

Grumm-Grzhmailo G.E. *Zapadnaya Mongoliya i Uryanhaiskii krai [Western Mongolia and Uryanhai Region]*. Vol. II. Leningrad: RGO Publ. 1926. 896 p.

Istoriia Mongol'skoi Narodnoi Respubliki. 3 izd. [History of the Mongolian People's Republic, 3rd ed.]. M.: Nauka Publ. 1983. 662 p.

Kniga Marko Polo (perevod starofrants. teksta I.P. Minaeva, red. I.P. Magidovicha) [*The book by Marko Polo* (translation of the Old French texts by I.P. Minaev, ed. by I.P. Magidovich)]. M.: Geographic Literature's State Press. 1955. 376 p.

Kozin S.A. *Sokrovennoe skazanie. Mongol'skaya chronika 1240 g. pod nazvaniem Yuan Chao Bi Shi*. Tom I.: Vvedenie v izuchenie pamiatnika, perevod teksta, glossarii [*The Secret Story. Mongolian Chronicle of 1240s titled Yuan Chao Bi Shi*. Vol. I.: Introduction to the study of monument, the translation of text, glossary]. M.-Leningrad: USSR Academy of Sciences Publ. 1941. 611 p.

Plano Carpini. *Istoriia Mongolov [The History of the Mongolians]*. St. Petersburg: A.S. Suvorin's Publ. 1911. 232 p.

Rashid-ad-din. *Sbornik letopisei [The Collection of Chronicles* (translation from Persian by A.K. Arends)]. M.-Leningrad: USSR Academy of Sciences Publ. Vol. 3. 1946.

Rashid-ad-din. *Sbornik letopisei [The Collection of Chronicles* (translation from Persian by A.K. Arends)]. M.-Leningrad: USSR Academy of Sciences Publ. Vol. 2. 1960.

Vernandskii G.V. *Mongoly i Rus' [Mongols and Russia* (translated from English by E.P. Berenshtein, B.L. Gubman, O.V. Stroganova)]. Tver: Lean Publ.; M.: Agraf Publ. 1999. 480 p.

Vernandskii G.V. *Mongoly i Rus' [Mongols and Russia* (translated from English by E.P. Berenshtein, B.L. Gubman, O.V. Stroganova)]. Tver: Lean Publ. M.: Agraf Publ. 1999. 480 p.

УДК 316.614

ЗАДОРКИНА Светлана Владимировна – аспирант кафедры государственного управления и социологии региона Пензенского государственного университета (440026, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40; s_zadorkina@mail.ru)

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Данная статья посвящена роли средств массовой информации и коммуникации в формировании профессиональной социализации учащейся молодежи. В статье отражено влияние целого ряда социальных институтов на процесс профессиональной социализации учащейся молодежи, при этом одна из ведущих позиций в институциональном каркасе общества отводится институту средств массовой информации и коммуникации. Автор предлагает структуру целенаправленного формирования и развития процесса профессиональной социализации молодежи в условиях инновационного общества, где отражены особенности участия средств массовой информации и коммуникации в данном процессе.

Ключевые слова: средства массовой информации и коммуникации, профессиональная социализация, молодежь, инновационный человек, компетенции инновационного человека, социальный статус инновационного человека

Молодежь в современных условиях все чаще рассматривается в качестве важнейшего стратегического ресурса страны. Именно от данной категории граждан будут зависеть перспективы не только экономического роста, но и суверенитета, устойчивого развития страны, развития духовно-нравственного потенциала, осуществления государственной внешней и региональной политики. Современная Россия находится в периоде трансформации социокультурного и информационного устройства отношений. В этой связи по-новому встает проблема целенаправленной профессиональной социализации учащейся молодежи, требующей внимания ученых, государства и всего общества. Однако, несмотря на множественность направлений и подходов, разработка проблемы профессиональной социализации молодежи

сегодня не только далека от завершения, а напротив, все более демонстрирует необходимость переосмысления ранее исследованных и открытия новых граней.

Современное развитие России показывает, что критически важным фактором, ограничивающим устойчивое долгосрочное инновационное развитие страны, являются трансформирующиеся ценностные ориентации и модели поведения молодежи. Это проявляется: 1) в снижении заинтересованности значительной части молодежи в активной трудовой (особенно производственной) деятельности; 2) росте ценностей потребления в противовес ценностям созидания; 3) снижении культурно-образовательного уровня и уровня патриотизма; 4) негативных изменениях морально-этических норм и моделей поведения; 5) отсутствии осознания своей включенности в процессы общегосударственного развития; 7) снижении уровня ответственности за судьбу страны; 8) недостаточной информированности о задачах и перспективах развития страны.

