

СОЦИАЛЬНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ

УДК 316.77

DOI: 10.18384/2310-7227-2022-3-102-110

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Горбунов А. С.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Выявить непосредственную связь между социально-ответственной моделью деятельности современных средств массовой коммуникации и позитивной социализацией личности в информационном массовом обществе.

Процедура и методы. Методологией исследования выступает социально-философский анализ актуальных проблем современного общественного сознания, институциональных связей общества и обеспечения устойчивости социального бытия.

Результаты. Установлено возрастание значения социально-ответственной модели средств массовой коммуникации в современном обществе в связи с необходимостью осуществления позитивного типа социализации новых поколений. Представлены противоречия между некоторыми интересами медиа-сообщества и общественными интересами в целом, а также интересами социализируемой личности. Раскрывается усиливающееся влияние параметров масс-коммуникационного развития на процесс социализации личности, в связи с чем возникает понимание необходимости совершенствования такого инструментария саморегулирования деятельности средств массовой коммуникации, как этический кодекс журналиста, и дополнения его иными, в том числе правовыми, методами регулирования. Акцентируется внимание на новом типе социальной фрагментации: возникновение сообществ, связанных с блогосферой и деятельностью социальных сетей. Влияние подобных сообществ в ряде случаев может играть детерминирующую роль в ходе социализации индивида. Обоснована необходимость своевременного выявления и достижения необходимого уровня социальной ответственности СМК, обеспечивающего конструктивную социализацию, а также соответствующих усилий общества по поддержанию необходимого баланса между эффективностью и ответственностью в сфере массовой коммуникации.

Теоретическая и/или практическая значимость. Решение проблемы соответствия потребности общества в позитивной социализации индивида и деятельности средств массовой коммуникации обеспечит устойчивое развитие общества и личности в нём, что возможно исключительно в случае выбора социально-ответственной модели массово-коммуникационной среды.

Ключевые слова: журналист, коммуникационные технологии, личность, массовая коммуникация, образовательный процесс, общественные институты, общество, профессиональная этика, регулирование, свобода, социализация, социальная ответственность, социальные сети

SOCIALIZATION OF PERSONALITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE MEDIA

A. Gorbunov

Moscow Region State University

ul. Very Voloshinoy 24, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation

© СС ВУ Горбунов А. С., 2022.

Abstract

Aim. To identify the direct connection between the socially responsible positioning of modern mass media and the positive socialization of the individual in the mass information society.

Methodology. The methodological basis for the research is the socio-philosophical analysis of the urgent problems of modern social consciousness, the institutional ties of society and ensuring the sustainability of social life.

Results. The increasing importance of the socially responsible model of mass media in modern society is established in connection with the need to implement a positive type of socialization of new generations. The article presents contradictions between certain interests of the media community and public interests in general, as well as between the interests of the socialized individual. The increasing influence of parameters of mass-communication development process of socialization is revealed. In connection with this process there is awareness of the need to improve such tools of self-regulation of activity of mass media journalistic code of ethics, the professional community and its other supplements including legal methods of regulation. Attention is focused on a new type of social fragmentation: the emergence of communities associated with the blogosphere and social network activities. In some cases, the influence of these communities can play a determining role in the course of an individual's socialization. The necessity of timely detection and achieving the required level of social responsibility of the mass media is substantiated. This will provide constructive socialization, as well as the related efforts of society to maintain the desired balance between efficiency and responsibility in the field of mass communication.

Research implications. Solving the problem of matching the society's need for positive socialization of the individual and the activities of mass communication media will ensure the sustainable development of society and the individual in it, which is possible only if a socially responsible model of the mass communication environment is chosen.

Keywords: journalist, communication technologies, personality, mass communication, educational process, public institutions, society, professional ethics, regulation, freedom, socialization, social responsibility, social networks

Введение

Наступивший век характеризуется усложнением многих социальных процессов, среди которых – социализация личности, ставшая одной из наиболее актуальных тем социальной философии. Общественные институты сегодня во многом детерминированы массовой коммуникацией, что оказывает заметное влияние на ход и на формы социализации личности. По существу, полноценная социализация стала невозможной вне взаимодействия со средствами массовой коммуникации [2; 10; 18].

