

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ ПО СРЕДСТВАМ PR-ТЕХНОЛОГИЙ

Романова Арина Витальевна

студент, Московский государственный психолого-педагогический университет, РФ, г. Москва

В современном обществе существуют совершенно разные не связанные друг с другом понятия. Одно из которых Социальная позиция молодежи, а вторая PR-технологии, способные оказать влияние на формирование положительно направленной социальной позиции молодежи. Российском обществе рассматриваются проблемы молодежи, такие как пьянство, наркомания, девиантное поведение, безработица и др. Сюда можно добавить изменения в самом поведении общества. Молодёжь сегодня не готова что-то делать за общую идею, преобладает личная выгода и инфантильность. Эти факторы обусловлены сменой ориентиров. Семья уходит на второй, родители как формирующие социальное мнение больше не котируются, часто не имея авторитета у молодежи. Взрослое поколение воспринимается как - «ничего не смыслящее в сегодняшних реалиях», в такой ситуации молодежь находит себе авторитета среди сверстников. На ряду с этим важную роль играет и ценности: диктуемые обществом. Которые определяются только твоим желанием или не желанием и не предлагая молодежи моральных принципов, а скорее даже попытка их устранить. Проанализировав разные источники общения и интересов молодежи, легко сделать вывод что обществом диктуется позиция инфантильности. Реклама, ток- шоу, социальные сети: призывающие - «быть самим за себя», «и пусть весь мир подождёт», семья и друзья нужны на этапах развития как способы достижения определенных целей «использовав» их можно идти дальше, ничего и не кто не должен мешать на пути к мечте. Или другая позиция - «мне ничего не нужно» образное «сиду и жду, когда свалются все возможные блага» - при этом не пытаюсь ничего сделать. Например я заплатил за обучение и мне все должны, а я в свою очередь никаких усилий прилагать не должен я же плачу.

«Новая молодежь» склонна к проявлению инфантильных форм социального протеста: как и у подростков, протест становится своего рода формой самоутверждения, способом доказать себе собственную состоятельность в глазах сверстников. Подобное коллективное стремление поколения «детей» показать свою значимость в глазах «старших» (поскольку власть, на которую направляется протест, замещает символические фигуры родителей). При этом у «новой молодежи» отсутствует свойственный носителям советской ментальности страх перед властью. Напротив, демонстративная агрессивность сочетается с «соревновательным задором» и может превращаться в «протест ради протеста». Соответственно из конструктивного протеста, имеющего целью отстаивание реальных интересов, он может превращаться в демонстративный, декларативный протест (отдельные нашумевшие акции «синих ведерок») или даже приобретать черты антисоциального, «против всех», подросткового «бунта» (аналог пубертатного отклоняющегося поведения).

В современном обществе не редко встречается и безответственность, которая безусловно тоже является жизненной позицией и называется социальный инфантилизм, это осознанно выбранная модель поведения, характеризующаяся принципами - это все мое я ничего никому не должен, взять все и не отдавать ничего взамен.

Формирование Социальной позиции и социальной ответственности личности проходит три основных стадии:

- На первой стадии осуществляется социальная платформа действия, индивид ставится в определенные условия для выявления способности совершения поступка.

- На второй стадии создание ответственности как качества личности, должна быть связана с некой зрелостью человека, заложенные и усвоенные знания, принципы, убеждения, сложившееся представление об окружающем мире, объективная реальность самооценки и возможность самоконтроля.

- На третьей стадии происходит развитие социальной позиции и социальной ответственности на собственной, адекватной основе.

Социальное государство во многом зависит от социальной позиции человека, особенно если он занимает лидирующее положение в обществе и отвечает за реализацию задач и целей государства.

Безусловно, наши реалии таковы, что тенденцией российского социума в настоящее время является повышенная значимость постсоветского или «первого свободного» поколения – те, кто вырос сейчас и его мнение и опыт уже полностью существует в новой социальной действительности, современной России и живет настоящими сегодняшними реалиями. Согласно Закону "О молодежи" Обусловленный возрастной рост поколения идет вместе с изменением баланса политических сил в обществе – так как новое поколение, со своим взглядом и приоритетами, занимают значимые позиции в социально – политической сфере. Вместе с этим формируется гражданское общество. Отличиями же нового поколения в приоритетном, ценностном, личностном и коммуникативном подходе является:

1. Снижение авторитетности ТВ и официальных СМИ, так для представителей более старших поколений это и сейчас основной источник информации, но для молодежи это интернет, в котором данные воспринимаются как социальные медиа, с персональными сообщениями и создается впечатление диалога как передача информации от человека к человеку. Тут заложен огромный ресурс социальной организации, эффективный метод мотивации довольно большой аудитории.

