

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА

*Никитина Д.О., аспирант,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ*

Аннотация: в статье анализируется социализирующее влияние современных медиа на молодежь, его позитивные и негативные последствия. Рассматривается медиаповедение молодежи как система действий личности в медиaprостранстве, которая включает различные формы медиапотребления и медиапроизводства, обусловленные ее медиапредпочтениями и направленные на удовлетворение коммуникативных, информационных, когнитивных, культурных, рекреационных и других потребностей. Определяются особенности формирования личности современного молодого человека как представителя «цифрового поколения», в частности дуальное влияние реального и виртуального миров. Особое внимание уделяется новым медиа, в частности интернету, и тем возможностям, которые он предоставляет молодежи для удовлетворения ее потребностей. Анализируется феномен интернет-аддикции, её типы, проявления и риски. Акцентируется роль семьи как традиционного института социализации в формировании медиаповедения молодежи. Формулируется вывод о необходимости формирования медиакультуры личности как готовности и подготовленности человека к эффективно-му взаимодействию с медиа, как способ поведения в информационной среде, обеспечивающем минимизацию рисков медиавливания.

Ключевые слова: медиа, медиасоциализация, медиаповедение, молодёжь, интернет-аддикция, кибер-буллинг, медиакультура, медиаграмотность

Социологи, в частности социологи, на протяжении многих десятилетий отмечают возраст-тающую роль средств массовой информации в социализации личности. Это особенно актуально в контексте современного информационного общества, или, как его еще называют, «медиаобщества». Сегодня информация, превращаясь в глобальное явление, начинает захватывать пространство и время. Однако время и пространство становятся менее стабильными и понятными, менее унифицированными, более запутанными и неоднозначными.

В таких условиях молодое поколение становится «восточными мудрецами», которые как бы вмещают в себя все человечество, которые равнодушны к течению времени и воспринимают мир «здесь и сейчас», что вызывает отчуждение от реальности, выпадение из реального времени [5, с.48]. Это связано с тем, что 54 наиболее активным пользователем новых медиа является молодежь, для которой они выступают в качестве доступного источника информации, что, с одной стороны, открывает возможности развития культурного багажа человечества, а с другой, содержит ряд рисков, пониманию которых посвящены многочисленные исследования социологов, психологов, педагогов. Медиапространство активно влияет на ценностный мир молодежи, ее воспитание и образование, формируя и изменяя установки, поведение, деятельность и обучение. Итак, целью статьи является определение роли цифрового общества в социализации молодежи.

Значение цифрового общества в процессе социализации изучалось многими отечественными и зарубежными исследователями, в частности такими как В. Абраменкова, Г. Блумер, Н.Бойко, а также Дж. Брайант, О. Войскунский, Э. Гидденс, В. Эврой, Дж. Мейровиц, М. Мирошников, Г. Мироненко, Р. Пацлаффом, О. Петрунько, К. Постмен, Дж. Томпсон, Ю. Хабермас, Р. Харрис, Н.Хилько, Н. Череповская, Г. Шиллер и др.

Не умаляя значения других факторов, влияющих на формирование личности молодого человека, таких как родительская семья, институт воспитания, сверстники, отметим, что мы, как и многие другие исследователи, акцентируем внимание на возрастающей роли средств массовой информации в жизни современного молодого человека. Расширение числа конкурирующих между собой радио- и телеканалов, усложнение жанрово-тематической структуры их программ, большое количество разнообразной печатной продукции, развитие Интернета создали в последние годы качественно новое медиапространство, к которому люди «подключаются» с раннего детства. Решающее влияние СМИ на сознание молодежи позволяет нам обозначить социализацию в современном информационном обществе как медиасоциализацию [3, с. 85]. Так, «понятие» социализация сегодня должно включать в себя как важную часть адаптацию не только к социальным отношениям, но и к информационным посредникам.

Исследователи называют медиа дополнительным, филогенетически более молодым и вполне

конкурентоспособным агентом и фактором социализации, который способен не только дополнять влияние традиционных институтов, но и замещать и вытеснять их. Медиа социализация понимается как составляющая процесса социализации человека в информационном обществе, который осуществляется через новые медиа и стимулирует социальный опыт человечества каждого индивида.