На социализацию как на многофакторный процесс становления и развития личности социально-философская мысль обращает своё внимание уже с конца XIX в. в лице таких исследователей, как Ф. Гиддингс [3], Э. Дюркгейм [4], Г. Тард [15]. В целом они стояли на позициях определяющей роли влияния социума и общественной жизни на процесс социализации.

Рассмотрение человека как субъекта социализации, появившееся в социопсихологических концепциях американских исследователей Ч. Х. Кули [5; 6] и Дж. Г. Мида [8; 9], внесло определённые коррективы в понимание вопроса. Эта позиция, будучи в свою очередь рассматриваемой в контексте осмысления тезисов гуманистической психологии, представленными А. Оллпортом [10], А. Маслоу [7] и К. Роджерсом [17], согласно которой субъект есть саморазвивающаяся система, результат самовоспитания, содержит в себе некоторые предпосылки для поиска оптимизации взаимодействия социализируемой личности и общества.

В информационном массовом обществе, где общение происходит в рамках новых каналов связи, детерминируемых системой средств массовой коммуникации, социализация стала общепризнанной и актуальной проблемой, на пути решения которой стоят многие трудности.

Одно из таких затруднений связано со спецификой взаимодействия человека и средств массовой коммуникации в современном обществе. Способ коммуникации в начальной социальной среде и степень коммуникации личности со всей социальной структурой, со всем богатством институтов социума во многом определены содержательной основой и особенностями функционирования средств массовой коммуникации. Это придаёт их влиянию детерминирующее значение.

В подобных условиях качественные показатели социализации личности становятся в определённую зависимость от степени добросовестности, транспарентности, соответствия морально-нравственному идеалу, проявляемым средствами массовой коммуникации. Разумеется, указанные характеристики не могут быть абстрактным, оторванным от какого-либо оценочного ряда медиа.

Проблематика, связанная с ответственностью медиасообщества и медиа-структур, становится актуальной по мере осмысления роста влияния стремительно развивающихся средств массовой коммуникации, когда исследователи стали задумываться не только об эффективности, но и об ответственности медиа, предпринимая попытки собственных подходов к пониманию и оценке деятельности средств массовой коммуникации.

В середине прошлого века в известной работе Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона «Четыре теории прессы» были даны признанные впоследствии классическими размышления на тему ответственности субъекта, производящего массовую информацию, перед её потребителем [14].

Наиболее соответствующей сложившемуся положению вещей выглядит либертарианская теория, где пресса рассматривается как институт, не зависимый от государства и от правительственного контроля. Предлагается также идея права масс-медиа контролировать само правительство, выступая в роли «четвертой

власти», независимой от трёх иных ветвей государственной структуры.

На возникающий вопрос о контроле за самой «четвёртой властью» и принципах, при помощи которых он мог бы производиться, ответом становится концепция, названная в работе Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона «теорией социальной ответственности прессы».

Владельцам и редакторам медиа, согласно этому взгляду, необходимо добровольно ограничить себя. И тут нет никакого парадокса: «взаимодополняемость свободы и ответственности предполагает их органическую взаимосвязь, а не взаимоисключительность» [14, с. 148].

Оценивая этот подход как возможную и необходимую часть регулирования деятельности медиасферы, следует признать, что она нуждается в дополнениях. Это обусловлено глубокой взаимосвязанностью параметров социализации личности и того, что являют собой современные средства массовой коммуникации, каковы последствия их деятельности, ведь именно успешность и спектр характеристик процесса социализации новых поколений определяют возможность воспроизводства полноценной личности, а, следовательно, и гармоничного, стабильного, содержащего потенциал развития общества.

Методологией исследования выступает социально-философский анализ актуальных проблем социальной реальности, выражающихся в ряде противоречий современного общественного развития, одним из которых становится такое развитие параметров изменяющегося социума, которое нередко оказывает негативное влияние на процессы социализации [1].

