная ориентация молодого поколения является определенным показателем состояния его процесса социализации [7].

От степени восприятия молодежью тех или иных исторических ценностей, инноваций, от творческого их освоения зависит дальнейшее развитие российского общества. Успешность процесса социализации молодого поколения во многом обуславливает наше будущее, поэтому необходимо создать наиболее благоприятные условия для формирования гармоничного молодого человека.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Парсонс Т. *О социальных системах*. Москва, Академический проект, 2002, с. 15.
- [2] Сергейчик С.И. Факторы гражданской социализации учащейся молодежи. *Социс*, 2003, № 5, с. 107–111.
- [3] Бронников И.А. Политическая коммуникация и современность. *НВ: Вопросы права и политики*, 2013, № 4, с. 66–68.
- [4] Артюхина Е.В. Интернет как средство политической коммуникации. *Вестник ВолГУ. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии*, 2008, № 2, с. 121–124.
- [5] Соколов А.В., Щербаков И.О. Ценностные ориентации постсоветского студенчества. *Социс*, 2003, № 1, с. 115–123.
- [6] Коган В.З., Уханов В.А. *Человек. Информация. Потребность. Деятельность*. Томск, Изд-во Томского ун-та, 1991, с. 56–59.
- [7] Ковалева А.И. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социальная траектория. *Социс*, 2003, № 1, с. 110.

Статья поступила в редакцию 03.03.2021

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Зорина А.А. Социальная коммуникация как фактор социализации молодежи. *Гуманитарный вестник*, 2021, вып. 1.
<http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2021-1-704>

Зорина Алеся Андреевна — старший преподаватель, заведующая секцией СМ (специальное машиностроение) кафедры «Английский язык для машиностроительных специальностей» МГТУ им. Н.Э. Баумана, аспирант кафедры «Философия» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Область научных интересов: методика преподавания английского языка, лексикология, стилистика, философия. e-mail: zorina22@bmstu.ru

Social communication as a factor in socialization of youth

© A.A. Zorina

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

Socialization is a complex process that develops under a number of factors affecting a young person: purposeful and spontaneous actions from the environment, as well as internal mechanisms of response to these factors, the activity of the person himself and his social formation. A form of socialization is the learning process, and the role of educational institutions is very important here. Spontaneous factors include the influence of the family, informal communication groups, political events, information, mass media. Social communication is a factor in the formation of value orientations of the civic qualities of young people.

Keywords: *youth, socialization, social communication, consciousness, personality, politics*

REFERENCES

- [1] Parsons T. *The Social System*. Quid Pro, LLC, 2012, 446 p. [In Russ.: Parsons T. O sotsialnykh sistemakh. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2002, 417 p.].
- [2] Sergeychik S.I. *Sotsis — Sociological Studies*, 2003, no. 5, pp. 107–111.
- [3] Bronnikov I.A. *NB: Voprosy prava i politiki (NB: Legal and Political Issues)*, 2013, no. 4, pp. 66–68.
- [4] Artyukhina E.V. *Vestnik VolGU. Ser. 7: Filosofiya. Sotsiologiya i sotsialnye tekhnologii — The Science Journal of Volgograd State University. Philosophy. Sociology and Social Technologies*, 2008, no. 2, pp. 121–124.
- [5] Sokolov A.V., Scherbakov I.O. *Sotsis — Sociological Studies*, 2003, no. 1, pp. 115–123.
- [6] Kogan V.Z., Ukhanov V.A. *Chelovek. Informatsiya, Potrebnost. Deyatel'nost' [Person. Information, Need. Activity]*. Tomsk, TSU Publ., 1991, pp. 56–59.
- [7] Kovaleva A.I. *Sotsis — Sociological Studies*, 2003, no. 1, p. 110.

Zorina A.A., Assist. Professor, Department of English for Mechanical Engineering, Bauman Moscow State Technical University; post-graduate student, Department of Philosophy, BMSTU. Research interests: methods of English language teaching, lexicology, stylistics, philosophy. e-mail: zorina22@bmstu.ru