

# РОЛЬ СМИ КАК ОСНОВНОГО ФАКТОРА ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ КЫРГЫЗСТАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Жунушова С.О. Email: Zhunushova1793@scientifictext.ru**

*Жунушова Сайкал Орозовна - кандидат социологических наук, доцент,  
кафедра социологии и социальной работы, факультет социально-гуманитарных наук,  
Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, г. Бишкек, Кыргызская Республика*

**Аннотация:** в данной статье объектом исследовательского анализа являются СМИ. Как известно, СМИ на сегодня – это один из основных факторов трансформации социальной идентичности молодежи вообще и в частности молодежи Кыргызстана. Именно СМИ как один из самых мобильных трансляторов социальной жизни, непосредственно влияют как в позитивном, так и в негативном плане на формирование социальной идентичности молодежи. Безусловно, актуальность темы связана и с тем, что современная молодежь оказывается под влиянием различных идеологий, ценностных ориентиров, жизненных предпочтений именно под влиянием СМИ. В условиях информационного общества такие каналы информации как Интернет, телевидение, радио, газеты, журналы являются сильнейшими агентами социального влияния на личность молодого человека. Следовательно, в статье делается попытка научного анализа различных эффектов влияния медиапродукции. На основе научного анализа показывается воздействие СМИ на трансформации социальной идентичности молодого человека Кыргызстана.

**Ключевые слова:** СМИ, СМК, молодежь, идентичность, социальная идентичность, информационное общество.

## THE ROLE OF THE MEDIA AS THE MAIN FACTOR OF THE TRANSFORMATION OF SOCIAL IDENTITY OF THE YOUTH OF KYRGYZSTAN IN MODERN CONDITIONS Zhunushova S.O.

*Zhunushova Saikal Orozovna - candidate of Sociological Sciences, Docent,  
Department «Sociology and Social Work», Faculty of Social and Humanitarian Sciences,  
Kyrgyz National University under the name of J. Balasagyn, Bishkek, Kyrgyz Republic*

**Abstract:** in this article the object of research is the analysis of the media. As you know that the media today is as major factors of transformation of social identity of youth in General and particularly the youth of Kyrgyzstan. It is the media as one of the mobile transmitters of social life, directly impacts both positive and negative terms on the formation of social identity of youth. Of course, the relevance of the topic is due to the fact that the modern youth is influenced by different ideologies, values, life preferences under the influence of the media. In the of information society especially such channels as the Internet, television, radio, Newspapers, magazines are the strongest agents of social influence on the personality of the young person. Therefore, the article is an attempt to analyze various effects of media production. On the basis of scientific analysis shows the impact of the media on the transformation of social identity of the young man Kyrgyzstan.

**Keywords:** mass media, youth, identity, social identity, information society.

УДК 316.614-053.6

Трансформация социальной идентичности молодежи в условиях рыночных отношений и информационного общества обусловлена деятельностью средств массовой информации. Так, глобальная информатизация всего мирового сообщества обусловлена тем, что идет постоянное обращение к средствам массовой информации. Таким образом, роль СМИ давно вышла за грани простой передачи информации, сегодня СМИ – это главный социальный (идеологический) институт в обществе посредством и через информации формируют мировоззрение у молодежи, активно влияет на процесс трансформации его ценностных ориентиров, прививает, формирует в какой-то мере жизненные ориентиры, модели поведения.

Характерным признаком новой социальной реальности сегодня – это мобильные профессиональные, образовательные, культурные контакты, этнические, а также трудовые миграции, развитие туризма и других видов деятельности, связанных с межкультурным взаимодействием и общением. И в социальных процессах постоянно подвергаются проверке устоявшиеся представления человека о самом себе, своем месте в социуме, отношении к миру и людям. Так, вхождение личности молодого человека в новую социокультурную среду сопровождается определенными процессами в самосознании молодого человека,

под влиянием СМИ: мобильные трансформации социальных стереотипов, системы ценностей, жизненных установок, модели поведения.

Для раскрытия содержания данной статьи следует дать научное определение основным понятиям: «СМИ», «трансформация», «социальная идентичность», «молодежь». В современных условиях СМИ – это: (печать, радио, телевидение, Интернет) наряду с другими общественными институтами относятся к важнейшим агентам социального влияния на личность. Массово-коммуникативная деятельность в совокупности всех составляющих её сторон в исследованиях по журналистике называлась термином «СМИ» (СМИП) или «журналистика» [1]. Что касается содержанию понятия «массовая коммуникация» то, оно употреблялся в работах социологов, занимающихся изучением функционирования средств массовой информации, а также проблемами аудитории и общественного мнения [2]. Впервые в советской научной литературе «официальное» определение массовой коммуникации появилось в 1983 г. в философском энциклопедическом словаре. Так, массовая коммуникация определялась как «систематическое распространение сообщений (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей» [3]. Таким образом, массовая коммуникация может быть рассмотрена как духовно-практическая деятельность, имеющая своей функцией внедрение в массовое сознание определённой системы ценностей. Более того, современный мир все чаще категорируют как информационное общество, то есть как такую «социально-экономическую и социокультурную реальность, в которой информация становится самостоятельным экономическим и социальным ресурсом, определяя как процессы материального и духовного производства, так и социальную стратификацию» [4]. Мобильные социокультурные процессы, размытые контуры социальных ситуаций, ценностных ориентиров, отсутствие основных требований, оснований социальной идентификации ставят перед молодым человеком, ориентации в сложном социальном мире. На этом специфическом фоне СМИ служит молодому человеку как простор поиска фундамента для социальной идентификации. Любая информация, транслируемая посредством СМИ, расширяет перед молодым человеком возможности выбора группы принадлежности, поскольку своеобразная интерактивность современных информационных потоков, особенно Интернета и телевидения предопределяет большие возможности непосредственного активного участия молодого человека в этом процессе, и конечно конструирования, построения своей социальной идентичности.