Внимание при этом акцентируется на специфике динамичного изменяющегося взаимодействия средств массовой коммуникации и личности, играющего важнейшую роль во всех без исключения социальных процессах, в том числе в процессе социализации личности. Социализация вбирает в себя потенциал противоречий, отражаемых масс-медиа: рациональности и нравственности, виртуальности и реаль-

ности, транснационального глобализма и национальных культур [2].

Вместе с тем предполагается определённая аксиологическая основа, без которой невозможно никакое полноценное рассмотрение проблемы¹.

Успешному осуществлению социализации в информационном массовом обществе соответствует исключительно такая деятельность средств массовой коммуникации, которая регулируется публичным способом. Во-первых, посредством этических кодексов. Во-вторых, при помощи правовой публичной процедуры при ограниченном общественном контроле и государственном вмешательстве.

В документе «Международные принципы журналистской этики» (Приняты под эгидой ЮНЕСКО на консультативной встрече международных и региональных организаций профессиональных журналистов в Париже 20 ноября 1983 г.) сказано: «Социальная ответственность журналиста требует, чтобы во всех обстоятельствах он действовал в соответствии со своим нравственным сознанием»².

Социализация в информационном массовом обществе

Один из подходов к пониманию социализации состоит в том, что социализация есть не что иное, как адаптация человека, чья позиция нейтральна, к обществу, которое, таким образом, формирует свою структурную единицу – социализированную личность. К идеологам такого подхода, который иногда называют субъект-объектным, относят Э. Дюркгейма и Т. Парсонса

В частности, Т. Парсонсом был произведён анализ общественной системы и системы личности [11, с. 104]. Процесс приспособления человека к социуму был назван

первичной функцией человеческого существа в социальной системе.

Вместе с тем возможно рассмотрение человека как субъекта социализации. Ч. Кули, автор теории «зеркального Я» и теории малых групп, считал, что индивидуальное «Я» приобретает социальное качество в межличностном общении внутри первичной группы (семьи, группы сверстников, соседской группы) [6, с. 115]. Джордж Герберт Мид в рамках символического интеракционизма определял «социального индивида» в качестве источника движения и развития общества. [8, с. 54].

В гуманистической психологии субъект – это самостоятельная и саморазвивающаяся система, продукт собственного самовоспитания [7, с. 211].

И всё же невозможно не признать, что при всей важности собственно личностных факторов процесс формирования личности зависит от сущностных характеристик социума. В информационном обществе подобной характеристикой стало участие человека в массовой коммуникации, детерминируемость его сознания информационными потоками, производимых средствами массовой коммуникации. Смартфон в руках ребёнка или подростка становится важнейшим средством получения информации. Кроме того, социальные сети, являясь подвидом массовой коммуникации, вместе с тем становятся той микро-социальной средой, где устанавливаются и поддерживаются связи на уровне первичной в плане общей социализации группы.

Медиация с более широким социальным контекстом часто происходит опосредованно, через новый тип межличностного общения, который определён социальной сетью. Данное общение неэквивалентно традиционному как по степени глубины и всесторонности, так и по характеру, поскольку социальная сеть предполагает информационный контекст, а также определённую стилистическую составляющую.

Вместе с тем самостановление, саморазвитие личности теперь затруднительно вне её вовлечения в масс-коммуникационный

¹ Международные принципы профессиональной этики журналиста [Электронный ресурс] // Правозащитный центр Всемирного Русского Народного Собора. URL: <http://www.pravovrns.ru/?p=721> (дата обращения: 26.01.2022).

² Там же.

обмен информацией. Здесь личность производит актуализацию своих базовых характеристик в соответствии с особенностями социальной среды.

Таким образом, обе стороны диалектического процесса социализации – и тот, где человек выступает субъектом социальных отношений, и тот, где в первую очередь он есть их объект – предполагают интенсивное взаимодействие со средствами массовой коммуникации, включение сознания в восприятие информационного потока и новые способы социальной реализации в информационном массовом обществе. Сказанное можно было бы рассматривать как уточнение определению, где говорится, что социализация есть «непрерывный процесс диалектического взаимодействия личности и социальной среды, в ходе которого осуществляется развитие и становление человека как объекта общественных отношений и как активного субъекта общественной деятельности, посредством выработки социально-необходимых знаний, умений и навыков, требуемых для выполнения различных социальных ролей и функций. Основным критерием успешной социализации является утверждение человека в качестве полноправного и полноценного члена общества, к которому он принадлежит через самореализацию личности с учётом её индивидуальных особенностей, внутренних интенций и потребностей» [13, с. 1283]. При этом сегодня уже первичная социализация порождает требующее понимания явление, связанное с фрагментацией общества на «сообщества», формируемые в том числе и посредством социальных сетей.

