Елена Леонидовна Вартанова

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

[evarta@mail.ru](https://e.mail.ru/compose?To=evarta@mail.ru)

**К вопросу о теоретическом осмыслении процесса медиасоциализации молодежи**

Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект №18-78-10090)

Рассматриваются теоретические вопросы функционирования медиа в современном обществе. Переосмысляются ключевые процессы влияния массовой коммуникации на культуру и человека: медиатизация, медиасоциализация, медиапотребление. Особый фокус направлен на молодежь как аудиторию медиа, которая становится субъектом качественно новых медиапрактик.

Ключевые слова: теория медиа, медиасоциализация, медиатизация, медиапотребление, молодежь.

Средства массовой коммуникации традиционно играли важную роль в социализации человека на протяжении всей его жизни. Уже на раннем этапе теоретического осмысления этого процесса было отмечено, что СМИ как подсистема общества выполняет функции наблюдения за окружающим миром, корреляции с социальными структурами общества и передачи культурного наследия [5]. Сегодня, в условиях смены традиционной массовой коммуникации новой – цифровой интерактивной, одновременно технологически вседоступной и фрагментированной с точки зрения аудитории – медиакоммуникационной системой, когда в центре исследовательского внимания оказываются эффекты новых / социальных медиа, вопрос медиасоциализации современного человека актуализируется. Оставаясь важным социальным институтом, СМИ приобретают черты особого социального пространства и принципиально иной среды коммуникации, при этом современные медиа получают несколько иной, чем прежде, потенциал социализации аудитории, особенно молодежной. Свойства медиа как среды интенсифицируют медиасоциализацию, причем в опыте разных поколений она проявляется в различных формах воздействия, а для современной молодежи они становятся влиятельным агентом первичной социализации.

То, что медиа становятся драйвером социального развития и активным агентом воздействия на общество, определяется активно идущим процессом медиатизации как ключевым метапроцессом, затрагивающим все сферы функционирования общества и культурные практики человека [4]. Сегодня медиа это не только технологии, каналы, платформы и система дистрибуции контента, но и социальное пространство особого рода, социальные институты и структуры, присутствующие одновременно в индивидуальном и общественном, в национальном и глобальном пространстве. Медиа прочно встроены в общественные системы производства и распределения информации, знаний, норм и ценностей. В процессах социальной коммуникации, практически всегда опосредованных медиа, распространяются, трансформируются, преобразуются и интерпретируются не только тексты, но и смыслы. Особое значение в этих процессах имеет технологическая инфраструктура коммуникаций, а также складывающиеся на ее основе и вокруг нее новые социокультурные контексты, в которых реализуются практики медиапотребления современных людей.

Понимание природы медиатизированной социальной реальности в таких условиях требует ревизии c точки зрения классической социальной теории [3]. Если раньше медиа как подсистема общества, нацеленная на поддержание баланса и стабильности всей системы, подтверждали реальность социального мира, сообщая о нем факты, истории и анализ и действуя в интересах социального порядка, то сегодня природа медиа расширилась, и им стали присущи атрибутивные характеристики самостоятельной социальной среды и отдельного культурного пространства.

Широкое распространение медиакоммуникационных технологий, развитие платформ социальных медиа и становление нового поколения «цифровых аборигенов» / «цифровой молодежи» привели в совокупности к доминированию, если не в масштабах всего общества, то во всяком случае для молодежи цифровой медиакультуры [2]. Цифровая медиакультура проникает в социальную реальность так же глубоко, как логика социального устройства проникает в медиа. В результате этого тесного взаимодействия стирается грань между социальной системой и цифровой медиакультурой как порожденной системой. Социальная природа современного человека уже не существует вне процессов медиатизированной коммуникации, и человек становится «человеком медийным».

Медиасоциализация для молодежной аудитории – это один из ключевых способов освоения и воспроизводства норм и ценностей социального мира как на уровне первичной, так и на уровне вторичной социализации. Формируемый «цифровой капитал» пользователей объединяет совокупность навыков доступа к технологиям / интернету / ИКТ и умения использовать их в профессиональных и личных целях.

Литература

1. Дунас Д.В., Толоконникова А.В., Черевко Т.С. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления онлайн-новостей молодежью // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 30–50.
2. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017.
3. Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York: Doubleday & Company. 1966.
4. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity. 2016.
5. Lasswell, H. The structure and function of communication in society. In L. Bryson, The communication of ideas (pp. 37-51). New York, NY: Harper & Row. 1948).