

УДК 316.723

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Пристайко А.А., студент гр. ЭАм-201, I курс
Научный руководитель: Баумгартэн М.И., к.ф.-м.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Развитие информационной цивилизации происходит чрезвычайно динамично. Наука движется вперед семимильными шагами, происходит пересмотр научных концепций, следствием чего становится расширение границ познания. В этой связи появившийся сравнительно недавно термин «информационное общество», который отражает очевидную тенденцию появления новых технологий, потребностей и образа жизни, стал для нас совершенно привычным.

Опираясь на быстротечный процесс информационной социализации молодежи в обществе, мы можем квалифицировать современную эпоху как информационную, поскольку главными продуктами данной стадии развития цивилизации являются информация и знания. Поэтому вопрос положения молодежной субкультуры в информационном обществе считается актуальным.

Прежде всего, понятию «информационное общество» следует дать определение. *Информационное общество* представляет собой фазу развития человеческой цивилизации, особенностью которой является резкое увеличение ценности, а также роли и значения информации и знаний. В процессе преобразования системы ценностей меняется не только производство: материальные ценности становятся менее значимыми по сравнению с культурным досугом.

Различные системы, которые базируются на компьютерной технике и сетях, информационной технологии и телекоммуникационной связи составляют материальную и технологическую базу информационного общества.

Характерные для индустриального общества направленность на производство и потребление товаров сменяются требованием от человека способностей к творчеству, производством и потреблением интеллекта (что является неотъемлемым условием роста умственной нагрузки) и знаний, что присуще обществу информационному.

В таблице 1 приведены характерные, по мнению различных ученых, черты информационного общества [выполнено автором, 2].

Объединяющим фактором описанных ниже черт информационного общества в данном случае выступает общедоступность информации для всех сфер общественной жизни.

Таблица 1. Черты информационного общества

Ученый	Характерные черты
Д. Белл, Дж. К. Гэлбрэйт и Г. Канн	<ul style="list-style-type: none"> • разрешенное противоречие между информационной лавиной и информационным голодом; • по сравнению с другими ресурсами информация обладает большим приоритетом; • главной формой развития становится информационная экономика; • в основе общества лежат автоматизированные генерация, хранение, обработка и использование знаний с помощью новейшей информационной техники и технологии; • глобальный характер информационной технологии с охватом всех сфер социальной деятельности человека; • сформировано информационное единство всей человеческой цивилизации; • с помощью средств информатики реализован свободный доступ каждого человека к информационным ресурсам; • реализованы гуманистические принципы управления обществом и воздействия на окружающую среду.
Ф. Махлуп, В.М. Глушко	<p>Информация представляет собой промышленный продукт, а ее производство – один из видов промышленной индустрии.</p>
Дж. Мартин	<ul style="list-style-type: none"> • доступность информационных технологий, которые широко применяются в производстве, учреждениях, системе образования и в быту; • информация как стимулятор изменения качества жизни; формируется и утверждается «информационное сознание» при широком доступе к информации; • информация как ключевой фактор в экономике, выступающий одновременно в качестве ресурса, услуг, товара, источника добавленной стоимости и занятости; • результат свободы информации – политический процесс, характеризующийся растущим участием и консенсусом между различными классами и социальными слоями населения; • признание культурной ценности информации посредством содействия утверждению информационных ценностей в интересах развития отдельного индивида и общества в целом.

Так какова же связь между информационным обществом и молодежной субкультурой в его составе? *Субкультура* – это система ценностей, установок, поведенческих моделей, образующая автономное целостное образование внутри господствующей культуры (и, как правило, противоречащее ей), определяющее стиль жизни и мышления ее носителей [3]. Тогда *молодежная субкультура* – это система ценностей и норм поведения, вкусов, форм обще-

ния, отличная от культуры взрослых и характеризующая жизнь подростков и молодежи [1]. Молодежью называют представителей демографической группы, возраст которых соответствует промежутку от 14 до 30 лет [2, с. 34]. Однако возраст не является решающим критерием принадлежности. Особую роль играет уровень мобильности, интеллектуальной активности и здоровья.

Также нельзя забывать и об уровне образования: распространение грамотности стремительно повышается, растут требования к образовательной подготовке молодых людей, увеличивается скорость получения и обработки информации. Некоторые ученые, к примеру, предлагают рассматривать информацию в качестве одного из способов организации, структурирования образов мира. В результате на носителей информации в части способов ее подачи подросткам и молодежи накладывается особая ответственность [4].

Мы не всегда обращаем на это внимание, однако ценность информации и потребность в ней всегда была первостепенной для всех, независимо от принадлежности к какому-либо слою общества. Информированность человека напрямую связана и с духовными, и с материальными, и с экономическими возможностями. В системе ценностей молодежной среды информационные ценности обладают приоритетом. В целом роль их во всем мире возрастает год от года. Особенно ярко это заметно в развитых странах. Причиной является скачок в развитии технических средств общения (социальные сети, мессенджеры, игровые платформы, видеохостинги), а также практически повсеместное проникновение последних в жизнь молодых людей, становление частью нормальной картины мира.

Наибольшую потребность в разнообразной информации испытывает именно молодежь, поскольку представители данного общественного слоя обладают наибольшей социальной активностью.