Указанные тенденции во многом связаны с тем, что в условиях институциональной трансформации в России происходит снижение роли традиционных институтов социализации молодежи (в частности, семьи и образования) при значительном усилении влияния средств массовой коммуникации (далее – СМК). Этот процесс характеризуется технологическим развитием СМК, возрастанием доли конвергентных СМК; снижением государственного стратегического регулирования деятельности СМК; размыванием идеологической основы, снижением социальной ответственности СМК и усилением их деструктивного влияния. Между тем формирование демократического, стабильного и динамично развивающегося конкурентоспособного государства с высоким уровнем политической, правовой, духовной культуры и гражданственности российского сообщества в целом и молодежи в частности требует изменения господствовавших подходов, содержания деятельности и роли государства как основного субъекта социализации молодежи.

Процесс профессиональной социализации достаточно сложен, в этой связи он изучается многими дисциплинами: социологией, психологией, философией, культурологией, педагогикой и др.

Понятие «профессиональная социализация» – относительно новое и впервые стало изучаться социологами на рубеже XIX и XX вв. в составе общей теории социализации, а позже, в 1920-30-х гг., исследовалось в рамках структурно-функциональной теории [Дюркгейм 1996, Парсонс 1994].

Стоит отметить, что изучение профессиональной социализации в России было полноценно начато лишь после реформ 90-х, что обусловлено большими возможностями для самоопределения в профессиональной среде. Поэтому на настоящий момент данные исследования не могут характеризоваться ни многочисленностью, ни глубиной.

Профессиональная социализация понимается как двусторонний процесс: с одной стороны, вхождение индивида в профессиональную среду, усвоение им профессионального опыта, овладение стандартами и ценностями профессионального сообщества; с другой – процесс активной реализации индивидом накапливаемого профессионального опыта, в котором различные типы его адаптивного поведения проявляются не как слепое подчинение внешним требованиям, а как выбор оптимального поведенческого решения, предполагающего непрерывное профессиональное саморазвитие [Кричевский, Митина 1996: 7-22].

Профессиональная социализация формирует потенциал успешного включения индивида в процесс трудовой деятельности и поддержания высокого уровня профессиональной мобильности в течение всей жизни.

Доктор социологических наук Л.Э. Пробст под профессиональной социализацией понимает «многопараметральное и социетальное явление, состоящее из социальных взаимодействий индивидов, социальных групп, социальных институтов в социально-трудовой и профессиональной деятельности и способствующее развитию профессиональной культуры в общественном разделении труда» [Пробст 2001: 168].

Следует отметить, что в научной литературе встречается большое число мнений по поводу классификации форм социализации и профессиональной социализации. Многообразие классификационных форм связано с различными подходами

исследователей к данной проблеме, а также с различными критериями, положенными в основу классификации.

По мнению доктора философских наук К.В. Рубчевского, основными формами социализации человека являются интериоризация как процесс заимствования из внешней среды определенных сведений, разного рода информации, их усвоение в качестве знаний, умений, норм, образцов поведения, ценностей и социальная адаптация. Процесс ресоциализации личности рассматривается как разновидность интериоризации (вынужденная интериоризация во взрослой жизни) [Рубчевский 2002: 86-92]. В этой связи мы считаем целесообразным говорить о профессиональной адаптации, интеграции и интериоризации.

По нашему мнению, для исследования форм профессиональной социализации в условиях инновационного общества особый интерес представляет классификация, разработанная доктором философских наук профессором С.П. Иваненковым [Иваненков 2001].

В зависимости от того, во взаимодействии с какими процессами, объектами и явлениями социализируется, развивается индивид и поколение (по социализирующей среде), он определил три формы социализации: вещную, социальную и информационную.

Для профессиональной социализации актуальность данной классификации состоит в том, что в настоящее время социализирующая роль традиционных институтов профессиональной социализации снизилась, при этом возросла роль среды, создаваемой информационными потоками, средствами массовой информации и коммуникации, что не всегда оказывает положительное воздействие на профессиональную социализацию учащейся молодежи.

