

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Интернет как агент социализации поколения «У» в России

Румянцева Станислава Геннадьевна

Студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,

Факультет прикладной политологии, Москва, Россия

E-mail: c-stacy@yandex.ru

Чувство доступности практически любой информации, общение с людьми из любой точки земного шара, реализация своих идей, амбиций, получение давно желаемого, долгожданные встречи потерянных, но не забытых друг другом людей, возможность приобретения эксклюзивных вещей и многие другие преимущества стали доступны тогда, когда каждый из нас открыл для себя такую вещь как интернет.

Актуальность данной темы исследования заключается в постоянном инновационном изменении доступа в интернет. Все больше людей открывают для себя этот новый мир, а он в свою очередь на каждого человека по-разному оказывает свое влияние [7].

Появление интернета пришлось на конкретное поколение, у которого есть несколько названий; но мы остановимся на поколение «У». Формирование данного поколения было связано с технологической реализацией доступа в интернет среду [6].

Они вместе развивались, «рука об руку». Поколение «У» задавало тон совершенствования интернета как помощника, упрощая его доступность во благо жизни человека. По мере интенсивного спроса на интернет услуги и его предложения возрастает также присутствие интернета в жизни человека как некоего члена семьи [2].

Интернет на базе различных платформ является агентом для человека. Его функции в роли агента зависят от того, в каком контексте мы его рассматриваем [3].

Проблемой исследования является попытка объяснить влияние интернета на социализацию молодежи. Многочисленные наблюдения и замеры поведения и общественного мнения выделяют молодежь как аполитичную, лишенную интереса к общественной проблематике массу. Имея в виду изменение медийного пространства за счет его интернетизации мы можем предположить взаимозависимость указанных выше наблюдаемых явлений и общего увлечения молодежью сети интернет [5].

Цель работы заключается в рассмотрении интернета как агента социализации для поколения «У» и его влияние на социализацию. Задача исследования выяснить возможности конкурирования интернета в качестве равнозначного участника, который способен совместить в себе отличительные черты всех агентов [2].

В качестве методик исследования планируется использовать в работе качественные исследования в виде опросов с участием платформы социальных сетей.

В настоящее время на базе имеющихся знаний можно выделить основных участников-агентов социализации. Прежде всего, это родители-семья как первичный институт-агент социализации. К вторичным было бы правильней всего отнести воздействие сверстников и масс медиа. В этот момент в борьбу за право быть полноправным агентом вступает интернет с его верными «помощниками» в виртуальном мире - социальными сетями [1].

Для более четкого понимания сути и цели социализации за основу исследования была взята концепция Джорджа Мида о стадиях социализации.

Апеллируя к концепции Мида, по которой каждый человек имеет свое «я» и для формирования своего «обобщенного другого» в лице «я», ребенку необходимо коммуницировать с несколькими взрослыми.

Главную роль в процессе социализации, по мнению Мида, необходимо предоставить детским играм, в процессе которых развиваются не только разум ребенка, но и его способность усваивать роль нескольких лиц. В период начальной стадии развития ребёнок присматривается и абсолютно неосознанно пробует на себе всевозможные роли. На второй стадии вместе с другими начинает осуществлять упорядоченное взаимодействие между различными лицами (игра у девочек в «дочки-матери»). Главной стадией при процессе формирования состоявшегося «я» служит способность принять на себя определенную роль «обобщённого другого» [4].

Мид подчёркивал значение отношений со сверстниками для формирования самостоятельной и ответственной личности.

Таким образом, основой исследования является поиск ответа на вопрос о незаменимости основных агентов, а также доказать наличие возможной способности интернета лучше опосредовать генерализацию Другого и пройти интеграцию в социум или наоборот, способствовать лишь замыканию в пространстве собственных заблуждений

Литература

1. Гидденс Энтони. Социология М.: Эдиториал УРСС. 1999.
2. Anderson, L., McCabe, D.B, A coconstructed world: Adolescent self-socialization on the Internet // Journal of Public Policy and Marketing. 2012. p. 240-253.
3. Brett Brown, Ph.D., and Pilar Marin, M.P.P. Adolescents and electronic media: Growing up plugged in // Child Trends Publication. 2009. p. 2-6.
4. George Herbert Mead, Mind Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist (Edited by Charles W. Morris). Chicago: University of Chicago. 1967.
5. Nelson A. Barber, Investigating the potential influence of the Internet as a new socialization agent in context with other traditional socialization agents // Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 21, No. 2, 2013. p. 179-193.
6. Wey Smola, K. and Sutton, C. D., Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium // Journal of Organizational Behavior. 2002. p.363–382.
7. Social media today <http://www.socialmediatoday.com>.