Влияние средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций современной молодёжи г. Ижевска

*Иванова Валерия Владиславовна*

Студентка

Удмуртский государственный университет,

Институт социальных коммуникаций, Ижевск, Россия

E–mail: leraivaanovaa@mail.ru

Современная Россия в настоящее время переживает трансформацию социальной, культурной и информационной жизни. Глобализация приносит перемены, под ее влиянием возникают новые ценности и приоритеты, меняются стандарты поведения. Молодёжь, как наиболее подвижная часть общества, наиболее ярко реагирует на все происходящие изменения [2].

Безусловно, справедливо высказывание о том, что общество формирует человека, и самым мощным инструментом в руках общества в наши дни стали средства массовой информации. В таких условиях вопрос качества СМИ стоит очень остро. Представители молодого поколения жадно впитывают все, что преподносится им в Интернете, на экранах телевизора или в газетах.

В целях выявления особенности воздействия СМИ на формирование ценностных ориентаций было проведено социологическое исследование, объектом которого выступили молодые люди г. Ижевска в возрасте от 14 до 25 лет. Среди опрошенных большинство составили молодые люди в возрасте 18-22 лет (46,7%); 26,7% - молодёжь в возрасте 23-25 лет и 14-17 лет. По половому критерию процентное соотношение распределилось следующим образом: 60% - женский пол; 40 % - мужской пол.

В ходе исследования было выявлено, что ведущую роль в формировании мировоззрения молодого поколения играет семья и СМИ. На вопрос «Что, по Вашему мнению, оказало основное влияние на формирование Ваших ценностных ориентаций?» 66,7 % респондентов выбрали ответ «Семья»; 20% выбрали «Средства массовой информации». По 6,7% набрали ответы «Учебное заведение» и «Друзья и знакомые».

На следующий вопрос: «Считаете ли Вы правильным, что СМИ иногда «навязывают» людям свою точку зрения?» были получены следующие результаты. 73,3 % респондентов выбрали вариант «Нет, у каждого должно быть собственное мнение». Вариант «Все зависит от ситуации» выбрали 20 % опрошенных. Так же 6,7% респондентов отметили «Да, иногда это необходимо». Далее следовал вопрос: «Как Вы считаете, оказывают ли СМИ влияние на формирование ценностных ориентаций молодёжи?». 80 % респондентов выбрали вариант «Да». 13,3 % опрошенных ответили «Затрудняюсь ответить». Остальные 6,7 % отметили вариант «Нет».

На вопрос «Как СМИ влияют на формирование ценностных ориентаций молодёжи?» 50 % опрошенных ответили «Негативно». Варианты ответов «Положительно» и «Нейтрально» набрали по 0% всех респондентов.

Говоря о качестве информации, стоит отметить, что уровень подачи информации СМИ высокий на сегодняшний день считают 10% опрошенных, 47% считают его достаточным, а 43% - низким. При этом качество молодёжных СМИ удовлетворительным считают 35% респондентов, а 57% - и вовсе низким. Как высокое его оценивают лишь 8% молодых людей. На вопрос об основных недостатках современных СМИ, респонденты самым главным недостатком определили избыток рекламы (39%), 35% респондентов указали на недостоверность, как основной недостаток СМИ, 19% назвали не профессионализм, а 5% - отсутствие нужной информации.

На вопрос «Что из перечисленного на сегодняшний день для Вас наиболее важно?» большинство опрошенных ответили «Семья». 53,3 % респондентов выбрали ответ «Хорошая физическая форма, самочувствие». 46,7 % отметили варианты ответа «Свобода, независимость», «Творчество, увлечения» и «Интересная работа и профессиональное развитие». 40% набрал вариант ответа «Общение с друзьями, знакомыми», 33,3%- «Материальное благополучие», 26,7%- «Любовь, романтические отношения», «Самореализация, развитие». Ответы «Карьера, продвижение по службе», «Общественное признание, популярность», «Благо общества» не набрали ни одного процента от всех опрошенных.

Исследование показало и подтвердило, что влияния современных средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций подрастающего поколения значительно. А по мнению многих современных исследователей рост агрессии среди подрастающего поколения, трансформация традиционных общечеловеческих ценностей в сторону материальных, отсутствие нравственных ориентиров у молодёжи, духовных лидеров - все это следствие влияния средств массовой информации [4].

Что же необходимо сделать для того, чтобы средства массовой информации оказывали позитивное воздействие на молодёжь? Прежде всего, необходимо обеспечить контроль за деятельностью СМИ. Необходимо создать такой "фильтр", который не позволит некачественной продукции выйти на информационный рынок [5].

Сегодня в СМИ, ориентированных непосредственно на молодёжь, отчетливо прослеживается тенденция к сокращению доли программ, освещающих молодёжные проблемы. СМИ стали не столько средством получения новостей, сколько мощной индустрией развлечений. «Такие важные компоненты механизма преемственности, как образование и воспитание, в последнее время заметно вытесняются в системе социализации молодежи институтами и ценностями культуры массового общества», - отмечает О. И. Карпухин [1].

Одним из методов противодействия потоку насилия, жестокости и разврата, исходящему с экранов телевизоров и некоторых интернет-сайтов, является медиаобразование. Задача медиаобразования - подготовить молодых людей к жизни в информационном обществе, научиться воспринимать информацию, выбирать лучшее для себя и понимать последствия ее воздействия на психику [3].

По мнению автора, проведённого и описанного исследования, для решения проблемы влияния средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций современной молодёжи г. Ижевска возможно предложить следующее: необходимо, чтобы современная молодёжь воспринималась не только как потребитель, но и как участник (социального, экономического, политического и культурного сообщества), за счёт активного включения её в формировании самой информации, ориентированной на восприятие подрастающего поколения, активного участия в распространении информации через эффективные коммуникативные каналы, при методическом и организационном сопровождении специалистов различного уровня (педагогов, специалистов по медиакоммуникациям и др.) в рамках, например, вовлечения и участия молодёжи в проекты по медиаграмотности различных уровней.

**Литература**

1. Карпухин О. И. Указ. соч. С. 54.
2. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман // Отечественные записки. 2008, № 4.
3. Медиаобразование: опыт и перспективы. Материалы секции «Медиаобразование» XXV Всероссийской научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Проблемы массовой коммуникации». Воронеж. 13-14 мая 2016 г. Вып. 1 / Под ред. В. В. Тулупова. Воронеж: Кварта. 2016.
4. Петченко, Т.С. Роль средства массовой информации в формировании ценностных ориентаций современной российской молодежи: автореф. дис….кан. пед. наук: 13.00.01 / Т.С. Петченко; Ставр. гос. ун-т. - Ставрополь, 2007.
5. Шерковин, Ю.А. Проблема ценностных ориентаций и массовые информационные процессы / Психол. журн. 1992. Т. 3. №5.