Интернет и другие медиа для молодых людей становятся маркерами особой социальной среды, которая просто существует в виртуальном мире. Если описывать взаимоотношения между людьми и СМИ, то можно такое поведение назвать медийным. Под ним мы будем подразумевать все действия индивида в виртуальном пространстве, включающие формы медиапотребления и медиапроизводства, которые зависят от желаний и будут направлены на удовлетворение коммуникативных, информационных, познавательных, культурных, рекреационных и других потребностей.

Социальные сообщества в сетях, компьютерные игры и другие активности в сети постепенно начинают вытеснять обычные для нас формы досуга (кино, музыка, реальные чувства). Теперь материальный мир конструируется молодыми людьми из фрагментов цифрового общества [6, с. 46].

Следует отметить, что как современное поколение молодежи приспосабливается к цифровому пространству, так и пространство пытается быть комфортным: новые медиа влияют на молодых людей, с другой, сами медиа порождаются «цифровым поколением», или, как его еще называют, digitalnatives («цифровые аборигены»), digitalnation («цифровая нация»), netgeneration («сетевое поколение»). Это имя дано тем, кто родился после 1980 года и вырос с быстрым развитием новых медиа. Отметим, что для России этот период должен быть сдвинут еще на десять лет, поскольку новейшие технологии пришли к нам с опозданием по сравнению с западными странами. Кроме того, термин «поколение Z» следует добавить к списку доминирующей современной молодежи, которая сменила поколения X и Y согласно популярной теории поколений Нила хау и Уильяма Штрауса. Это дети, родившиеся после 1996 или 2000 года (согласно различным исследованиям).

Американские исследователи Д. Полфри и У. Гассер из Беркмановского Центра изучения интернета и общества при Гарвардском университете делают попытку создать социологический образ «цифрового поколения» и отмечают следующие существенные черты, такие

как «тотальная «креативность, инновационность (отказ от устаревших видов деятельности и отношений); осведомленность (постоянно быть на связи, в сети и поиск новостей); «многозадачность» (способность думать и решать несколько проблем одновременно). Среди негативных последствий у молодых людей исследователи выделяют информационную перегрузку, интернет-зависимость, контакт с мошенниками, отсутствие защиты персональных данных и неограниченный доступ к опасному и нежелательному контенту [7, с. 169].

Американский исследователь Ш. Туркл обращает внимание на такую особенность молодежи, как «тревога несвязанности», которая может приобретать черты паники. Хорошо известен эксперимент, когда 68 подростков попросили на восемь часов отказаться от всех гаджетов и заняться чем-нибудь другим. До конца периода дошло всего 2 (!) ребенка, в то время как другие 54 признались, что пристрастились к этим вещам; некоторые испытывали тошноту, потливость и боль в животе, а трое признались в мыслях о самоубийстве. Как только эксперимент для них прерывался, они тут же начинали звонить друзьям, играть в компьютерные игры и пользоваться социальными сетями [4, с. 38].

Аналогичный эксперимент был проведен в Университете Мэриленда (США): студенты из 10 стран в возрасте от 17 до 23 лет 54 были лишены своих компьютеров, мобильных телефонов, планшетов и т. д. на 24 часа. В результате каждый пятый описал симптомы, сходные с синдромом отмены, 11% признались, что чувствуют себя беспомощными и изолированными, 19% сказали, что они страдали, и только 21% признали пользу такого опыта.

Итак, можно сделать вывод о том, что большинство молодых людей рассматривают интернет как естественную среду обитания, как воздух, которым они дышат. Понятно, что без воздуха жить невозможно, но и он в то же время может быть загрязнен.

Для более старшего поколения медиапространство не так непонятно и естественно, как для молодых, и в то же время они более осторожно и неоднозначно к нему относятся, потому что это пространство кардинально отличается от традиционного понимания. И это противоречие содержит много ответов на сложные вопросы взаимоотношений между нынешними поколениями.

Российский независимый институт социальных и национальных проблем (РНИСиНП) проводил сравнительные опросы по поводу отношения молодежи к некоторым общ. аспектам жизни.