На процесс формирования профессиональной социализации оказывают влияние различные социальные институты – профессиональное образование, семья, но роль одного из них мало изучена и требует научного обоснования – это роль института СМК. Социально-профессиональная адаптация учащейся молодежи направлена на содействие в выявлении профессиональных интересов и склонностей, определение реальных возможностей в овладении выбранной профессией или специальностью, построение профессиональных перспектив, вхождение в новый учебный и трудовой коллективы, закрепление выпускников на производстве.

Роль СМК в формировании профессиональной социализации будущего конкурентоспособного специалиста, на наш взгляд, в современных условиях недооценивается.

СМК выступают сегодня в качестве одного из основных социализирующих институтов – наиболее доступного и наиболее влиятельного механизма формирования личности. О СМК сегодня можно говорить как об институте, занимающем главенствующее место в системе формирования многочисленных процессов и аспектов жизнедеятельности современного общества, в т.ч. и его ценностной структуры. Новые установки широко пропагандируются СМК, их диктуют складывающиеся условия жизни, и в этих условиях вырастает «инновационный человек» с новыми ценностными устремлениями, с новым отношением к себе и окружающим.

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г.¹ выделяются 4 компетенции инновационного человека: 1) способность к критическому мышлению; 2) способность и готовность к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремление к новому; 3) способность и готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, умение работать самостоятельно, готовность к работе в команде и в высококонкурентной среде; 4) владение иностранными языками, предполагающее способность к свободному бытовому, деловому и профессиональному общению.

Однако одной из фундаментальных проблем формирования компетенций инно-

¹ Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Доступ: <http://base.garant.ru/70106124/> (проверено 24.08.2014).

вационного человека является отсутствие перечня базовых компетенций и компетенций, приобретенных в процессе профессиональной социализации.

На наш взгляд, список компетенций, представленных в Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, узок и не отражает в полной мере роль инновационного человека в развитии общественных процессов, а следовательно, целесообразно дополнить данный список следующими компетенциями: 1) следование приоритетам общественного блага; 2) патриотизм; 3) умение работать в команде; 4) стремление к самореализации; 5) коммуникабельность.

В условиях информационного общества СМК являются как самостоятельным игроком в профессиональной социализации молодежи, так и транслятором целого набора отдельных факторов социализации.

В первом случае СМК привносят в молодежную среду сложившиеся в самих организациях средств массовой информации и коммуникации и у их ведущих представителей социальные установки, ценности, вкусы, модели поведения, опираясь на которые они реализуют свои бизнес-модели, направленные прежде всего на получение прибыли. Условно назовем такую роль СМК «игроком». В другом случае СМК дают информацию о социально-экономических, образовательно-культурных и социально-политических факторах среды, прежде всего в виде информирования о неких событиях во внешней среде, а также аналитики по поводу этих событий. Условно назовем такую роль СМК «транслятором». В реальности в деятельности конкретных СМК роли «транслятора» и «игрока», безусловно, перемешиваются в той или иной пропорции.

Таким образом, мы обращаем внимание на то, что параллельно с институциональным воздействием на профессиональную социализацию молодежи существует целая система факторов (из указанных выше групп), оказывающих существенное влияние на процесс профессиональной социализации молодежи. СМК, фильтруя и интерпретируя, а затем транслируя данные факторы, оказывают существенное влияние на процесс конструирования и программирования социальной реальности в сознании молодежи (см. рис. 1).

