

**Влияние печатных СМИ на формирование ценностных ориентаций
молодежи в СССР и современной России**

Трикозова Таисия Викторовна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Социологический факультет, Москва, Россия*

E-mail: taechka_2511@mail.ru

Ведущие социальные группы современной России, которым предстоит формировать будущее страны и народа в XXI веке – дети и молодежь. Именно от их интеллектуального, морального, физического состояния будет зависеть, войдет ли наше государство в число ведущих мировых лидеров, сможет ли конструктивно завершить начатые преобразования.

На сегодняшний день широкое распространение получили информационно-коммуникационные технологии, которые непосредственным образом оказывают большое влияние на политическую, экономическую, социальную сферы общества, затрагивая каждого человека. Находясь в перекрестье информационных потоков, молодежь чутко реагирует на посылы СМИ, впитывая диктуемые ими нормы и образцы поведения и деятельности, выстраивая приоритеты своей жизни.

Целью данного исследования являлось выявление ценностей и ценностных ориентаций, пропагандируемых в современных российских печатных СМИ, а так же сравнение с ними контента печатной периодики в СССР.

Под ценностными ориентациями мы понимаем индивидуальное отношение к общепринятым убеждениям относительно целей, идеалов, норм поведения, к которым должна стремиться каждая личность, и средств их достижения, опираясь на которую индивид (группа) воспринимают жизненные ситуации, планируют и выбирают соответствующий образ действия.

В данном исследовании мы проанализировали тексты десяти молодежных советских и российских журналов («Огонек», «Парус», «Пионер», «Костер», «Студенческий меридиан», «Cosmopolitan», «Лиза Girl», «Oops», «Elle girl», «Yes!») по девяти категориям анализа (классификация ценностей). Если сравнить частоту употребления в тексте единиц анализа по каждой категории, то можно заключить, что советские и современные молодежные журналы пропагандируют: эстетические ценности 46% от всего контента в советское время и 35 % в современной России; семейно-родственные ценности по 18%; политические ценности 15 % в СССР и 8% в России; политические 15% и 8% соответственно. Стоит отметить, что пропаганде религиозных и мировоззренческих ценностей уделяется наименьшее значение.

Выявление ценностных ориентаций современной молодежи позволит получить наиболее полную оценку её мировоззренческих взглядов, что позволит спрогнозировать тенденцию к формированию общества. Исходя из результатов исследования мы делаем вывод о том, что, как и в советское время, современные журналы пропагандируют эстетические и семейно-родственные ценности, что должно весьма благоприятно сказываться на развитии современной молодежи. Это исследование имеет практическую

значимость для эффективности разрабатываемых мероприятий в области образования, в сфере труда и занятости, демографической и политической сферах общества.

Литература

1. Байцаев Т.Т. «Молодежь в социальном пространстве современного российского общества.» Диссертационная работа.
2. Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. «Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации» // Журнал «Социологические исследования», 1, 2002
3. Попов В.А. Кондратьева О.Ю. «Изменение мотивационно-ценностных ориентаций учащейся молодежи» // Социол.исслед. 1999.
4. Социальный портрет молодежи Российской Федерации. Аналитический доклад. Монография.
5. Чередниченко Г. А. «Молодежь России: социальные ориентации и жизненные пути (опыт социологического исследования)»
6. Шакеева, Ч.А. «Ценностные ориентации и самочувствие молодежи в новых общественно-экономических условиях».