Другой особенностью современной СМИ их выпуклость своеобразно благоприятствует общей задаче социальной ориентировки молодого человека, т. е. готовые образы, визуальные отражаются в его сознание, формируя определенные идеальные модели социальной самоорганизации как позитивном плане так и негативном. К примеру, сегодня телевидение приобрело новый формат, заполнив эфирное время, в основном, передачами развлекательного характера, без особых нравственных устоев или, напротив, наполненных с устоями западного прагматизма, индивидуализма и порой откровенной наживы. В государстве, где в какой-то мере отсутствует национальная идеология, особенно телевидение все более утрачивает свою мобилизующую, объединяющую, нравственную силу. Но опыт создания телепередач морально-нравственного, социально-политического, экономического, национального характера в современных условиях показывает, что творческие победы современного телевидения могут быть только тогда, когда телевидения выносит на экран объективную, достоверную информацию.

Таким образом, на наш взгляд социальная трансформация подразумевается как переход от традиционных к модернизированным ценностям. Как известно, что в условиях традиционного общества, в котором главными социальными регуляторами выступают в государстве, обществе социальные нормы, жестко предписывающие всем членам общества четкие правила и модели поведения. В современных условиях индивидуальный выбор молодого человека, его ценностные ориентиры выходят на первый план, т.е. нет, почти отсутствует государственная, национальная идеология какие-то особенные нормы ценностных ориентиров. Таким образом, трансформация общественных отношений происходят с быстрыми темпами более того мозаичными.

Так, социальная идентичность - это результат процесса социальной идентификации, под которым понимается процесс определения самого себя через членство в конкретной социальной группе. Социальная идентификация выполняет важные функции, как на групповом, так и личностном уровне: именно благодаря этому процессу общество получает возможность включить молодых людей в систему социальных связей и отношений, и молодежь реализует базисную потребность в групповой принадлежности, обеспечивающей защиту, возможности самореализации, оценки другими и влияния на группу.

Конечно, важнейшим условием понимания сущности идентичности является ее историчность. В любом анализе (социологическом, философском) идентичность нельзя представить как завершенный процесс, результат или достижение. Основной фактор ее сохранения - историчность. Каждый человек включен в историю, в поток социальных изменений. Исследование социальной идентичности зависит,

следовательно, от трех взаимодействующих сторон, а именно: «от личностной связи индивида с ролевой интеграцией в его группе; от направляющих его образов - с идеологиями его времени; от жизненной истории - с историческим моментом» [5, с. 16]. Жизнь любого человека – это его индивидуальность принадлежащей к конкретной эпохе, его творческое взыскание, способности в прошлом, настоящем, будущем, переплетенном в ходе индивидуального развития. В современных условиях многие исследователи отдают приоритетное и исключительное значение социальному контексту, объективным условиям формирования социальной идентичности. Как отмечают многие психологи с помощью двух процессов: ассимиляции, отбора новых компонентов и их приспособления к структуре путем определения значения и ценностей компонентов, новых и старых» и личностная идентификация вторична по отношению к социальной.

Общеизвестно, что социальная идентичность обеспечивает формирование содержательной и ценностной структуры личности молодого человека. Следовательно, социальная идентичность человека совершенствуется, формируется, трансформируется на протяжении всей жизни. Стало быть, социальная идентичность имеет сложную структуру и включает в себя в зависимости от типа групп, с которыми происходит идентификация личности молодого человека, следующие виды: семейная идентичность, возрастная идентичность, профессиональная идентичность, гражданская идентичность, этническая идентичность, религиозная идентичность и т.д.

В современных условиях стремительного развития информационных технологий СМИ фактически представляют собой систему неформального образования, просвещения различных слоев населения, особенно молодежи. Они весьма существенно влияют на усвоение молодыми людьми широкого спектра социальных норм и на формирование ценностных ориентаций, жизненных установок. Важной особенностью современных СМИ является их нарративный характер. Через масс-медиа внедряются ценности и модели поведения, санкционируемые или несанкционируемые обществом.

Следовательно, определяя возможности влияния СМИ на молодежь и общество, следует учитывать зависимость такого влияния от объективных условий жизни молодого человека, нравственной атмосферы в обществе. В условиях кризисного состояния традиционных трансляторов идентичности (семьи, школы) происходит возрастание доли оперативной информации (структурной и фундаментальной). В этих условиях значение СМИ как источника информации растет быстрыми темпами. Как отмечают многие исследователи, что в XX веке трансляция информации структурировалась в соответствии с различными параметрами – возрастными, социальными, образовательными, профессиональными, по интересам, что соответствовало как ценностям структурам социума.