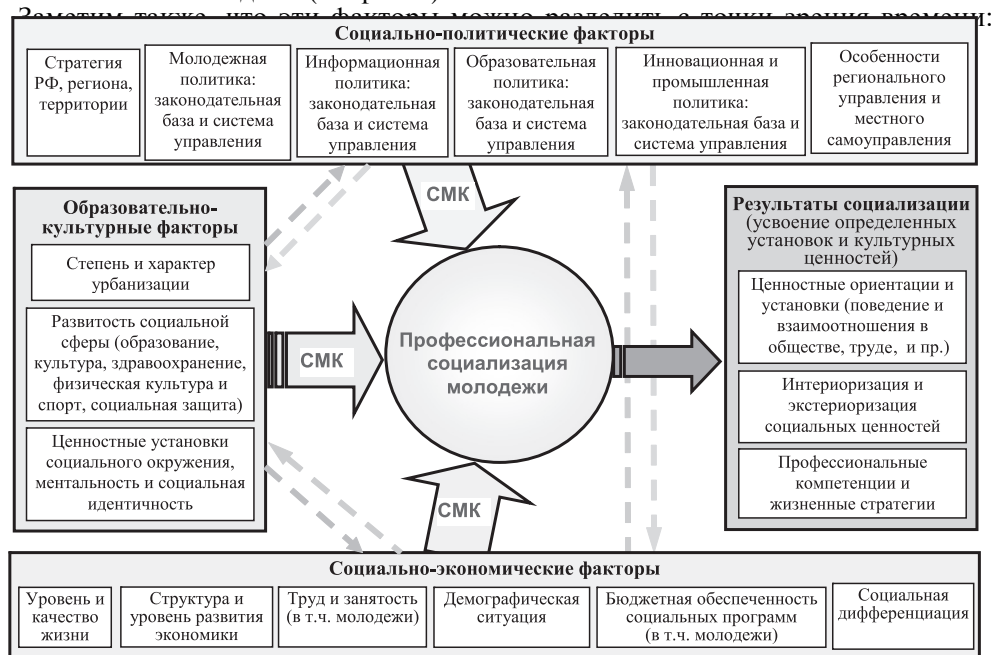


Рисунок 1 Структура процесса участия СМК в профессиональной социализации молодежи: программирование социальной реальности в сознании учащейся молодежи

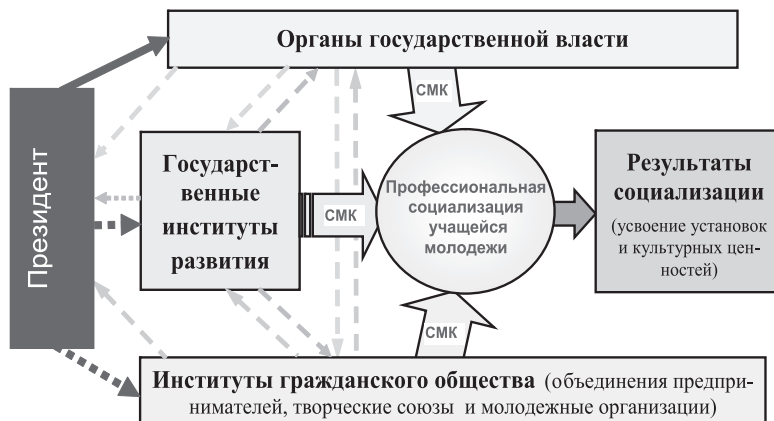


Рисунок 2 Процесс формирования профессиональной социализации молодежи

1) факторы прошлого (ценности, сложившиеся исторически, информация о прошлом); 2) факторы настоящего (текущая информация и интерпретация исторической информации); 3) факторы будущего (прогнозная и проектная информация, описание перспектив, видение желаемого будущего). Под воздействием всех этих факторов в конечном итоге и происходит процесс профессиональной социализации молодежи.

Как в случае «транслятора», так и в случае «игрока» деятельность СМК может регулироваться и направляться (а в современных российских условиях – должна!) в рамках действующей государственной политики – в информационной, молодежной, инновационной, промышленной областях. При этом политика в указанных областях должна формироваться и реализовываться в системе стратегического управления, направленного на обеспечение устойчивого долгосрочного развития страны. А значит, политика во всех указанных областях должна подчиняться интересам реализации стратегии развития страны в целом.

Все субъекты (см. рис. 2), воздействующие на профессиональную социализацию молодежи, в условиях инновационного общества можно разделить на 3 группы: 1) исполнительные органы власти; 2) государственные институты развития; 3) институты гражданского общества, включающие разнообразные молодежные объединения, общественные организации, бизнес-сообщества, профсоюзы, союз журналистов.

Активно взаимодействуя между собой, субъекты социализации молодежи должны создавать единое информационное пространство; выработать единый алгоритм действий по преодолению кризиса институтов социализации; обеспечивать воспитание самостоятельной, идейной, ответственной молодежи и формирование у нее системы позитивных традиционных ценностных ориентаций, соответствующих потребностям инновационного стратегического развития страны и региона.

Безусловно, особая роль в этом принадлежит государству, которое обладает наибольшими ресурсами и возможностями для осуществления целостной молодежной политики, координируя свою деятельность с ее общественной составляющей.

Процесс целенаправленного развития профессиональной социализации учащейся молодежи, обеспечивающий инновационное развитие государства, в настоящее время реализуется на основе целого ряда организационных форм, не объединенных, однако, в систему.