Таким образом, перечислим ниже такие особенности молодежи, как [5]:

- Информация, получаемая молодыми людьми преимущественно из сети Интернет и СМИ, становится в т.ч. процессом коммуникации, в рамках которого осуществляется диалог путем взаимной передачи закодированных сведений между субъектами общения;
- Молодежь положительно относится к информации, полезной для повышения образовательного и культурного уровня, поскольку учебно-профессиональная деятельность является для этой группы основной;
- Визуальная форма представления информации наиболее предпочтительна. Наличие ярких разнообразных образов, текстовое сопровождение, разбивка на фрагменты и точечное выделение фактов способствуют формированию клипового сознания;
- В качестве опоры для формирования точки зрения молодые люди, в первую очередь, пользуются интернет-источниками и лишь после этого анализируют события с оглядкой на собственный жизненный опыт;
- Такое явление, как информационная социализация, проходит в пространстве наиболее популярных интернет-ресурсов: в социальных сетях, мессенджерах, видеохостингах, с помощью поисковых систем;

- На основе наиболее предпочитаемой молодежью информации – музыкальной и познавательной, – создаются различные варианты их сочетаний, являющимися предпосылками к зарождению групповых объединений по интересам, а также молодежных субкультур.

Отсутствие конкретики в определении социальных ролей, а также неуверенность молодежи в собственном социальном статусе провоцирует появление молодежной культуры. Считая себя свободными, независимыми от родителей и общества людьми, ее представители иногда противопоставляют себя окружающим. В таком случае, выделим некоторые причины, которые становятся предпосылками к образованию субкультуры [5]:

1. Отсутствие поддержки, психологическое давление и в целом нездоровая атмосфера внутри семей. Это становится почвой для обособления молодых людей в поисках работы, а также для поиска сочувствия и взаимопонимания на стороне. Привить базовые человеческие ценности чрезвычайно сложно, когда (по причине занятости родителей) живое общение с ребенком сходит на нет, практически полностью переходя в формат переписок или телефонных звонков;
2. Состояние внешней среды, а именно общественного сознания и способов его формирования. Отсутствие в многочисленных публикациях объективного анализа происходящего, конструктивной критики и прикладных рекомендаций по причине исповедования авторами позиции отрицания.

На рисунке 1 приведены три основных фактора, которыми определяются особенности российских молодежных субкультур.

В процессе становления российского информационного общества с относительной периодичностью приходится встречаться с угрозами, предъявляющими высокие требования не только к адаптивным способностям человека, но и к институтам, способствующим социализации. Не следует рассматривать информационное пространство отдельно от общего пространства социализации человека, ведь оно неотделимо от общей структуры поля адаптации. Однако, в противовес широким и многогранным исследованиям динамики и институтов социализации (ИС), разные виды и источники информации, имеющие право рассматриваться как разновидность ИС, изучены мало.

Ведущая роль в построении информационного общества сегодня отводится молодежи, поскольку для них применение информационных технологий в ежедневном режиме – норма. Поэтому, в том числе по источнику, из которого молодые люди черпают информацию, можно судить об интересах, а также предположить их принадлежность к той или иной субкультуре. При этом, по утверждению Т.П. Авдуловой, мнение об универсальности информационного пространства ошибочно. Налицо тесное взаимодействие молодежи и СМИ, где последние, ориентируясь на устоявшиеся системы ценностей и верований, утверждают их как доминирующие и затем транслируют их как образ правильного поведения. А молодые люди, чтобы сформировать личный

опыт и точку зрения, присваивают субъективно выбираемые нормы и ценности.



Рис. 1 – Особенности молодежных субкультур в России

Подводя итог, скажем, что социум мобилен и характеризуется «потоками», которые могут постоянно менять векторы движения. Процесс социализации молодежи проходит в условиях глобализации и информатизации общества, которые по сути являются двумя направлениями единого сложносоставного процесса.

В современных реалиях мы наблюдаем увеличение времени на образование, начало самостоятельной жизни и работы в более старшем возрасте, позднее вступление в брак и рождение детей. Вышеперечисленные факторы увеличивают срок социальной молодости. И это закономерно ведет к расширению самого понятия «молодежь», его реального и символического смысла.

Список литературы:

1. Педагогика. Учеб. под ред. Л.П. Крившенко. - М., 2005. С. 417
2. Лунева Е.В., Фомичев К.А. Молодежь в информационном обществе: монография. // Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2014. С. 136
3. Жаркова М.А., Максимова О.А. Молодежные (пост)субкультуры в контексте становления постмодернистского и информационного общества //

ВЭПС. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnye-post-subkultury-v-kontekste-stanovleniya-postmodernistskogo-i-informatsionnogo-obschestva> (дата обращения: 06.03.2021).

4. Гребенникова О.В., Пархоменко А.Н. Современная молодежь в информационном обществе: представления об информации и информационные предпочтения // Психологические исследования. 2013. Т. 6, № 30. С. 8. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/855-grebennikova30.html> (дата обращения: 08.03.2021).

5. Беяева К. А. Молодежные субкультуры: социально-философский феномен // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. 2010. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnye-subkultury-sotsialno-filosofskiy-fenomen> (дата обращения: 09.03.2021).