

Особенности и характеристики значимости современных средств массовой информации в формировании жизненных планов студенческой молодежи

В статье раскрыты особенности и характеристики значимости современных средств массовой информации в формировании жизненных планов студенческой молодежи. Рассмотрены основные результаты исследований таких проблем, как: степень доверия молодежи к СМИ, частота потребления молодежной аудиторией информации, предоставляемой масс-медиа. Описано отношение целевой аудитории к сценам насилия в СМИ и влияние непосредственно медийной продукции на молодежь.

Ключевые слова: студенческая молодежь, жизненные планы, средства массовой информации, доверие, потребление, влияние.

Isaeva Ekaterina,

Candidate of Sociology, PhD

*department of sociology and juvenile politics,
Orel State University named after I.S. Turgenev*

Features and characteristics of the importance of modern mass media in formation of vital plans student's youth

In article features and characteristics of the importance of modern mass media in formation of vital plans of student's youth are unveiled. The main results of researches of such problems as are considered: degree of trust of youth to mass media, consumption frequency youth audience of information provided to mass media. The relation of target audience to violence scenes in mass media and influence of directly media production on youth is described.

Keywords: student's youth, vital plans, mass media, trust, consumption, influence.

Значение средств массовой информации (далее СМИ) в жизни современного общества трудно переоценить. Они прочно обосновались в повседневности. Человеку трудно представить свое существование без них. Люди стали считать обыденным просмотр новостей по любимому телеканалу, сайту, прослушивание прогноза погоды по радио. Интенсивное развитие информационных технологий, начавшееся в середине XX в., положило начало для формирования общества совершенно нового типа – информационного. СМИ занимают особое место в развитии общества, которое обусловлено

характерным для них способом воздействия на человека, начинающимся в самом раннем возрасте и продолжающимся всю жизнь.

Изучению проблем влияния СМИ посвящено большое количество как публицистической, так и научной литературы, причем исследование данного вопроса ведется на междисциплинарном уровне. Хотя своего апогея постижение данного феномена достигло именно в эпоху глобализации и информатизации, когда СМИ по праву называют «четвертой властью», дискуссии на тему значения средств массовой коммуникации велись уже в середине прошлого столетия, когда и были заложены теоретические основы учения о массовой коммуникации и информации. В целом, тема влияния СМИ на различные стороны жизни общества достаточно широко представлена как в прикладных, так и в фундаментальных трудах. К исследованию СМИ как определенного фактора, способного оказать влияние на массы, впервые обратились западные ученые, классики социологической мысли: Р. Барт [2, с. 122], П. Бергер и Т. Лукман [3, с. 254], П. Лазарсфельд [15, с. 68-116], Н. Луман [18, с. 198], М. Маклюэн [19, с. 361], Г. Маркузе [20, с. 104], А. Моль [21, с. 355], Г. Шиллер [26, с. 266], Ю. Хабермас [25, с. 158], Ж. Эллюль [27, с. 6].

СМИ играют важную роль в построении субъективной картины окружающего мира современной молодежи, в частности, социальной действительности в различных аспектах, т.е. участвуют в формировании мировоззрения в целом. Изучением различных аспектов влияния СМИ на молодежь и студенчество наиболее плодотворно занимались такие ученые, как: Ю.А. Зубок и В.И. Чупров [10, с.334], А.И. Ковалева [11, с.23], С.В. Кузина [14, 34], Е. Омельченко [22, с. 546], А.В. Сафарян [23, с.14], И.В. Юдин [28, с. 31] и др.

При этом исследователи в целом соглашались с тем, что СМИ становятся значимым агентом социализации молодежи в российском обществе, расширяя институциональное пространство, что, в свою очередь, формирует потребность в более пристальном внимании к анализу влияния СМИ на сознание и поведение молодого поколения. Большинство исследователей также отмечают негативный характер воздействия СМИ на молодежь, как в духовном, так и физическом аспектах. Однако ученые объективно оценивают и позитивные моменты информационно-технологического воздействия на подрастающее поколение. Отмечают расширение возможностей коммуникативного характера в создающемся информационном пространстве современного мира. Но таких исследователей гораздо меньше, чем тех, кто указывает на негативные факторы.

Анализ связей жизненных планов студенческой молодежи с влиянием СМИ представлен исследованиями отечественных и зарубежных авторов: Д.Л. Константиновского [12, с. 329], К.Б. Ахама [1, с.315-333], И.А. Васильева [4, с. 400-412]. Вопросы, касающиеся молодежи, студенческой молодежи, как социальных феноменов, их социализации и формирования жизненных планов, стратегий, ценностных ориентаций были изучены в трудах Л.С. Выготского [5, с. 357], Э.Н. Гусинского и Ю.А. Турчанинова [8, с. 200], Я. Корчака [13, с. 199],

А.Н. Леонтьева [16, с. 204], Д.И. Фельдштейна [24, с. 401], В.А. Ясвина [29, с. 334], В.Т. Лисовского [17, с. 452].

Практическими исследованиями феноменов медиавоздействия и формирования ценностных ориентаций современной российской молодежи занимаются Жилавская И.В. [9, с. 96], Горшков М.К. и Шереги Ф.Э. [6, с. 247] и др.