Например, в материальном плане молодежь находится в более устойчивом и выгодном положении, чем старшее поколение. Молодежь более мобильна, более квалифицирована, так как она обладает современными навыками и умениями не только в традиционных областях наук и сферах, но и в инновационных технологиях, они чаще владеют иностранными языками. Молодые люди также, как и поколения старше боятся остаться без средств к существованию, боятся материальных проблем.

Что касается ценностных установок, то молодые люди лучше само организованы. Это поколение более рационально и прагматично. Оно более ориентировано на собственную жизнь, на собственный успех, старается рассчитывать только на себя, оно активно и инициативно и больше расположено к риску [2].

Но также стоит отметить, что молодое поколение сохраняет традиционные моральные ценности, которые были свойственны предыдущим поколениям.

Изменения в обществе и мире, связанные с популяризацией виртуальной реальности привели к тому, что у молодежи в сознании прочно закрепились следующие права: право на свободу общения, самовыражения и перемещения, на уважение своих потребностей, собственного времени. Если традиционные СМИ формируются под влиянием массового потребления и рисуют единый примитивный тип личности, то новые медиа следуют логике постмодернизма, где каждый человек произвольно выбирает свой уникальный образ жизни со своей идеологией, ценностями, инструментами и создает свою индивидуальную реальность [1, с. 151].

Новое медиaproстранство позволяет молодым людям открывать мир через виртуальное и реальное общение. Оно помогает им в самовыражении, ведь это одно из основных ценностей молодых людей. Они становятся более самостоятельными, контролируют свои ресурсы и реализуют права и свободы, которые считают важными и необходимыми.

Многие исследователи сейчас отмечают, что новый виртуальный мир предлагает молодым людям новую среду и средства социализации, с помощью которых они находят себе новых друзей в сети. Конечно, здесь есть свои минусы и плюсы: проще найти единомышленников, побороть стеснение, экспериментировать с имиджем. Но в то же время отношения, построенные в интернете, где можно найти друга за пару кликов мышкой, можно также просто оставить позади.

Также следует отметить, что не все молодые люди осознают, что вся информация, которая

находится в интернете, она общедоступна, и удалить ее оттуда бывает сложно, чаще всего нереально.

Сеть Интернет становится творческой площадкой, где пользователи стараются научиться презентовать себя миру, создавать свой образ. Им кажется, что сделать это в сети намного проще и удобнее, а по факту получается, что те, кто достаточно популярен в сети, в реальной жизни может испытывать дискомфорт при общении с реальными людьми.

В 21 веке сама природа идентичности изменилась, причем не только для молодых пользователей, но и для всех, кто «живет» в онлайн-сообществах. Идентичность человека, живущего в мире цифровых технологий, представляет собой синтез образов, переживание самовыражения в реальном и виртуальном пространствах [8, с. 148]. Сейчас идентичность складывается не только из действий и слов индивида, но и зависит от того, что говорят другие люди, их мнения. Эти мнения являются общедоступными, их трудно контролировать и управлять ими.

Участие в онлайн-общении сейчас – это как одна из физических потребностей, которые человек каждый день удовлетворяет. Неучастие – это риск оказаться «не у дел», потерять друзей, быть изгнанным из социальных групп и даже потеря некоторых навыков социализации.

На формирование личности современного молодого человека оказывают влияние два мира: реальный и виртуальный. В повседневной жизни подростки представляют себя с помощью известных маркеров-одежды, сленга, принадлежности к своим сообществам и субкультурам. В виртуальном мире они тоже выражаются, но это делается с помощью цифровых технологий, обеспечивающих интернет-пространство. Создание собственных страниц в социальных сетях, общение в них, обмен информацией, участие в онлайн-играх и сообществах игроков – все это способствует социализации личности подростка в современном цифровом обществе.

Научные работы, посвященные анализу влияния средств массовой информации на формирующуюся личность, акцентируют внимание как на положительных, так и на отрицательных последствиях такого влияния. К первым чаще всего относят следующие: информационная функция, расслабление, рекреационный эффект, отвлечение от повседневной жизни, расширение жизненного мира человека.

Говоря о негативных последствиях влияния СМИ, отметим, что этот вопрос привлекает все большее внимание исследователей. Если изучение

влияния телевидения на формирующуюся личность ведется уже более полувека, то эффекты погружения в интернет-пространство осознаются только специалистами.

