

**Н. В. Розенберг**

*доктор философских наук, доцент  
заведующий кафедрой коммуникационного менеджмента  
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация*

## **ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВУЮ МОБИЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЖИ**

*Аннотация.* В статье представлен анализ процессов социально-трудовой мобильности молодежи в условиях становления и развития института средств массовой коммуникации. Проблема социально-трудовой мобильности молодежи одна из актуальных тем современной социологической мысли, поскольку молодежь является основой и потенциалом развития постсовременного общества, а также наиболее быстро и чутко реагирующей группой на все инновационные процессы. Автор показывает, что одним из ключевых аспектов социально-трудовой мобильности молодежи является беспрецедентное развитие новых медиа, определяющих облик всей современной культуры. В методическом плане автор статьи опирается на современный исследовательский материал, монографии, статьи, посвященные проблемам социально-трудовой мобильности молодежи и проблемам труда в информационном обществе. Автор приходит к выводу о том, что процессы социально-трудовой мобильности молодежи сегодня напрямую зависят от института СМК, поэтому большое значение имеет научный анализ нового типа общества и нового типа культуры сформированного под влиянием массмедиа, ценностей, норм, образцов поведения, которые они пропагандируют и возможностей которые предоставляют. Выводы и рекомендации статьи логически и научно обоснованы, а также подкреплены статистическими данными.

*Ключевые слова:* молодежь, образ жизни, средства массовой коммуникации, новые медиа, социальная мобильность, социально-трудовая мобильность.

---

**N. V. Rozenberg**

*Doctor of philosophy, associate professor  
Head of Communicational Management department  
Penza State University, Penza, the Russian Federation*

## **THE IMPACT OF MASS COMMUNICATION ON THE SOCIO-LABOR MOBILITY OF YOUNG PEOPLE**

*Abstract.* The article presents an analysis of the processes of social and labor mobility of young people in the conditions of formation and development of the Institute of mass communication. The problem of social and labor mobility of young people is one of the topical issues of modern sociological thought, since young people are the basis and potential for the development of post-modern society, as well as the fastest and most responsive group to all innovative processes. The author shows that one of the key aspects of social and labor mobility of young people is the unprecedented development of new media that determine the appearance of the completely modern culture. In methodological terms, the author relies on modern research material, monographs, articles devoted to the problems of social and labor mobility of young people and the problems of labor in the information society. The author comes to the conclusion that the processes of social and labor mobility of young people today directly depend on the Institute of QMS, therefore, of great importance is the scientific analysis of a new type of society and a new type of culture formed under the influence of mass media, values, norms, patterns of behavior that they promote and opportunities that provide. The conclusions and recommendations of the article are logically and scientifically justified, as well as supported by statistical data.

*Key words:* youth, lifestyle, mass media, new media, social mobility, social and labor mobility.

---

Первые десятилетия нового века представили очередной этап развития средств массовой коммуникации, а именно активное развитие цифровой коммуникации. Безусловно, на интенсивность этого процесса определяющее влияние оказывает динамика технического прогресса в целом. Актуальным процессом в современном мире является распространение, так называемых, новых медиа, которые появились благодаря развитию Интернета и имеют ряд принципиальных преимуществ и возможностей во всех сферах социальной жизни. Новые медиа – это, в первую очередь, онлайн-технологии, которые используются людьми, создающими контент для обмена новостями, знаниями, мнениями. К новым медиа относят блоги, интранеты, подкасты, сервисы публикации и обмена видеоматериалами, социальные сети, микроблоги, системы обмена мгновенными сообщениями и прочее. Список этот нельзя закончить или классифицировать (хотя классификаций существует множество) по причине того, что новые медиа постоянно развиваются, появляются их новые формы, которые тесно друг с другом взаимосвязаны.

Анализ понятия «новые медиа» привел большинство исследователей к выделению такой их особенности как интерактивность, нацеленность на взаимодействие людей друг с другом. Например, К. Меллер акцентирует внимание на том, что основная особенность новых медиа состоит в «использовании интернет- и мобильных технологий для превращения коммуникации в интерактивный диалог» [10]. Кроме того, исследователи современных коммуникаций отмечают, что новые медиа дают небывалые ранее возможности увеличения связей и активизации коммуникации.