Анализ литературы позволил определить теоретическую проблематику исследуемой темы и помог выявить, что число работ прикладного характера значительно превышает труды теоретического, многие авторы сосредотачивают свое внимание на описании методов и механизмов медиавоздействия, которые совершенствуются с каждым днем, но сам объект воздействия, то есть жизненные планы студенческой молодежи, изучен недостаточно. Понимание практической стороны проблематики, связанной с изучением влияния СМИ на жизненные планы студенческой молодежи, является обязательным этапом для исчерпывающего рассмотрения.

Для дальнейшего изучения результатов исследований влияния СМИ на студенческую молодежь, на формирование ее жизненных планов и стратегий необходимо рассмотреть особенности, отличительные черты целевой аудитории. Итак, студенческая молодежь является частью молодежи как социально-демографической группы и, соответственно, характеризуется определенными признаками, среди которых выделяют особые условия жизни, труда и быта, социальное поведение, психологию, а также систему ценностных ориентаций. Для студентов подготовка к будущей деятельности в избранной сфере материального или духовного производства является главным, хотя и не единственным занятием. Они высококомобильны, а состав этой социальной группы постоянно меняется.

Студенчество отличается от остальной части молодежи общностью целей в получении высшего образования, единым характером труда – учебой, активным взаимодействием с различными социальными образованиями общества, высокоинтенсивным общением. Оно обладает большой созидательной энергией и интеллектуальным потенциалом, что составляет социальный и стратегический ресурс, фактор национального развития страны. Однако в современных условиях состояние этой социальной группы не позволяет говорить о полной реализации ее социального потенциала. А не сформировавшееся мировоззрение делает эту часть населения наиболее подверженной негативному влиянию. Учитывая тот факт, что большую часть информации молодые люди получают из традиционных СМИ и Интернета, можно сделать вывод о том, что картина мира в представлениях современной молодежи формируется посредством медиавоздействия.

Молодежь весьма стремительно меняет свой облик, жизненные стратегии и приоритеты. Ее картина жизни уже значительно отличается от той, которая была характерна для молодежи традиционного общества, в котором межпоколенческая преемственность выступала самым значимым фактором, как общественного развития, так и развития самой молодежи, ее системы ценностей и жизненных стратегий. В современных условиях развития общества

возрастает степень неопределенности будущего, это приводит к проблемам выбора жизненных путей и стратегий.

Эти аспекты привели к возникновению такой проблемы, как влияние СМИ на формирование жизненных планов студенческой молодежи. Особое внимание ей уделяли такие отечественные исследователи молодежи, как И. В. Жилавская, которая в своей монографии «Медиаобразование молодежной аудитории» опубликовала результаты исследования, проведенного в октябре 2006 года [9, с. 332]. Оно называется «Влияние СМИ на молодежь», в нем изучалось отношение молодежи к СМИ и степень подверженности влиянию молодых людей медиавоздействию. Еще одно исследование в рамках этой проблематики, проведенное в масштабах всей страны, было разработано М. К. Горшковым, Ф. Э. Шереги и опубликовано в книге «Молодежь России: социологический портрет» в 2010 году [6, с. 112]. Они изучали включенность молодежи в массовую коммуникацию, а также ее ценностные ориентации и жизненные стратегии. Отдельное внимание следует уделить исследованию Гудкова Л.Д., Дубина Б.В. и Зоркой Н.А. «Молодежь России», 2011 год. В нем рассмотрены жизненные планы молодежи России [7, с.96-103].

По результатам исследования М. К. Горшкова и Ф. Э. Шереги основным источником информации для молодежи является телевидение – 47,8%, затем, почти с равным количеством голосов Интернет – 47%, пресса – 3,1% и меньше всего радио – 2,1% (Рисунок 1).

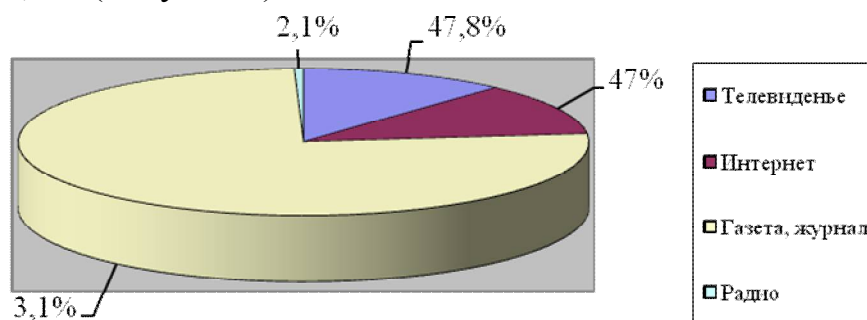
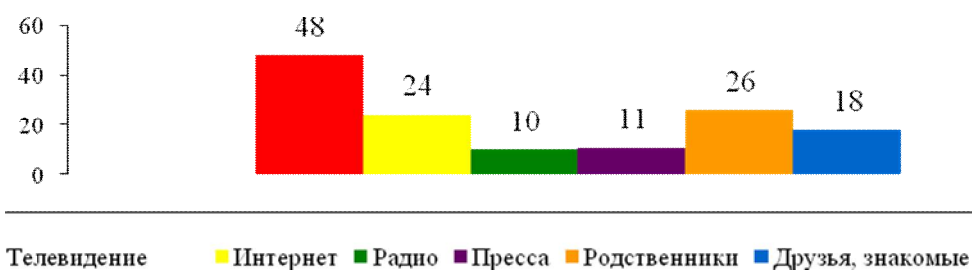