2. Индивидуализм. Наше поколение больше сосредоточено на собственных, личных интересах и на себе. Советский коллективизм отходит в сторону. Практически невозможно настроить общество на отстаивание абстрактной идеи, поэтому часто бывает социально пассивное. Но если возникает личный интерес, то быстро способны самоорганизоваться и проявлять активность, даже в больших масштабах, так же и к протестной активности. Что в свою очередь отличается от присущих старшему поколению безынициативных форм социального протеста.

3. Особенная социальная инфантильность. Страх и не умение адаптироваться в сфере семейных отношений. При этом активно выстраивая карьеру, буди социально успешным и в материальном плане, часто случается что не умеют быть гибкими в поведении с близкими или окружающими, эгоцентричность. Желание, а скорее стереотип и стремление доказывать себе и всем окружающим свою успешность и состоятельность в жизни. Представители данной социальной группы могут называться «ответственным классом» но так же существует и вторая группа условно «безответственный класс» Различия в степени социальной приспособленности и гражданской активности. Несмотря это, глубинные проблемы и причины одинаковые у всех этих классов. Это типичная ситуация для всех развитых обществ начиная с 90-х годов – Инфантильность современной молодежи.

Обусловлена данная ситуация различными факторами –как рост уровня жизни, и увеличение качества образования и как следствие более долгий период экономической зависимости молодежи от родителей и так же продолжительное социальное и профессиональное самоутверждение. Тут нельзя не сказать про проблемы современной семьи. Проблемы или полное отсутствие эмоционального общения детей с родителями, загруженность информацией, виртуализация общения, коммуникаций, смещение или изменение жизненной ориентации и ценностей. Российская социальная реальность и инфантилизация современной молодежи создает в социальном плане «вечных подростков», как следствие несет социально – психологические изменения:

- Взрослые перестают быть авторитетом у молодежи, по причине восприятия отцовского жизненного опыта как отсталый устаревший и не актуальный в настоящее время.

- Замена авторитета на коллективный авторитет своих сверстников, желание быть такими же доверие информации от «своих» и быстрое ее распространение.

- Молодежь собирается в неформальные сообщества, чему способствует интернет, социальные сети или микроблоги. Такие группы могут выходить за рамки виртуальных сообществ и быть реальным социальным движением. Так же легко, быстро распространяется информация, это могут так же быть панические слухи или призывы к агрессивным действиям.

- Современная молодежь выбирает формой самовыражения протест. Причем с социальной точки зрения это «протест ради протеста» как «дети» когда хотят показать свою значимость «старшим» в данном случае власть играет роль символического родителя. При этом в отличие от советской молодежи, отсутствует страх перед властью. Возможность из протеста имеющего конкретную цель, например, отстаивание своих интересов перерасти в демонстративный (как акции синих ведерок) и даже может принять свойства антисоциального «против всех» бунта подростков.

У значительной части молодежи в такой среде легко могут отсутствовать политические убеждения, они используют акции протеста для сброса напряжения и разрядки эмоций, вызванной нагнетенной информацией или конфликтами.

Повлиять на сложившуюся ситуацию могут учебные учреждения, где молодёжь проводит большую часть своего времени, а не редко и после учебное время участвуя в досуговой деятельности учебного учреждения. Находясь в определенной социальной группе, складывается определённая позиция молодежи, которую можно при желании формировать и направлять. Большая часть молодежи безынициативна, им не хочется быть вовлеченными в жизнь учебного учреждения и это проблема которая требует решения. Учитывая возможности учебных заведений формирование социально положительной позиции молодежи оценивается с очень большой вероятностью положительного результата.

В связи с вышесказанным будет логично предположить возможности использовать PR-технологии. Само понятие PR - это связь с общественностью, достижения гармонии посредством взаимодействия, основанного на правде и полной информативности. Проще сделать выбор, когда информацию предоставляют сами учреждения, и за ней не нужно гоняться. Для этого и существует PR в образовании. С помощью PR в образовании достигается увеличение спроса на предоставляемые услуги. Поэтому информирование общественности о роде своей деятельности стало неотъемлемой частью работы образовательных учреждений.

С помощью PR-проекта, формируется общая картина, выглядящая как, скоординированные усилия, растянутые во времени, часто непрерывные, направленные на создание инновационных и долгосрочных целей. В условиях ограничения времени и ресурсов. Как и любой проект, PR- проект обладает общими признакам.

Отличием же являются цели проекта, самая значимая из которых – установление взаимовыгодных отношений со стратегически важными группами общественности.

Одно из направлений PR-технологий на сегодняшний день является социальные сети, которые выполняют одну из важнейших для социума функций – коммуникативную. Стремление к общению консолидирует широкую аудиторию на определённом ресурсе. В связи с большим объемом вовлеченных пользователей можно считать эту среду достаточно мощным инструментом для преследования интересов.

Список литературы:

1. Лисовский В.Т Эскиз к портрету: жизненные планы молодежи. М., Молодая Гвардия 2015г.
2. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; Пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.