Новые средства коммуникации уже стали реальностью современной жизни, а скорость их распространения заставляет всех социальных акторов активно реагировать и применять в своей жизнедеятельности системы обмена массовой информацией, используя их для адаптации к быстроменяющимся условиям современного общества. Необходимо отметить, что новые медиа стали оказывать существенное влияние и на процессы социально-трудовой мобильности населения, особенно такой социальной группы как молодежь.

Социальная мобильность сегодня – это уж не просто изменение социального положения или социального статуса, это особый способ социального функционирования людей. В эпоху развития коммуникативных технологий проблема социальной мобильности получила в социологии новое звучание. Можно согласиться со следующим определением социальной мобильности, которое дает Б.М. Игошев: «социальная мобильность есть свойство социальных субъектов, выраженное в их способности быстро и адекватно модифицировать свою деятельность при возникновении новых обстоятельств, легко и быстро осваивать новые реалии в различных сферах жизнедеятельности, находить адекватные способы разрешения неожиданных проблем и выполнения нестандартных задач» [5, с. 4].

Однако, говорить сегодня о социальной мобильности в отрыве от трудовой не имеет смысла, поскольку именно профессиональная деятельность является обязательным атрибутом цивилизованного, развитого и демократического государства и способствует повышению уровня удовлетворенности от самореализации [1; 3; 9].

Современная российская молодежь оказалась в сложной ситуации обусловленной трансформацией ценностных ориентаций, социальной дифференциацией, изменением условий самореализации. Становление молодого человека происходит в условиях переоценки и формирования новой системы ценностей, под влиянием, развития различных факторов, в том числе современных средств массовой коммуникации. Как отмечает Т.Н. Иванова, социально-трудовая мобильность молодежи – это процесс изменения молодежью своей социальной и трудовой позиции в

структуре общества, характеризуемый готовностью их к добровольному или вынужденному изменению места учебы, семейным положением, местом работы, профессией, квалификацией под воздействием субъективных и объективных факторов и причин [4]. Ученый подчеркивает, что социально-трудовая мобильность молодежи носит позитивный характер, поскольку молодые люди в большинстве своем нацелены на построение успешной профессиональной карьеры. Социально-трудовая мобильность является важнейшим структурным элементом жизненных позиций и социально-экономических стратегий молодежи и протекает в конкретных условиях современного общества, которые оказывают на этот процесс определенное воздействие [4]. Очевидно, что одним из самых важных условий, в котором оказалась молодежь, явилось развитие средств массовой коммуникации в целом, и новых медиа, в частности.

Влияние СМК на социально-трудовую мобильность молодежи можно рассматривать как на микро- так и на макроуровне. Воздействие на микроуровне может проявляться в изменении убеждений и взглядов молодого человека на роль профессиональной деятельности в жизни, необходимость получения образования и построения карьеры, воздействию на индивидуальное восприятие необходимости продвижения по социальной лестнице, а также на социальное поведение. Конечно, степень воздействия средств массовой коммуникации на разных людей различна, она будет зависеть от уровня образования, критичности мышления, отношения к тем или иным СМИ и других факторов, но можно однозначно утверждать, что все мы сегодня подвержены влиянию средств массовой коммуникации на течение нашей жизни, в том числе профессионально-трудовой. Воздействие же средств массовой коммуникации на макроуровне включает, прежде всего, формирование общественного мнения. Таким образом, в информационном обществе средства массовой коммуникации являются одним из важнейших институтов социально-трудовой мобильности молодежи.

