

Секция «Журналистика»

Молодежные ценности в телевизионном дискурсе

Овдина Александра Евгеньевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: alexandra_ovdina@mail.ru

Термин «ценность» часто используется в философии и социологии «для указания на человеческое, социальное и культурное значение определенных объектов и явлений, отсылающий к миру должного, целевого, смысловому основанию» [2]. Ценности – это общие и главные представления людей о целях и способах их достижения.

В настоящее время главный ценностный вектор для молодого поколения - это ориентация на успех. Культ «американской мечты» широко распространен среди молодежи. Остальные ценности (желание получить/заработать как можно больше денег, счастливая семейная жизнь, любовь, интересная работа, хорошее образование, здоровье и здоровый образ жизни и т.д.) являются своеобразными составляющими главной цели жизни для молодых. Кроме того, как особо отмечает образованная часть молодежной аудитории, к ним относятся неприкосновенность частной жизни и жилища, право на информацию [1].

Безусловно, что на формирование взглядов у молодых людей, в первую очередь, влияет семья и ближайшее окружение. Однако неоспоримо, что жизненные идеалы и мировоззрение строятся и развиваются во многом благодаря самому массовому медиа – телевидению. По данным исследований Аналитического центра «Видео Интернешнл» «Телевидение глазами телезрителей», прежде всего молодые люди отдают предпочтение отечественным и зарубежным фильмам и сериалам, юмористическим, развлекательным и спортивным программам [3]. На экранах телевизоров показывается успешная жизнь, на которую с удовольствием смотрит и ровняется молодое поколение. Этот эталон воздействует на поведение молодежи, становится стимулом для действий, меняет характер общения этой возрастной группы с миром.

Главное молодежное стремление, которое пропагандируется на телевидении, способствует активной социализации личности и адаптации к взрослой жизни.

Литература

1. Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зорская Н.А. Молодежь России. М., 2011. С. 92
2. Социологический словарь: <http://www.slovari-online.ru/word/социологический-словарь/це>
3. Телевидение глазами телезрителей. Социологическое исследование Аналитического центра «Видео Интернешнл». М., 2007. С.52

Слова благодарности

Автор выражает благодарность за помощь в подготовке данной работы научному руководителю - доктору социологических наук, профессору Виктору Петровичу Коломиецу