Подобный способ социализации вряд ли можно расценивать как надёжный путь к успешному включению в общество, т. к. чаще всего он носит односторонний характер и напрямую связан с опосредованным воздействием масс-коммуникационной среды.

В наиболее опасной ситуации возникает деструктивная социализация, когда развивающаяся личность становится объектом манипуляций, т. е. такого воздействия, когда содержание социализации будет на-

вязанным, отчуждённым. Здесь стоило бы упомянуть радикальные проявления сетевой «антисоциализации», которые смогли стать причиной многочисленных трагедий, связанных с детьми и подростками. К сожалению, известен ряд случаев, когда излишнее и бесконтрольное вовлечение в сетевую коммуникацию и социальные сети приводило к контакту ребёнка с теми сообществами, которые предлагали решение подростковых недоумений через суицид¹.

Очевидно, что тенденции развития информационного массового общества находятся в плане их воздействия на социализацию личности носят противоречивый характер. С одной стороны, значительно ускорен процесс получения человеком информации, что могло бы способствовать эффективному и быстрому включению человека в социальную жизнь. С другой стороны, содержательная основа масс-коммуникационного потока (где весомой частью контента являются тупиковые, деструктивные, асоциальные жизненные модели), а также злоупотребление характером новых способов первичной социализации могут стать причиной провала социализации в целом. Избежать этого возможно путём настройки системы средств массовой коммуникации как таких, которые выстраивают свою деятельность на основе модели социальной ответственности.

Социальная ответственность средств массовой коммуникации

Когда говорят о социальной ответственности медиа, нередко задаются вопросом её конкретизации. Действительно, перед кем и за что ответственны средства массовой коммуникации? К примеру, М. А. Федотов, дифференцируя потребителя массовой информации, предлагает различать ответственность её производителя перед обществом, своей аудиторией и профессиональным сообществом [16].

¹ Новые «Группы смерти» в интернете. «Синие киты» провоцируют детей на самоубийство // Комсомольская правда: [сайт]. URL: <http://www.kem.kp.ru/daily/26642.7/3660934> (дата обращения: 10.03.2021).

Однако, исходя из характера распространения и потребления массовой информации, стоит, как видится, рассматривать объектом, которому она предназначена, всё общество. И именно перед ним средства массовые коммуникации несут свою ответственность. При этом весьма заметной частью такой ответственности становится социализация личности, в которой современная массовая коммуникация принимает самое глубокое всестороннее участие.

Необходима конкретизация тех форм, в которых реализуется ответственность социализирующих средств массовой коммуникации. Эти формы представляют собой минимальный набор критериев, предъявляемых к информации, распространяемой масс-коммуникационными каналами.

Так, информация должна соответствовать фактам. Общеизвестно, что задачей средств массовой коммуникации является предоставление реципиенту подлинной информационной картины, осмысление которой становится одним из ведущих моментов социализации личности в современном обществе. Однако слишком часто осуществление названной задачи подменяется распространением сюжетов, чья направленность и тенденциозное содержание служит целям пропаганды, но не информирования. Вместо расширения знания об окружающем мире, о важнейших общественных процессах человек получает информационный контент, представляющий собой смесь действительных и срежиссированных «событий», предвзятых мнений, комментариев, псевдо-сенсационных происшествий.

