(cc) BY

Матвеева Екатерина Алексеевна
студентка
ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет»
г. Улан-Удэ, Республика Бурятия

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК АГЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА

Аннотация: *в статье осуществлен анализ процесса политической социализации подростков и ее факторов. Рассматриваются актуальные вопросы влияния средств массовой информации на процесс усвоения индивидом ценностей, норм и установок. Именно в подростковой среде формируются образцы отношения и поведения, определяющие стратегию развития национальных и гуманистических традиций, политической культуры и толерантности. И роль политической социализации молодого поколения в связи с этим представляется немаловажной.*

Ключевые слова: *социализация, политическая социализация, средства массовой информации, политическая культура, подростки, идентификация.*

Стремительные и в то же время глубокие изменения в социально-экономической структуре российского общества после распада Советского союза привели к существенным изменениям многих общественно-политические институтов. Фактически мы можем говорить об изменении политических ценностей граждан РФ, при котором незыблемые ранее представления о власти и государственном устройстве утратили свое значение. Совместно с тем, еще не выработана полноценно новая система политических ценностей, т. к. успешная смена главенствующей политической направленности требует длительного времени и формирования нового поколения, выросшего в условиях новой социально-политической ситуации [4, с. 54].

Проблема интеграции человека в общество, формирование социальных установок и их последующее влияние на динамику общества в целом стали

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

предметом многих научных исследований. Перспектива развития гражданской культуры в условиях коренной трансформации всех сфер российского общества, в первую очередь, связана с активизацией молодежи в общественно-политическую жизнь нашей страны, что принято обозначать как политическую социализацию [10, с. 260].

Наиболее точное определение понятия «социализация» дает политический словарь. «Социализация – это процесс включения индивида в мир общества, в ходе которого он усваивает образцы поведения, социальные нормы и ценности, необходимые для успешного функционирования в данном обществе» [7, с. 434].

В данном определении помимо акцента на активности индивида обозначен важный аспект, касательно того что процесс социализации напрямую зависит от культуры общества, так как усваиваемый в процессе социализации опыт будет актуален только для того общества в котором он был сформирован.

Феномен социализации достаточно многоаспектен, однако, центральное звено в данном процессе занимает развитие личности ребенка, а точнее подростка, т.к. именно в подростковом возрасте закладывается основной фундамент ценностных ориентаций, личностной направленности и других аспектов, напрямую влияющих на дальнейшее включение человека в социум.

В процессе исследований данного феномена П. Бергером и Т. Лукманом были выделены 2 основных этапа социализации: первичная и вторичная социализация.

В процессе первичной социализации индивид «вбирает» в себя политические нормы и ценности, принятые в конкретном обществе в процессе обучения младшего поколения старшим. Индивид приобретает политическое мировоззрение через свое значимое окружение (семья, церковь, школа и т. д.), которое фактически выступают институтами политической социализации личности. Исходя из этого, а также из того, что данная возрастная группа является наиболее сенситивной для воздействия извне, мы можем сказать, что проблема первичной политической социализации – это, прежде всего, проблема подросткового возраста.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Вторичная социализация – это процесс приобретения индивидом политических знаний через активное участие в политических мероприятиях. Имея личный опыт и ценностные ориентации, полученные в процессе первичной политической социализации, индивид преобразует или дополняет их своей активной политической деятельностью [6, с. 57].

И первичная и вторичная социализация тесно переплетены между собой и взаимодополняют друг друга. Недостаточно или деструктивное развитие одного из этапов данного процесса может привести к искажению политических взглядов личности, что в свою очередь может помешать стабильности политической системы общества в целом.

Процесс политической социализации личности долог и тернист. В нашей стране, при наличии школьных учебников обществознания, утверждаемых ФИПИ, многие школы все еще не перешли на данные учебные издания. Помимо этого, даже при наличии таких учебников и утвержденных образовательных программ, в них сохраняются некоторые различия, восполнять которые приходится самим учителям уже в процессе обучения. В результате мы все еще имеем недостаток системы политического воспитания, возникающий из-за раздробленности знаний, преподаваемых в школах.

Признание преподавателями ведущей роли школы в процессе социализации личности ребенка, в том числе и политической, совместно с недостаточной государственной активностью в разработке общегосударственных программ по формированию политических представлений в учреждениях среднего общего образования заставляют многих учителей школ активизироваться и брать политическое воспитание в свои руки. В результате основная нагрузка по развитию политической культуры подростков ложиться на каждого конкретного учителя истории и обществознания. Это приводит к тому, что фактически развитие политической культуры становится вопросом личной инициативы учителя, и в результате отсутствия единой концепции политического воспитания повышается субъективность преподаваемых знаний, т. е. подростки получают только субъективную точку зрения своего преподавателя, уже основанную на его личных

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

политических предпочтениях. Часто сами учителя выбирают основным источником знаний о политике СМИ и фактически ретранслируют информацию, получаемую оттуда. Т.е. учитель уже перестает быть отдельным агентом политической социализации, он становится только «передатчиком» [2, с. 42].