С точки зрения разработки организационных форм целенаправленного управления процессом социализации молодежи, обеспечивающего инновационное развитие государства, в структуре рассмотренных организаций необходимо создать специализированные подразделения, ответственные за пропаганду деятельности данных организаций и особенно за профориентационную работу среди молодежи по направлениям, признанным государством стратегическими,

Статья выполнена в рамках работы над грантом РФФИ №12-06-97023-р_поволжье_а «Социализирующая и программирующая роль системы массовых коммуникаций в процессе модернизационно-инновационного развития региона и формирования региональной идентичности».

Список литературы

Дюркгейм Э. 1996. *Социология образования* (пер. с франц. Т.Г. Астаховой; под науч. ред. В.С. Собкина, В.Я. Нечаева). М.: ИНТОР. 80 с.

Иваненков С.П. 2001. Проблема классификации форм социализации. — *Теоретический журнал «Credo»*. № 3. Доступ: <http://credonew.ru/content/view/246/53/> (проверено 25.08.2014).

Кричевский Р.Л., Митина Л.М. 1996. *Профессиональная социализация личности: Проблемы профессиональной социализации*. Тула. 167 с.

Парсонс Т. 1994. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем. — *Американская социологическая мысль* (под ред. В.И. Добренкова). М.: Изд-во Моск. ун-та. 496 с.

Пробст Л.Э. 2001. *Проблемы профессионального самоопределения молодежи в рыночных условиях: аспекты социализации и воспитания*. Челябинск. 267 с.

Рубчевский К.В. 2002. Формы прохождения социализации личности. — *Психологическая наука и образование*. № 2. С. 86-92.

ZADORKINA Svetlana, postgraduate, the Department of the Public Administration and Sociology of Region, Penza State University (Krasnaya str., 40, Penza, Russia, 440026; s_zadorkina@mail.ru)

THE ROLE OF MEDIA AND COMMUNICATIONS IN FORMATION OF PROFESSIONAL SOCIALIZATION OF STUDENTS

Abstract. *The article focuses on the role of media and communication in formation of professional socialization of students. The author analyzes the role of different social institutions in the process of professional socialization of students, noting that media and communication are the main factors of the institutional framework of society. The author proposes his view on a structure of the purposeful formation and development of the process of professional socialization of the youth in the innovative society. The special attention the author pays to the involvement of the media and communication into the process of socialization.*

Keywords: *media and communications, professional socialization, youth, innovative human competence, social status of innovative people*

References

Durkheim E. *Education et sociologie*. Paris: Les Presses universitaires de France. 1968. 121 p. [Russ. ed. Durkheim E. *Sotsiologiya obrazovaniya*. (per. s frants. T.G. Astakhovoy, pod nauch. red. V.S. Sobkina, V.Ya. Nechaeva). M.: INTOR Publ. 1996. 80 p.]

Ivanenkov S.P. The Problem of Classification of the Forms of Socialization. — *Credo. Theoretical Journal*. 2001. No 3. (In Russ.) URL: <http://credonew.ru/content/view/246/53/> (accessed 25.08.2014).

Krachevskiy R.L., Mitina L.M. *Professional'naya sotsializatsiya lichnosti: Problemy professional'noy sotsializatsii* [*Professional Socialization of a Person: Problems of Professional Socialization*]. Tula. 1996. 167 p.

Parsons T. The Action Frame of Reference and the General Theory of Action. Systems: Culture, Personality and the Place of Social Systems. — *The Social System*. Routledge. 2005. P. 1-14 [Russ. ed. Parsons T. Sistema koordinat deystviya i obshchaya teoriya sistem deystviya: kul'tura, lichnost' i mesto sotsial'nykh sistem. — *Amerikanskaya sotsiologicheskaya mysl'* (pod red. V.I. Dobren'kova). M.: Moscow State University Press. 1994. 496 p.]

Probst L.E. *Problemy professional'nogo samoopredeleniya molodezhi v rynochnykh usloviyakh: aspekty sotsializatsii i vospitaniya* [*Problems of Professional Self-determination of Youth in Market Conditions: the Socialization and Educational Aspects*]. Chelyabinsk. 2001. 267 p.

Rubchevskiy K.V. The Forms of a Personal Way of Socialization. — *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie*. 2002. No 2. P. 86-92. (In Russ.)