Кроме того, получаемая информация должна быть не только достоверна, но и, если речь идёт об эффективной социализации, актуальна. Масс-медиа играют ключевую роль в обогащении сознания человека массового информационного общества актуальными смыслами, сведениями об актуальной событийной основе социальной жизни. Вне выполнения данного условия социализация может приобрести черты иллюзорности, погружения в «па-

раллельную реальность», либо приобщения к содержаниям субкультур (в том числе деструктивных), готовых предоставить собственный суррогат реальности. Доступ к достоверной и актуальной информации становится залогом своевременной и динамичной социализации, охватывающей большую часть поколенческого среза.

Заметим, что, сосредотачиваясь на целях политической или коммерческой рекламы, социологической пропаганды, масс-медиа нередко забывают об интересах личности, на которую направлены их усилия. О том, что, будучи погруженной в медийные представления о текущих реалиях, она теряет привязку к самим реалиям собственных установок, интересов и потребностей. Это становится ещё одной причиной ущербности социализации, когда она весьма приблизительно соответствует необходимым актуальным параметрам.

Информационное воздействие также не должно иметь деструктивного потенциала по отношению к личности, т. к. в этом случае говорить о социализации становится затруднительным. Информационное насилие, заключающееся в деструктивном воздействии средств массовой коммуникации на базовые составляющие личностного бытия, и полноценная, нормальная социализация личности – понятия взаимоисключающие.

Наконец, распространяемая медиа информация должна соответствовать определенному морально-нравственному критерию. Именно аксиологический подход к оценке деятельности средств массовой коммуникации приобретает сегодня всё большее значение. Говоря об аспекте социализации в контексте деятельности средств массовой коммуникации, невозможно высказать невозможно обойти вниманием тот ценностный ряд и то ценностное целеполагание, которые предлагает современная медиасреда.

Здесь мы сталкиваемся с конфликтом интересов, когда целеполагание большинства современных источников массовой информации и массовых коммуникационных систем, состоящее в получении макси-

мальной прибыли и работе на результат, диктуемый политическими и экономическими корпорациями, находится в противоречии с необходимостью реализации гуманистической, просветительской, социализирующей функцией масс-медиа.

Таким образом, всякий раз, когда средства массовой коммуникации призваны и должны вносить свой вклад в процесс позитивной социализации, возникает противоречие между идеалом их социально ответственного поведения и тем, как складывается реальная ситуация в медиасфере.

Заключение

Разрешение проблематики сложного соответствия социализации личности и средств массовой коммуникации имеет своим основанием обращение к этическим нормам, в ориентации на которые должны выстраивать свою деятельность современные медиа. Как представляется, это может быть отправным базисом, который мог бы быть укреплен за счёт перевода части морально-этической кодификации деятельности средств массовой коммуникации в правовую плоскость.

В медийном пространстве проявляет себя весьма далёкое от социально-ответственного, по существу, асоциальное информационное поведение, несущее угрозу общественному сознанию, деформирующее процессы социализации.

К примеру, некая участница социальных сетей, относимая к журналистскому сообществу, колумнист многих изданий, открыто выражала радость перед аудиторией гибели тележурналистов (коллег) в авиакатастрофе. По той причине, что те сотрудничали на телеканале, публиковавшим критические материалы о ней и политически ей чуждом¹. Общество поставлено перед непростым вопросом увязывания свободы средств массовой коммуникации и их социальной ответственности, необходимости их участия позитивной социализации, когда возникает запрос на правовое регулирование явлений, несущих угрозу фундаментальным ценностям и целостности социального пространства [12].

Средства массовой коммуникации, снимающие с себя социальную ответственность, а, следовательно, и консолидированную ответственность за ход процесса социализации, по существу, становятся на позицию деструктивных по отношению к обществу акторов.

Корректировка подобной позиции возможна как в сфере общественного, так и ограниченного принципом свободы слова правового регулирования, нуждающегося в актуализации и уточнении, требующего тщательного анализа со стороны профессионального сообщества и открытого общественного обсуждения.