Бытует мнение, что основным агентом политической социализации в подростковом возрасте являются представители референтных для подростка групп (сверстников), однако это верно лишь отчасти. В процессе взаимодействия со сверстниками, подросток реализует свою политическую позицию (насколько это возможно) в рамках идей и представлений. В рамках данного аспекта функции агента социализации сохраняются. Однако сверстники не могут являться полноценным агентом политической социализации, ввиду того, что основной функцией такого агента является формирование политических представлений у индивида. Но у самих детей данные представления не сформированы. В итоге подростки не формируют новые политические представления у своих сверстников, а лишь ретранслируют знания, полученные от родителей или из СМИ. Поэтому по факту они также являются «передатчиками», а не отдельными полноценными агентами политической социализации.

Обилие несистематизированных представлений о политической системе у ребенка ведет к тому, что основным агентом политической социализации для него, помимо семьи и школы, становятся средства массовой информации. Специфика воздействия СМИ и политической рекламы на человека, при отсутствии у него базовых объективных представлений о политической жизни ведет к тому, что процесс политической социализации нынешнего поколения подростков близок к стихийному.

Неотвратимое совершенствование каналов распространения средств массовой информации, способов влияния и креативности подачи позволили совершить за последние пятнадцать лет невероятный скачек в уровне политической социализации, оказываемой СМИ. Наличие практически у каждого жителя нашей страны мобильных устройств, позволяющих иметь постоянный доступ к сети интернет, позволили средствам массовой информации воздействовать не только в

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

стенах дома (телевизор, газета) или кабине автомобиля (радио), но и практически в любом месте, где может оказаться человек [4, с. 54].

В настоящий момент средства массовой информации взяли на себя функции сбора, интерпретации и распространения информации любого рода (в том числе и политической), а также трансляции обмена мнениями, и популяризации одного из них (к примеру: политической идеи или представлений о том или ином явлении). Поэтому основной сферой СМИ, как агента политической социализации выступает трансляция политических представлений, мнений правительства и различных партий, информирование о программах и деятельности политических движений и групп. Часто СМИ становятся одним из орудий пропаганды определенных политических взглядов, что дает средствам массовой информации определенную силу [3, с. 111].

Часто мы можем услышать, что сейчас средства массовой информации стали фактически «четвертой ветвью власти», однако, с точки зрения политической науки, данное высказывание далеко от правды. Отдавая должное огромному влиянию, которое средства массовой информации оказывают на общество, нам следует помнить о том, что СМИ не способны самостоятельно решать политические проблемы.

Глобальное развитие и использование возможностей информационно-коммуникационных технологий имеет важное значение для совершенствования и развития методов и приемов «политических игр» как во внутренней политике государства, так и на внешней, международной арене. Благодаря СМИ политика постепенно превращается в шоу. Люди давно привыкли к ярким эффектам и броски высказываниям во многих отраслях общественной жизни в том числе и в политики. В нашем сознании уже давно политика стала ассоциироваться как своеобразный эквивалент «игр». В настоящее время, политическая сфера все более виртуализируется, отдаляя граждан от реальной политической действительности, реальная политика заменяется на виртуальный образ. Политиками зачастую становятся спортсмены, звезды кино и эстрады, т. к. именно такие люди чаще остальных фигурируют в СМИ, а следовательно имеют большую

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

популярность и авторитет. Политика все чаще выглядит как зрелище, разыгрывающееся в театрализованных декорациях [5, с. 134].

Благодаря средствам массовой информации избиратели находятся в состоянии напряжения, поддаваясь то чувствам радости, то чувствам разочарования в зависимости от максимально продуманной и выстроенной стратеги подачи и разыгрывания тех ли иных драматичных или комичных ситуаций, связанных с тем или иным политическим деятелем.

В период с 24 ноября по 4 декабря 2017 года на базе школ г. Улан-Удэ было проведено социологическое исследование представлений детей подросткового возраста о средствах массовой информации. Выборку исследования составили учащиеся 8–10 классов общеобразовательных школ в количестве 72 человек. Возраст респондентов варьировался от 14 до 17 лет. Основной формой сбора эмпирических данных выступил метод анкетирования.

