

Социализирующая роль русскоязычных блогеров в профессиональной ориентации студентов гуманитарных направлений профессиональных учебных заведений России

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Сизов Владислав Олегович

Аспирант

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

E-mail: cool-vlad73@yandex.ru

В статье рассматривается феномен влияния русскоязычных блогеров на процесс «профессиональной ориентации и социализации студентов», обучающихся по гуманитарным специальностям в российских профессиональных учебных заведениях (колледжей, техникумов и иных профессиональных учебных заведений) [2].

Исследование опирается на «теорию социализации» (П. Бергер, Т. Лукман) и концепцию «парасоциальных отношений» (Д. Хортон, Р. Воль), объясняющую эмоциональную связь подписчиков с блогерами [1,3].

В современном цифровом обществе процесс профессиональной ориентации студентов выходит за пределы традиционных институтов (семья, школа, церковь, армия). Особую роль в этом процессе играют русскоязычные блогеры, чье влияние на формирование карьерных траекторий студентов может быть объяснено с помощью теории социального конструирования реальности Питера Бергера и Томаса Лукмана.

Согласно данной теории, реальность социально конструируется в процессе повседневного взаимодействия людей. Ключевым механизмом здесь выступает институционализация - превращение повторяющихся действий в образцы. Блогеры, ежедневно создающие контент о профессии (будь то журналистика, психология или педагогика), фактически участвуют в создании новой институциональной реальности. Они не просто рассказывают о работе, а формируют устойчивые представления о том, «как на самом деле устроена профессия», что часто противопоставляется знаниям, получаемым в учебных заведениях [1].

Особое значение для нашей темы имеет концепция хабитуализации (опривычивания). Бергер и Лукман утверждают, что любая человеческая деятельность подвергается хабитуализации, что освобождает индивида от необходимости каждый раз определять ситуацию заново. Студент, регулярно потребляющий контент определенного блогера, усваивает типизированные модели профессионального поведения: как проходить собеседование, как общаться с заказчиком, какую литературу читать. Эти модели становятся для него «естественным» фоном, привычной профессиональной реальностью еще до реального выхода на рынок труда [2].

Критически важным является механизм реификации (овеществления). Когда блогер транслирует определенные карьерные установки, подписчики могут воспринимать их не как субъективное мнение конкретного человека, а как объективный закон рынка труда. Например, пример фразы популярных блогеров «В гуманитарных науках сегодня главное - это личный бренд» начинает восприниматься студентами как неоспоримый факт, а не как одна из возможных стратегий [2].

Наконец, теория Бергера и Лукмана позволяет понять роль блогеров как «значимых других» на вторичной стадии социализации. В отличие от первичной социализации, где «значимыми другими» выступают родители, в цифровой среде эту функцию берут на себя

блогеры. Студент-гуманитарий, находящийся в поиске идентичности, вступает с блогером в так называемые парасоциальные отношения (эмоциональную связь без обратной связи). Эти отношения создают иллюзию близости и доверия, благодаря чему профессиональные установки блогера интернализуются (усваиваются) гораздо глубже, чем абстрактные советы преподавателей или официальных центров карьеры [1].

В цифровой среде блогеры берут на себя функции агентов профессиональной социализации, и ключ к пониманию этого феномена для возрастной студенческой группы 16–20 лет дает концепция «парасоциальных отношений», разработанная Д. Хортоном и Р. Волем в 1956 году [3].

Изначально парасоциальные отношения описывали иллюзию личной связи зрителя с телеведущим или актером. В современном контексте студенты колледжей и техникумов выстраивают точно такую же одностороннюю эмоциональную связь с русскоязычными блогерами гуманитарного профиля. Для студентов, переживающей кризис идентичности и профессионального самоопределения, эта иллюзия близости играет решающую роль.

Механизм влияния строится на трех основных аспектах: эмоциональное доверие вместо институционального, компенсация дефицита общения, формирование профессионального «Я» [3].

Эмоциональное доверие вместо институционального. Студент, регулярно смотрящий видео блогера о журналистике или психологии, начинает воспринимать его как «старшего друга» или «наставника». Советы этого блогера усваиваются не как обезличенная информация, а как личная рекомендация значимого человека. Это особенно важно для обучающихся колледжей и техникумов, которые часто ориентированы на более быстрое вхождение в профессию и ищут практические, а не академические ориентиры [3].

Компенсация дефицита общения. Концепция Хортона и Воля предполагает, что парасоциальные отношения возникают там, где индивид не может удовлетворить потребность в социальных связях в реальности. Если в учебном заведении студент не находит авторитетного наставника в профессиональной сфере, он находит его в лице блогера. Блогер становится «своим», который говорит на понятном языке, знает современные реалии рынка труда и транслирует ценности, близкие молодежной среде [3].

Формирование профессионального «Я». В указанном ранее возрасте личность особенно пластична. Парасоциальная связь с блогером приводит к тому, что профессиональные установки блогера (например, критика бюрократии, важность портфолио, а не диплома) интериоризируются, то есть присваиваются студентом как собственные. Блогер становится ролевой моделью, на которую студент ориентируется при выборе стажировки, места работы или дополнительного образования.

Резюмируя теорию Бергера и Лукмана в контексте темы исследования можно отметить, что влияние блогеров не как простое информирование, а как процесс конструирования альтернативной профессиональной реальности, в которой блогер выступает архитектором профессиональных норм, ценностей и карьерных ожиданий для студентов. В свою очередь концепция Хортона и Воля объясняет социализирующую роль блогеров не через передачу информации, а через иллюзию межличностной близости. Именно эта иллюзия превращает блогера из просто источника контента в «значимого другого», чье мнение о профессии становится для студента колледжа или техникума решающим при формировании карьерных ожиданий.

Источники и литература

- 1) Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1966.

- 2) Романенко Т.В., Цыганкова А.Н. Влияние семейного воспитания на социализацию и профессиональную успешность студента техникума // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2024. №55. С. 196-202.
- 3) Хортон Д., Воль Р. Массовая коммуникация и парасоциальное взаимодействие: наблюдение за близостью на расстоянии. М., 1956.