Сегодня, когда медиа стали неотъемлемой частью нашей жизни, обсуждается и исследуется феномен зависимости от них. Если раньше можно было говорить о своеобразной телемании, то сейчас они все чаще исследуют интернет-зависимость. По симптомам эту зависимость можно поставить рядом с такими вредными привычками, как курение, употребление алкоголя и наркотиков.

В научных источниках интернет-зависимость определяется как навязчивое желание пользоваться интернетом и чрезмерное его использование, неспособность человека выйти из сети и постоянное желание туда попасть [9, с. 46].

Особого анализа заслуживает такой феномен современного интернет-пространства, как кибер-травля (или кибербуллинг). Это намеренные угрозы, оскорбления, сообщения другим людям в социальных сетях, мессенджерах на протяжении длительного периода. Это повторяющееся агрессивное поведение направлено на причинение вреда человеку и основано на дисбалансе сил. Как правило, именно подростки чаще всего становятся объектами издевательств, а также инициаторами их. Известная жестокость, которая присуща подростковому возрасту, теперь принимает новые формы, соответствующие современным реалиям. Кибер-травля включает в себя целый ряд форм поведения (начиная от несерьезных шуток и до психологического и морального давления на человека, которые могут привести к самоубийствам и смерти).

Таким образом, интернет и социальные сети влияют не только на позитивные, но и на негативные психологические установки у молодежи. Все мы понимаем, что полностью лишить молодых людей интернета невозможно и неправильно, но должны быть сформулированы и применимы в сети функции контроля поступающей информации, блокировка негативного влияния сети. И вот здесь на арену должны выходить традиционные институты социализации личности, особенно семья и образование. Ведь только близкий взрослый человек должен и может контролировать технические средства, которые использует его ребенок, контролировать время проведенное в сети и контент, помочь правильно вести себя в сети [4, с. 183].

Что касается государства, то в эти отношения оно не должно вмешиваться. Со своей стороны

оно должно принять на законодательном уровне акты и правила, которые должны контролировать контент сети, доступ несовершеннолетних к запрещенному контенту, и молодым людям к сомнительным сайтам с непроверенной информацией. Ввести административную или даже уголовную ответственность для владельцев сайтов.

Наконец, нужно помнить, что для того, чтобы вернуться в реальный мир, к настоящим друзьям, к самому себе, нужно просто выключить компьютер.

Таким образом, сегодняшние подростки – это первое поколение, которое не знает свою жизнь без гаджетов. Они используют цифровые приложения так, как будто они были всегда. Это поколение не разграничивает виртуальный и реальный миры, они живут одновременно и там и там. Отличительной чертой нового поколения является то, что работа и использование современных технологий дается им намного легче, чем поколениям постарше, они как будто родились с телефоном в руке. Они родились во времена глобализации, больших возможностей и вечной нехваткой времени. Именно поэтому они быстро адаптируются к изменяющимся условиям жизни, им приходится быстро обрабатывать большой поток информации.

Каждое поколение рано или поздно сталкивается с одними и теми же проблемами: расставание с семьей, начало самостоятельного обучения или начало карьерного пути, формирование своей идентичности. Старшие поколения очень часто ругают молодежь, им кажется, что молодые делают все не так, или же наоборот романтизируют молодежь. Однако же молодое поколение действительно находится где-то посередине и не стоит забывать, что все это происходит в бурно развивающуюся технологическую эпоху.

Будем надеяться, что будущая медиа-аудитория, в основе которой лежит современная молодежь, все чаще будет приобретать статус полноценного партнера и партнера в процессе коммуникации. Здесь следует рассуждать о культуре общения как способности людей осознанно воспринимать информацию, уметь ее критически осмыслить, не принимать на слепую веру, интерпретировать все передаваемые смыслы и формировать общие, социокультурные и профессиональные знания, умения, и коммуникативные способности.