Статья поступила в редакцию 08.06.2022.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беркут В. П. Социально-философский анализ в методологии научного познания // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2016. № 1. С. 14–23.
2. Бондарева Я. В. Мировоззренческие основы научного познания // Молодой исследователь: вызовы, поиски и перспективы развития российского образования: сборник материалов XX Международной научно-практической конференции аспирантов и молодых исследователей, г. Москва, 04 апреля 2017 г. М.: Академия повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования, 2017. С. 22–28.
3. Гиддингс Ф. Г. Основания социологии / пер. Н. Н. Спиридонов. М.: URSS, 2015. 432 с.
4. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / пер. А. Б. Гофмана. М.: Юрайт, 2019. 309 с.
5. Кули Ч. Избранное: сборник переводов / отв. ред. Д. В. Ефременко. М.: ИНИОН РАН, 2019. 234 с.

¹ Божена Рынска поглумилась над корреспондентами, погибшими при крушении TU-154 // Комсомольская правда: [сайт]. URL: <http://www.kp.ru/daily/26624.7/3641866> (дата обращения 26.01.2017).

6. Кули Ч. Х. Социальная самость / пер. Т. Новиковой // Американская социологическая мысль. Тексты / под ред. В. И. Добренькова. М.: МГУ, 1994. С. 222–224.
7. Маслоу А. Мотивация и личность / пер. А. М. Татлыбаевой. СПб.: Евразия, 1999. 408 с.
8. Мид Дж. Азия // Американская социологическая мысль. Тексты / пер. с англ.; под ред. В. И. Добренькова. М.: МГУ, 1994. С. 225–234.
9. Мид Дж. Г. Избранное: сборник переводов / пер. В. Г. Николаева. М.: ИНИОН, 2009. 290 с.
10. Олпорт Г. Становление личности: избранные труды / пер. Д. А. Леонтьева, Л. В. Трубицыной. М.: Смысл, 2002. 462 с.
11. Парсонс Т. О социальных системах / пер. с англ.; под ред. В. Ф. Чесноковой, С. А. Белановского. М.: Академический проект, 2002. 691 с.
12. Прохоров Е. П. Журналист в демократическом обществе: творческая свобода и социальная ответственность // Социальная ответственность журналиста: опыт современного прочтения проблемы: в 2 ч. Ч. 1. Межпрофессиональная экспертиза концепта и контекста. М.: Стратегия, 2003. С. 145–166.
13. Ростовцева М. В., Машанов А. А., Хохрина З. В. Социально-философские проблемы социализации личности в условиях информатизации современного общества // Фундаментальные исследования. 2013. № 6–5. С. 1282–1286.
14. Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Вагриус, 1998. 223 с.
15. Тард Г. Монадология и социология / пер. А. Шестаковой. Пермь: Гиле Пресс, 2016. 124 с.
16. Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: Международные отношения, 2002. 624 с.
17. Rogers C. R. On Becoming a Person. Boston: Houghton Mifflin, 1961. 420 p.
18. Yilmaz O., Saribay A. Activating Analytic Thinking Enhances the Value Given to Individualizing Moral Foundations // Cognition. 2017. Vol. 165. P. 88–96.