В современных информационных условиях отсутствует четкая структурированность, порой она аморфна, не выдерживает идеологические подоплеки. В социологическом исследовании, проведенном в 2016 году, в среде молодежи Кыргызстана были заданы вопросы, о роли Интернета на жизнь молодежи. И были получены интересные данные, из каких источников молодые кыргызстанцы получают информацию о важнейших событиях в стране и мире. Данные исследования говорят о том, что СМИ играет огромную роль в процессе формировании социальной идентичности современной молодежи и сегодня Интернет является самым популярным средством получения информации в среде молодежной аудитории. Так более 80% информации молодые люди постоянно получают из Интернета.

Интернет является неотъемлемой частью жизни молодежи. Роль новейших технологий в жизни молодежи нашла свое отражение не только в получении информации, но и в интернетизации ее досуга. Основными чертами Интернет-поведения молодежи можно назвать достаточно высокий уровень использования мобильного Интернета, увеличение количества времени, проводимого в выходные дни в сети; широкую популярность социальных Интернет-сетей, а также наличие трех основных векторов поведения в виртуальном пространстве: коммуникативного, поискового и развлекательного.

Но, следует сказать, что, скорее всего, новые технологии не будут автоматически заменять старые, такие как газеты и журналы, книги, радио и телевидение. Эти сферы вещания как можно адаптируются к новым экономическим условиям. В современных условиях развитие коммуникаций включает в себя и такие процессы, в ходе которых информация не только передается, но и искажается, может самопроизвольно возрастать или угасать. Понятно, что массовая коммуникация по своей природе динамична и требует инноваций.

Но, в условиях свободы слова, гласности, права каждого на получение и распространение информации, общество должно максимально учиться использовать возможности массовой коммуникации с максимальным эффектом и ответственностью. Социальная сущность массовой коммуникации сводится к тому, что это – мощное средство воздействия на общество, молодежь как самой передовой части любого общества с целью оптимизации его деятельности. К сожалению, данное влияние на молодое поколение не всегда носит положительный характер.

СМИ сегодня являются мощным средством, которое не только формирует личность молодого человека как носителя национальной, этнической культуры, но и часто влияет на принятие им тех или

иных политических, культурных, экономических решений, «способствует взаимопроникновению культур и распространению культурных образцов и стандартов за границы одной культуры, создающее глобальное культурное пространство» [6]. В результате развития коммуникационных каналов в молодежную аудиторию поступают уже готовые схемы, алгоритмы поведения, что, в свою очередь, облегчает восприятие, поскольку не требует переосмысления. Подобные тенденции распространены в системе образования, где преобладают Интернет, учебники, краткие пособия и словари, содержащие концентрат научных знаний и ограничивающие возможность глубинного анализа. Так, неэффективное использование Интернет-источника негативно отражается на творческом развитии молодого человека.

Развитие электронных СМИ, сетевых коммуникаций, повсеместный переход на цифровые стандарты, кодировка и декодировка информации формируют своеобразное «цифровое» массовое сознание. Особенностью данного процесса является то, что, например: студент не стремится что-либо познать, осмыслить, проанализировать. Потребностью для него выступает простой сбор различной информации при этом в абсолютно сжатом, порой искаженном виде. Происходит сращивание категорий «знание» и «информированность», «осведомленность». На второе (по частоте использования) место выходит телевидение: 40% респондентов обращаются к нему часто, а еще 22% - редко. Однако, разрыв между местными телепередачами и иностранными телепередачами невелик. Сегодня молодежная аудитория предпочтению отдает больше Интернету.

Таким образом, современный мир характеризуется развитием компьютерных технологий, которые проникают во все сферы человеческой жизнедеятельности и обеспечивают распространение информационных потоков в обществе. Молодые люди должны научиться эффективно использовать Интернет, компьютерные технологии. Компьютеризация системы высшего образования является неотъемлемой и важной частью в процессе социализации молодого человека. И становление новой системы образования характеризуется тенденцией перехода от традиционных форм обучения к инновационным.

Подытоживая данную статью, следует сказать, что информационные коммуникационные и Интернет-технологии при рациональном использовании позволяют студентам более эффективно реализовывать свои возможности и это, в свою очередь, способствует позитивной идентификации личности молодого человека.

#### *Список литературы / References*

1. Социология журналистики. / Под общ. ред. Е.П. Прохорова. М., 1981.
2. Грушин Б.А. Массовое сознание. М., 1987
3. Шерковин Ю.А. Массовая коммуникация. Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С. 348.
4. Лескова Е.В. Социальная идентичность в условиях трансформации Российского общества: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук. М., 2008.
5. Эриксон Э. Молодой Лютер. М., 1996. См. Руткевич А.М. Психо-история Э.Г. Эриксона. С. 3 - 22.
6. Психотерапевтическая энциклопедия. СПб., 1998. С. 642.