Согласно результатам исследования 100% опрашиваемых выразили мнение о том, что школьники и студенты СУЗов должны быть в курсе политической ситуации в стране и за рубежом. Данные ответы говорят нам о том, что многие подростки считают важным формирование активной гражданской позиции у себя и своих сверстников, связанное с прослеживанием актуальных новостей, связанных с разными сферами жизни человека, особенно политической. Однако на деле реализуют данные взгляды только 77,7% опрашиваемых (56 человек), остальные же 22,2% (16 человек) в ответе на вопрос: «Как часто вы читаете новости?» – ответили «никогда». Помимо этого, следует отметить, что 55,5% всех опрошенных (40 человек) интересуются новостями 1 раз в неделю. В итоге мы видим, что из 72 человек, 16 вообще не интересуются новостями, а 40 интересуются ими в достаточно пассивной форме.

65,3% (47 человек) указали что из всех средств массовой информации самым объективным считают «интернет», тогда как 33,3% (24 человека) назвали самым объективным источником информации «телевидение», и лишь 1,4% (1 человек) дал ответ «газеты». Достаточно интересным является возрастной разброс ответов на данный вопрос. Основная масса респондентов ответивших на данный

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

вопрос «интернет» являются подростками в возрастном диапазоне от 16 до 17 лет, тогда как большинство ответивших «телевидение» напротив, являются подростками в возрасте 14–15 лет. Данные результаты, позволяют нам судить о том, что с возрастом меняется и основной источник получения информации о событиях, происходящих в мире, а именно до 16 лет основным агентом подростковой политической социализации является телевидение, впоследствии отдавая «пальму первенства» сети интернет.

Важно заметить, что подавляющее большинство респондентов 69,4% (50 человек) указали baikal-media.ru, как основной интернет ресурс, на котором они получают информацию о политической жизни нашей страны. Сайт news.ru выбрали 13,9% (10 человек) опрашиваемых, и лишь 1 человек (1,4%) указал сайт https://news.yandex.ru. Интересным представляется, что 6,9% всей выборки (5 человек) указали, что вообще не пользуются интернет ресурсами для поиска информации.

88,8% (64 человека) указали что либо полностью доверяют информации получаемой из СМИ 54,2% (39 человек), либо «больше доверяю, чем нет» – 45,8% (33 человека). Согласно полученным результатам большинство детей подросткового возраста доверяют средствам массовой информации, что подтверждает нашу гипотезу о том, что для многих подростков СМИ является основным источником политической социализации.

Резюмируя все вышесказанное, хотелось бы отметить, что обилие информации, предоставляемое СМИ, направлено, в большей степени, на привлечение электората политических партий, а, следовательно, и социализация личности в процессе таких мероприятий остается не объективной. Многие молодые люди, просто не находят альтернативных точек зрения, и в итоге либо остаются под влиянием одной системы политических взглядов, либо разочаровываются и полностью абстрагируются от политической жизни. На наш взгляд наиболее важным является правильная реализация школьного и профессионального обучения, в рамках которого, учащиеся должны получить определенные представления о

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

политических направлениях и способах манипуляций, т.е. фактически социализироваться политически.

Список литературы

1. Головин Н.А. Теоретико-методологические основы исследования политической социализации. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. – 288 с.

2. Ерсуланова А.М. Политическая социализация молодежи и ее факторы // Вестник ЧГПУ им. Яковлева. – 2010. – №3 (67). – С. 40–46.

3. Кленина Е.А. Роль политической социализации молодежи в сохранении демократического потенциала общества / Кленина Е.А., Песков А.Е. // Вестник Астраханского государственного технического университета. – 2014. – №2 (58). – С. 110–112.

4. Криворученко В.К. Социализация молодого поколения в условиях развития демократии и гражданского общества в современной России: политологический аспект // Знание. Понимание. Умение. – 2008. – №3. – С. 53–58.

5. Панькув И. Стереотипы и политическая практика // Элементы теории политики / Под ред. В.П. Макаренко. – Ростов н/Д, 1994.

6. Политология / Под ред. С.В. Решетникова. – Минск, 1999. – С. 389.

7. Поцелуев С.П. Политология. Краткий энциклопедический словарь. – Ростов н/Д, 2001. – 608 с.

8. Сальников В.П. «Русский поворот» в политико-правовом дискурсе / Сальников В.П., Романовская В.Б., Сальников М.В., Романовская Л.Р. // Ученые записки юридического факультета. – 2015. – №38 (48). – С. 192–198.

9. Современный политологический словарь / Под общ. ред. В.И. Даниленко. – М.: Nota Bene, 2000. – 1016 с.

10. Щеглов И.А. Политическая социализация как научная категория // Социально-гуманитарные знания. – 2007. – №5. – С. 260–269.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)