Литература

1. Болдакова И.А. Основные риски киберсоциализации молодежи // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. № 37. С. 151 – 155.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований: монография. М: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.
3. Касьянов В.В., Нечипуренко В.Н. Социология Интернета: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт. 2018. 424 с.
4. Молодежь, устремленная в будущее: проблемы, интересы, перспективы: Всероссийская научная конференция (Ульяновск, 29-30 октября 2018 г.): сборник научных трудов / отв. ред. О.В. Шиняева. Ульяновск: УлГТУ, 2018. 358 с.
5. Романова Е.С., Шубин С.Б. Особенности использования видеоигр и социальных сетей молодыми людьми // Системная психология и социология. 2017. № 3 (23). С. 48 – 55.
6. Самыгин С.И., Попов М.Ю., Загутин Д.С. Социальные сети как социальный институт социализации молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 5. С. 46 – 49.
7. Хазиева Н.О., Ключина Н.В. Человек виртуальных миров // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 1. С. 169 – 172.
8. Шаповалова И.С. Влияние интернет-коммуникаций на поведение и интеллектуальное развитие молодежи // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 148 – 151.
9. Яницкий О.Н. Четвертая научно-техническая революция, глобализация и институты // Научный результат. Социология и управление. 2018. № 2. С. 45 – 57.

References

1. Boldakova I.A. Osnovnye riski kibersocializacii molodezhi. Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal «Koncept». 2015. № 37. S. 151 – 155.
2. Gorshkov M.K., SHeregi F.E. Molodezh' Rossii v zerkale sociologii. K itogam mnogoletnih issledovanij: monografiya. M: FNISC RAN, 2020. 688 s.
3. Kas'yanov V.V., Nechipurenko V.N. Sociologiya Interneta: uchebnik dlya akademicheskogo bakalavriata. M.: YUrajt. 2018. 424 s.
4. Molodezh', ustremennaya v budushchee: problemy, interesy, perspektivy: Vserossiyskaya nauchnaya konferenciya (Ul'yanovsk, 29-30 oktyabrya 2018 g.): sbornik nauchnyh trudov. otv. red. O.V. SHinyayeva. Ul'yanovsk: UIGTU, 2018. 358 s.
5. Romanova E.S., SHubin S.B. Osobennosti ispol'zovaniya videoigr i social'nyh setej molodymi lyud'mi. Sistemnaya psihologiya i sociologiya. 2017. № 3 (23). S. 48 – 55.
6. Samygin S.I., Popov M.YU., Zagutin D.S. Social'nye seti kak social'nyj institut socializacii molodezhi. Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki. 2015. № 5. S. 46 – 49.
7. Hazieva N.O., Klyushina N.V. CHelovek virtual'nyh mirov. Vestnik ekonomiki, prava i sociologii. 2014. № 1. S. 169 – 172.
8. SHapovalova I.S. Vliyanie internet-kommunikacij na povedenie i intellektual'noe razvitie molodezhi. Sociologicheskie issledovaniya. 2015. № 4. S. 148 – 151.
9. YAnickij O.N. CHetvertaya nauchno-tekhnicheskaya revolyuciya, globalizaciya i instituty. Nauch-nyj rezul'tat. Sociologiya i upravlenie. 2018. № 2. S. 45 – 57.

YOUTH SOCIALIZATION IN A DIGITAL SOCIETY

*Nikitina D.O., Postgraduate,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

Abstract: the article deals with the socializing influence of modern media on young people in the conditions of the media society, its positive and negative consequences. The media behavior of youth is considered as the system of personality actions in the media space, which includes various forms of media consumption and media production determined by young people's media preferences and aimed at satisfying communicative, informational, cognitive, cultural, recreational and other needs. The peculiarities of the formation of a young person's personality of the modern «digital generation» under the dual influence of the real and virtual worlds were studied. Particular attention is paid to the new media, in particular the Internet and the opportunities it provides to young people to meet their needs. The phenomenon of Internet addiction, its types, manifestations and risks were analyzed. The attention is also been paid to the role of the family as a traditional institution of socialization in shaping the media behavior of young people. The conclusion is made on the necessity of forming a media culture of a person as a person's ability to effectively interact with the media, to adequately behave in the information environment as the way of minimizing the risks of media influence.

Keywords: media, media socialization, media behavior, youth, Internet addiction, cyber bullying, media culture, media literacy