Институт средств массовой коммуникации начал свое становление в XX в., и активно развивался вместе с развитием современных массовых коммуникаций. Этот новейший институт в современном обществе оказывает ни с чем несравнимое влияние на социальную действительность. Он формирует новые социальные отношения, новые социальные практики и коренным образом изменяет уже существующие. В современном мире массовая коммуникация стала неотъемлемым явлением массовой культуры, новые медиа породили медиакультуру и стали важнейшей формой общения и взаимной деятельности людей. Институт СМК участвует в процессе развития современного общества, наряду с традиционными социальными институтами обеспечивая его стабильность и функционирование. Функции данного института схожи с функциями других социальных институтов: это регулирующая функция, функция социального контроля, удовлетворение потребностей и др. В процессе функционирования института СМК формируются новые образцы поведения человека, духовные и культурные смыслы; он оказывает влияние на цели и потребности, ставит новые ориентиры в первую очередь для молодежи. Пронизывая все основные сферы социальной жизни, массовая коммуникация обеспечивает в их органическое единство, равновесие и устойчивость развития как фундаментальную основу своего непосредственного существования.

Особенности информационного общества проявляются и в сфере труда. Конец XX века отчетливо продемонстрировал, что сфера приложения труда не ограничивается рамками материального производства. Важнейшим ресурсом труда стали информационно-компьютерные технологии. Их необходимость обусловлена интенсивной переработкой информации, поэтому владение ими необходимо для формирования профессионального потенциала работника, уровня его квалификации, успешной трудовой мобильности [8, с. 165].

Определяющей функцией при анализе процессов социально-трудовой мобильности молодежи, на наш взгляд, становится коммуникативно-интегративная

функция средств массовой коммуникации. Необходимо отметить, что социально-трудовая мобильность молодежи в современном социуме во многом обуславливается функционированием СМК. Именно их развитие, включая развития сети Интернет, оказало существенное влияние на динамику социально-трудовой мобильности. Новейшие информационно-коммуникативные технологии, которыми обеспечена система массмедиа, трансформировали и продолжают оказывать влияние на экономику, политику, социальную и культурную сферы общества, необычайно ускоряя темпы развития и меняя качество процессов, происходящих в них.

Семья и образование, относящиеся к традиционным институтам социально-трудовой мобильности, во многом уступили свои позиции институту СМК, воздействие которого на отдельного человека и общество в целом сегодня уже трудно переоценить. Интенсивное развитие интернет-коммуникации способствовало появлению совершенно новой среды коммуникативного диалога, основой которого стало взаимодействие участников территориально удаленных друг от друга в режиме реального времени. Интернет стал пространством для экономических сделок, создания и распространения произведений искусства, не говоря уже о быстром обмене знаниями и информацией. Неограниченные возможности интернета привели к возникновению виртуальных библиотек и музеев, фильмотек и виртуальных лекториев, так называемых вебинаров, что, безусловно, упростило доступ к образцам культуры, искусства и образовательным ресурсам, ранее недоступным большинству людей. В результате, все желающие получили возможность участвовать в онлайн-семинарах и слушать в режиме онлайн лекции ведущих ученых, а также теоретиков и практиков бизнеса, по сути, овладевать информацией, которая ранее считалась уделом для избранных и была недоступной. Все перечисленное сделало Интернет не просто современным участником социально-трудовой мобильности населения, особенно молодежи, но ее социальным каналом. Изменив особенности доступа к информационным ресурсам, Интернет привел к появлению определенно новых социокультурных реалий.

Рассматривая значение средств массовой коммуникации для социально-трудовой мобильности, необходимо обратиться к исследованиям, посвященным проблемам информационного общества, в частности работам Д. Белла и М. Кастельса. Один из родоначальников теории информационного общества Д. Белл обозначил проблему влияния информационных технологий на разные социальные сферы. С его точки зрения, в современном мире, информация есть основное средство и продукт производства, что явилось основанием возникновения совершенно нового типа общества – информационного [2]. В работе М. Кастельса «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», изменения, происходящие в обществе, автор напрямую связывает с развитием глобальных коммуникационных сетей и возросшим во всех областях значением информации. Доказывая, что общество переходит к «информационной эпохе», ученый выделяет ее определяющую черту: глобальные сети, которые связав между собой людей, институты, государства, вызывали множество разнообразных последствий. М. Кастельс называет новую форму капитализма – информационной, утверждая, что ее функционирование связано, в первую очередь, с использованием информационных сетей. Развитие деловой активности в новейшем сетевом обществе, автор связывает с развитыми информационно-коммуникативными технологиями, именно благодаря им все происходит в реальном времени и без пространственных ограничений [7].

