

Социологические подходы к пониманию СМК как агента социализации

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Смирнова Мария Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: mariesmirnova@mail.ru

В настоящее время исследователи не ограничивают возрастные рамки социализации индивида детским и юношеским периодами. Принято считать, что она длится в течение всей жизни человека. Развитие средств массовой информации привело к тому, что человек постоянно взаимодействует с ними, и их роль лишь возрастает.

В постиндустриальном обществе средства массовой коммуникации играют важнейшую роль во всех сферах общественной жизни. «СМК влияют на социализацию всех половозрастных и социально-профессиональных слоев населения». [3]

СМК выполняют информационную, культурную функции, рекреативную и релаксационную роль, представляют систему неформального образования, выполняющего просветительскую роль для различных слоев населения. СМК значительно влияют на ценностные ориентации личности и усвоение людьми всех возрастов социальных норм. Усиливается тенденция превращения СМК в сферу самореализации человека. [1]

СМК недостаточно рассмотрены как один из главных агентов социализации в современном информационном обществе и их непрерывное воздействие на человека.

Для понимания проблемы следует проследить тенденцию развития подходов к ней. Следовательно, цель работы - рассмотреть подходы социологов к понимаемой роли СМК в социализации человека.

Для достижения поставленной цели были использованы хронологический и сравнительный методы.

«Важнейшую роль в том, каким вырастает человек, как пройдет его становление играют люди, в непосредственном взаимодействии с которыми протекает его жизнь. Их принято называть агентами социализации. На разных возрастных этапах состав агентов специфичен.» [1] Агентами первичной социализации личности выступает ближайшее окружение человека, оказывающее на нее непосредственное воздействие: семья, родители, друзья, ровесники и т.д. Особую роль на данном этапе играют родители и друзья. Стоит отметить, что в современном обществе повышается роль СМИ даже на этапе первичной социализации.

Агенты вторичной социализации - это различные формальные организации: школа, вуз, церковь и т.д. Агенты вторичной социализации преобладают во второй половине жизни человека. Особая роль здесь принадлежит СМИ. Они выполняют не только информационную функцию, но и влияют на систему ценностей людей, формируют новые стандарты поведения.

СМК являются современным агентом социализации, их влияние на сознание человека усиливается с повышением роли информации в нашем обществе. СМК посвящены работы Г. Лассуэла, П. Лазерсфельда, Дж. Гербнера, Р. Мертона, Т. Адорно, Ю. Хабермаса, Э. Фромма, Г. Маркузе, Г. М. Маклюэна, З. Бжезинского, Э. Тоффлера, Д. Белла и др.

История осмысления СМК и их влияния насчитывает ряд этапов. Г. Лассуэлом была разработана модель коммуникативного акта. Позже эта модель была расширена Г. Гербнером. Данную проблему изучал также У. Липпманн.

Культурная индустрия является предметом исследований Т. Адорно и М. Хоркмаймера, ведущих представителей Франкфуртской школы и неомарксизма. Еще одним исследователем данной проблемы является Ю. Хабермас, который обращается к проблеме межчеловеческого взаимодействия. Э. Фромм, классик франкфуртской критической школы, писал о негативном влиянии СМИ на людей.

Теорию «минимального эффекта» развивали П.Ф. Лазерсфельд, Б. Берельсон и др.

С конца XX. века и по настоящее время исследованиям СМК свойственен возврат к идее о значительном влиянии СМК на сознание массовой аудитории (Г.М. Маклюэн, Д. Гербнер).

Стоит выделить теорию Д. Гербнера, которая достаточно полно рассматривает значение СМК как агента социализации. Он пишет, что частый просмотр телевидения приводит к тому, что у людей формируются неправильные представления о социальной реальности. Во-вторых, телевидение влияет на ценности человека, т.е. важной функцией телевидения является внедрение культурных моделей. [2] Д. Гербнер изучал влияние телевидения, так как считал, что оно единственное в истории СМК, с которым человек взаимодействует в течение всей жизни. На данный же момент именно Интернет становится основным источником информации: он больше влияет на ценностные установки людей, чем выполняет информационную функцию.

В отечественной социологии СМК изучали Б.А. Грушин, Б.М. Фирсов, В.А. Ядов, Т.М. Дридзе, Ю.А. Шерковин.

Итак, значение средств массовой коммуникации в процессе социализации усиливалось по мере становления общества информационным. Люди ориентируются на получение информации из СМК. Сегодня одним из главных источников является Интернет.

Источники и литература

- 1) Мудрик А.В. Социальная педагогика. М., 2000.
- 2) Gerbner G., Gross L., Morgan V. Growing up with television: the cultivation perspective, 1994.
- 3) Киберленинка: <https://cyberleninka.ru>