

Молодежные телепередачи и их роль в процессе социализации молодежи

Токарева Анастасия Олеговна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия

E-mail: nastyatokareva23032004@mail.ru

В социологической науке под молодёжными телепередачами понимаются программы, в основном публицистического характера, направленные на молодёжь и подростков [1]. СМИ и телевидение, в частности, до сих пор являются формирующим механизмом социальных связей; первоисточником установок и норм «созревающей» личности молодого индивида. Процесс цифровизации медиа-пространства значительно влияет на сознание современного общества.

В современной науке выделяют следующие виды телепередач:

новости, художественные фильмы, развлекательные программы (юмористические, мультфильмы и т.д.), документальные фильмы, телесериалы, спортивные программы, общественно-политические, программы, реалити-шоу, образовательные программы [2].

С целью определения роли молодёжных телепередач в формировании и развитии ценностей и образцов поведения молодёжи г. Ульяновска было проведено социологическое исследование с помощью метода анкетного опроса. Выборочная совокупность исследования составила 113 представителей молодёжи, проживающих на территории Ульяновска. В рамках исследования были использованы системы терминальных и инструментальных ценностей Милтона Рокича, благодаря которым определялись транслируемые молодёжными телепередачами ценности. Ценность – это компонент социальной системы, наделяемый особым значением в индивидуальном или общественном сознании [3].

По результатам исследования выяснилось, что 27% опрошенных смотрит телевизор не реже, чем несколько раз в неделю, но из них лишь 8% делает это каждый день. Практически половина опрошенных, а именно 45%, смотрят телевизор редко – несколько раз в месяц.

Наиболее востребованными телеканалами, по мнению Ульяновской молодёжи, оказались телеканалы СТС и ТНТ, носящие преимущественно развлекательный характер. Следовательно, можно сделать вывод о том, что молодёжь, в большинстве своём, смотрит телевизор преимущественно с целью развлечения. Самой распространённой причиной просмотра телевизора стало желание расслабиться, отдохнуть, приятно провести время (74%) которая нацелена на выполнение культурно-рекреативной функции телевидения.

Интересно было узнать, перенимают ли молодёжь образцы поведения при просмотре телепередач. Однаковое число респондентов отметили, что от случая к случаю используют шутки, манеры поведения, заимствованные из телепередач, и, что практически не используют их в своей жизни (35%). Лишь 5 % отметили, что используют их регулярно, на постоянной основе. Не перенимают образцы поведения вообще, на свой взгляд, 24% опрошенных.

Необходимо разобраться, какие ценности транслируют данные телепередачи (по Рокичу). Например, телепередачи о семейной жизни: «Мама в 16», «Воронины», они несут в себе терминальные ценности: счастливая семейная жизнь, любовь; а также инструментальные ценности: умение любить и ответственность. В свою очередь, новостные телепередачи, такие как «Следствие вели», «Соловьёв Live», «Новости» транслируют терминальную ценность познание; и инструментальные ценности – ответственность, широта взглядов, терпимость.

Большинство респондентов отметили, что информация на телевидении довольно часто вызывает у них недоверие и сомнения (51%). Это были молодые люди, которые узнают о событиях в стране и за рубежом преимущественно на телеканалах «Первый канал» и «Россия 1», с целью получить новую информацию, но не проявляют к ней доверия.

Большая часть респондентов (39%) отмечают, что за последние два – три года качество отечественного телевидения изменилось к худшему: стало много фейковой информации, неактуального контента, много пропаганды. Оказалось, что эта часть участников опроса преимущественно редко смотрит телевизор, что объясняется мнением респондентов об ухудшении качества телепередач. Лишь 22% опрошенных считают, что стала транслироваться более понятная и правдивая информация, выпускаться интересный контент, а также улучшилось качество изображения. Ровно такое же число респондентов отметили, что они не смотрят отечественные телепередачи. И 17% участников опроса считают, что ничего в качестве отечественного телевидения не изменилось.

Важно было узнать мнение молодёжи о том, допустимо ли для них отказ от телевидения в пользу других источников информации и развлечения. Абсолютное большинство отметили, что допускают отказ от телевизора (77%). И лишь 4 % исключают такую возможность.

В заключение можно сделать вывод о том, что телепередачи в любом случае влияют на социализацию молодёжи. По результатам исследования видна взаимосвязь между просмотром молодёжью телепередач и заимствованием образцов и манер поведения. Также заметно, что телепередачи формируют недоверие к информации, что непременно оказывает влияние на процесс социализации молодёжи. Также, среди телеканалов самыми популярными оказались ТНТ и СТС. Следовательно, молодёжь, в большинстве своём, смотрит телевизор преимущественно с целью развлечения.

Источники и литература

- 1) 1. Гришина, А. О., Телевидение как институт культурной социализации молодежи / А.О. Гришина // Горизонты гуманитарного знания. – 2021. - № 3. - С. 51–58.
- 2) 2. Синенко, П. Д., Бакеева, Д.А., Влияние современных российских телевизионных передач на молодёжь (по материалам федеральных СМИ) / П.Д. Синенко, Д.А. Бакеева // Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2021. - №2 (40). – С. 25-39.
- 3) 3. Энциклопедический социологический словарь. Под ред. Осипова Г.В. - 2010. - с. 608.