Кроме того, необходимо отметить общее изменение образа и стиля жизни современного молодого человека, который под влиянием средств массовой коммуникации (в частности телевидения, Интернета и транслируемой там рекламы) все больше стремится к успеху, продвижению по карьерной лестнице, повышению собственного статуса и как следствие к нарастающей мобильности (социальной, профессиональной, пространственной). Средства массовой коммуникации – это не только возможность быстрого распространения информации во все точки

мира, они обладают беспрецедентной силой воздействия на сознание и подсознание людей, это средство влияния на эмоциональное состояние человека. В связи с этим, отмечая расширение их технических возможностей, можно утверждать, что их роль в процессе жизнедеятельности людей будет только возрастать. А по эмоциональному воздействию на человека они еще долго останутся непревзойденными. Современная культура, созданная новыми медиа абсолютизирует значение социальной мобильности и различных ее факторов (успеха и успешности, активности и пр.). Из вышеизложенного следует, что масштабное распространение СМК способствовало возникновению глобального информационного пространства, и как следствие появлению новых форм взаимодействия людей и способов социально-трудовой мобильности.

Особую роль в социально-трудовой мобильности играет Интернет. По данным бюллетеня «Интернет в России», подготовленного Фондом «Общественное мнение» осенью 2015 г., месячная аудитория интернета в России за период с 2003 г. по 2015 г. выросла почти в 7,5 раз: с 9% до 67% взрослого населения страны (от 18 лет и старше), или (в натуральном выражении) с 9,9 млн. до 78,2 млн. человек [6]. Работа с компьютером, приводит к расширению контактов, обмену социокультурными ценностями, реализации разнообразных форм социального опыта, получению неформального образования. Развитие электронных систем породило совершенно новый вид коммуникации и самореализации – взаимодействие человека с определенными интересующими его по тем или иным причинам партнерами, которое позволяет ему продвигаться по социальной лестнице. Средства массовой коммуникации становятся сферой самореализации человека.

Таким образом, в современном обществе средства массовой коммуникации не только стали играть весомую роль в процессе адаптации индивидов, но и наряду с традиционными институтами социализации, такими как семья и образование, явились важнейшим каналом социально-трудовой мобильности. Массмедиа, перерабатывая огромные объемы информации, открывают к ней доступ, а новые средства коммуникации способствуют активному участию людей в диалоговой коммуникации в процессе профессионального становления и трудовой мобильности.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Безгребельная И.Ю. Женская безработица: Новые аспекты / И.Ю. Безгребельная, О. Кондратьева // Человек и труд. — 1995. — № 4. — С. 47–61.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М. : Academia, 2004. — 788 с.
3. Иванова Т.Н. Социально-трудовая мобильность современной молодежи: состояние и перспективы (региональная специфика): дисс. ... док-ра социол. наук: 22.00.03/ Т.Н. Иванова. — Саратов, 2011. — 428 с.
4. Иванова Т.Н. Социально-экономические аспекты профессиональных устремлений молодежи (на примере Тольяттинского государственного университета) / Т.Н. Иванова // Регионоведение. — 2010. — № 71. — С. 207–212.
5. Игошев Б.М. Организационно-педагогическая система подготовки профессионально мобильных специалистов в педагогическом университете / Б.М. Игошев. — М. : ВЛАДОС, 2008. — 201 с.
6. Интернет в России. Аналитический бюллетень демо. Вып. 51. Осень 2015 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://fom.ru/uploads/files/Бюллетень\\_Интернет\\_в\\_Россию\\_Выпуск\\_51\\_Осень\\_2015\\_-\\_демо.pdf](https://fom.ru/uploads/files/Бюллетень_Интернет_в_Россию_Выпуск_51_Осень_2015_-_демо.pdf) (дата обращения: 12.07.2015).
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М. : Гос. ун-т. Высш. шк. экономики, 2000. — 606 с.
8. Климова С.В. Модель труда информационного общества: проблема внедрения в современной России / С.В. Климова, Е.А. Бояринцев // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2012. — № 2. — С. 164–167.