REFERENCES

1. Berkut V. P. [Social and Philosophical Analysis in the Methodology of Scientific Knowledge]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Philosophy], 2016, no. 1, pp. 14–23.
2. Bondareva Ya. V. [Worldview Foundations of Scientific Knowledge]. In: *Molodoy issledovatel': vyzovy, poiski i perspektivy razvitiya rossijskogo obrazovaniya: sbornik materialov XX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii aspirantov i molodyh issledovatelej, g. Moskva, 04 aprelya 2017 g.* [Young Researcher: Challenges, Searches and Prospects for the Development of Russian Education: Collection of Materials of the XX International Scientific and Practical Conference of Graduate Students and Young Researchers, Moscow, April 04, 2017]. Moscow, Academy of improvement qualifications and professional retraining of educators Publ., 2017, pp. 22–28.
3. Giddings F. H. The Principles of Sociology: An Analysis of the Phenomena of Association and of Social Organization (Rus. ed.: Spiridonov N. N., transl. *Osnovaniya sociologii*. Moscow, URSS Publ., 2015. 432 p.).
4. Durkheim E. The Sociological Method: Society and the Study of Social Facts (Rus. ed.: Gofman A. B., transl. *Sociologiya. Eyo predmet, metod, prednaznachenie*. Moscow, Yurajt Publ., 2019. 309 p.).
5. Cooley Ch. Collection of Works (Rus. ed.: Efremenko D. V., ed. *Izbrannoe: sbornik perevodov*. Moscow, INION RAN Publ., 2019. 234 p.).
6. Cooley Ch. Social Self (Rus. ed.: Novikova T., transl. *Social'naya samost'*. In: Dobren'kov V. I., ed. *Amerikanskaya sociologicheskaya mysl'. Teksty* [American Sociological Thought. Texts]. Moscow, Moscow State University Publ., 1994. P. 222–224).
7. Maslow A. Motivation and Personality (Rus. ed.: Tatlybaeva A. M., transl. *Motivaciya i lichnost'*. St. Petersburg, Evraziya Publ., 1999. 408 p.).
8. Mead G. H. Asia (Rus. ed.: Aziya. In: Dobren'kov V. I., ed. *Amerikanskaya sociologicheskaya mysl'. Teksty* [American Sociological Thought. Texts]. Moscow, Moscow State University Publ., 1994. P. 225–234).
9. Mead G. H. Collected Works (Rus. ed.: Nikolaeva V. G., transl. *Izbrannoe: sbornik perevodov*. Moscow, INION Publ., 2009. 290 p.).
10. Allport G. Collected Works (Rus. ed.: Leonteva D. A., Trubicynoj L. V., transl. *Stanovlenie lichnosti: izbrannye trudy*. Moscow, Smysl Publ., 2002. 462 p.).

11. Parsons T. Social Systems (Rus. ed.: Chesnokova V. F., Belanovsky S. A., eds. *O social'nyh sistemah*. Moscow, Akademicheskij proekt Publ., 2002. 691 p.).
12. Prohorov E. P. [The Journalist in a Democratic Society: Creative Freedom and Social Responsibility]. In: *Social'naya otvetstvennost' zhurnalista: opyt sovremennogo prochteniya problemy. Ch. 1. Mezhproufessional'naya ekspertiza koncepta i konteksta* [Social Responsibility of the Journalist: Experience of Modern Reading of the Problems. Pt. 1. Interprofessional Examination of the Concept and Context]. Moscow, Strategiya Publ., 2003, pp. 145–166.
13. Rostovceva M. V., Mashanov A. A., Hohrina Z. V. [Socio-philosophical Problems of Personality Socialization in the Conditions of Informatization of Modern Society]. In: *Fundamental'nye issledovaniya* [Fundamental Research], 2013, no. 6–5, pp. 1282–1286.
14. Siebert F. S., Schramm W., Peterson T. Four Theories of the Press (Rus. ed.: Zasursky Ya. N., ed. *Chetyre teorii pressy*. Moscow, Vagrius Publ., 1998. 223 p.).
15. Tarde G. Monadology and Sociology (Rus. ed.: Shestakova A., transl. *Monadologiya i sociologiya*. Perm, Gile Press, 2016. 124 p.).
16. Fedotov M. A. *Pravo massovoj informacii v Rossijskoj Federacii* [The Right of Mass Information in the Russian Federation]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 2002. 624 p.).
17. Rogers C. R. On Becoming a Person. Boston, Houghton Mifflin, 1961. 420 p.
18. Yilmaz O., Saribay A. Activating Analytic Thinking Enhances the Value Given to Individualizing Moral Foundations. In: *Cognition*, 2017, vol. 165, pp. 88–96.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Горбунов Александр Сергеевич – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии Московского государственного областного университета;
e-mail: gorbunoff@list.ru

INFORMATION ABOUT AUTHOR

Alexander S. Gorbunov – Cand. Sci. (Philosophy), Assoc. Prof., Assoc. Prof., Moscow Region State University;
e-mail: gorbunoff@list.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Горбунов А. С. Социализация личности и социальная ответственность средств массовой коммуникации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2022. № 3. С. 102–110.
DOI: 10.18384/2310-7227-2022-3-102-110

FOR CITATION

Gorbunov A. S. Socialization of Personality and Social Responsibility of the Media. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2022, no. 3, pp. 102–110.
DOI: 10.18384/2310-7227-2022-3-102-110