9. Козырева П. М. Образование и трудоустройство: возможности и реальность / П.М. Козырева // Россия реформирующаяся. Вып. 13: Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. — М. : Новый хронограф, 2015. — С. 347– 370.

10. Меллер К. Путеводитель по социальным медиа / К. Меллер, М Стоун. — Вена: Представительство ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. — 176 с.

## REFERENCES

1. Bezgrebel'naia I.Iu., Kondrat'eva O. Female unemployment: New aspects. *Chelovek i trud = Person and work*, 1995, no. 4, pp. 47–61 (in Russian).

2. Bell D. *Griadushchee postindustrial'noe obshchestvo: opyt sotsial'nogo prognozirovaniia* [Future post-industrial society: experience of social forecasting]. Moscow, Academia Publ., 2004, 788 p.

3. Ivanova T.N. *Sotsial'no-trudovaia mobil'nost' sovremennoi molodezhi: sostoianie i perspektivy (regional'naia spetsifika): diss. ... dok-ra sotsiol. nauk: 22.00.03* [Social and labor mobility of modern youth: state and prospects (regional specifics): diss. doct. of sociological sciences]. Saratov, 2011, 428 p.

4. Ivanova T.N. Social and economic aspects of professional aspirations of youth (on the example of the Tolyatti state university). *Regionologiya = Regionology*, 2010, no. 71, pp. 207–212 (in Russian).

5. Igoshev B.M. *Organizatsionno-pedagogicheskaya sistema podgotovki professional'no mobil'nykh spetsialistov v pedagogicheskom universitete* [The organizational and pedagogical system of training of professionally mobile experts at the pedagogical university]. Moscow, VLADOS Publ., 2008, 201 p.

6. *Internet v Rossii. Analiticheskii biulleten' demo. Vyp. 51. Osen' 2015* (The Internet in Russia. Analytical bulletin of a demo. Issue 51. Fall of 2015). Available at: [https://fom.ru/uploads/files/Biulleten'\\_Internet\\_v\\_Rossiiu\\_Vypusk\\_51.\\_Osen'\\_2015\\_-\\_demo.pdf](https://fom.ru/uploads/files/Biulleten'_Internet_v_Rossiiu_Vypusk_51._Osen'_2015_-_demo.pdf) (accessed 12.07.2015).

7. Kastel's M., Shkaratan O.I. (ed.) *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [Information era: economy, society and culture]. Moscow, Gos. un-t. Vyssh. shk. Ekonomiki Publ., 2000, 606 p.

8. Klimova S.V., Boiarintsev E.A. Model of work of information society: an introduction problem in modern Russia. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta = Bulletin of Saratov Socio-Economic Institute*, 2012, no. 2, pp. 164–167 (in Russian).

9. Kozyreva P. M. *Obrazovanie i trudoustroistvo: vozmozhnosti i real'nost'* [Education and employment: opportunities and reality]. Rossiia reformiruiushchiasia. Vyp. 13: Ezhegodnik [Russia is reformed. Issue 13: Year-book]. Moscow, Novyi khronograf Publ., 2015, pp. 347– 370.

10. Meller K., Stoun M. *Putevoditel' po sotsial'nykh media* [Guide to social media]. Vienna, Predstavitel'stvo OBSE po voprosam svobody SMI Publ., 2013, 176 p.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Розенберг Наталья Владимировна — доктор философских наук, заведующий кафедрой коммуникационного менеджмента, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Российская Федерация, e-mail: [elya@sura.ru](mailto:elya@sura.ru).

## AUTHOR

Rozenberg Natalia Vladimirovna — Doctor of philosophy, Head of Communicational Management department, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, the Russian Federation, e-mail: [elya@sura.ru](mailto:elya@sura.ru).

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Розенберг Н.В. Влияние средств массовой коммуникации на социально-трудовую мобильность молодежи / Н.В. Розенберг // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». — 2015. — Т. 3, № 3 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru>.

#### **BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION**

Rozenberg N. B. The impact of mass communication on the socio-labor mobility of young people. *Electronic scientific journal «Science. Society. State»*, 2015, vol. 3, no. 3, <http://esj.pnzgu.ru> (In Russian).