Рисунок 1– Основной источник информации (в %)

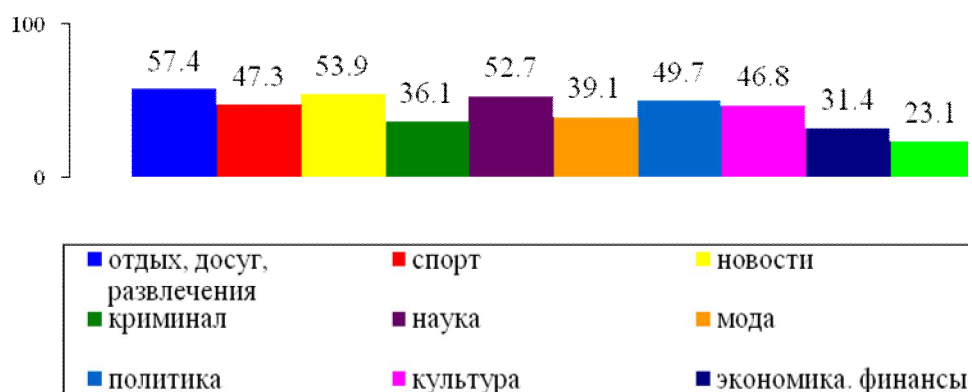
Это означает, что пресса и радио почти не влияют на формирование жизненных планов молодежи, а вот телевидение и все больше приобретающий популярность Интернет являются основными источниками медиавоздействия на подрастающее поколение. Именно та информация, которая транслируется по ТВ, остается в сознании людей, а ценности, пропагандируемые СМИ по различным телевизионным каналам, в конце концов, начинают восприниматься молодыми людьми как доминирующие в обществе. С Интернетом все обстоит немного иначе, так как он предоставляет возможность людям самим отбирать интересующую их информацию, поэтому влияние СМИ в Интернете ограничено.

Следующий вопрос, который поможет нам детальнее изучить влияние СМИ на молодежь, является степень ее доверия медиаресурсам. В рамках исследования М. К. Горшкова и Ф. Э. Шереги включили вопрос: «Источники, сообщаемая информация в которых заслуживает доверия» (Рисунок 2).



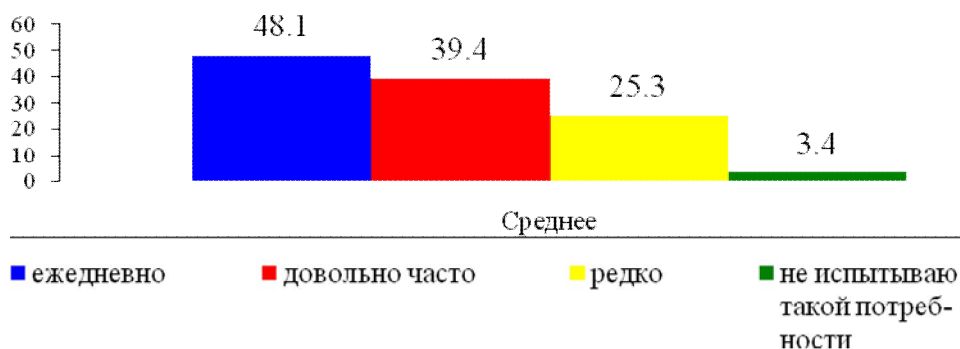
На рисунке 2 видно, что наибольшей степенью доверия пользуется телевидение – 48% респондентов; среди тех, у кого основным источником является ТВ, считают, что информация, поступающая с экранов, заслуживает доверия. 26% опрошенных молодых людей из выбравших основным источником семью доверяют информации, получаемой от родственников, 24% – из тех, чьим основным источником информации является Интернет, доверяют ему. 11% – из тех, кто выбрал прессу и 10% – из тех, кто выбрал радио, считают, что получаемая там информация достоверна [9, с. 121].

Следующий вопрос, который будет нами рассмотрен, вопрос о том, какая информация наиболее интересна молодежи. Он является частью исследования регионального влияния СМИ на молодежь И.В. Жилавской (Рисунок 3).



Самой большой популярностью у респондентов пользуются развлечения и досуг, затем новости, наука, политика, спорт и культура. Это обусловлено стремлением людей найти в СМИ средство отдыха от повседневных забот и быта, а также желанием утолить «информационный голод»; меньшей популярностью у молодежи пользуются мода, криминал, экономика и музыка [9, с. 289-291].

Еще один вопрос, который был рассмотрен И. В. Жилавской – это частота потребления информации из СМИ (Рисунок 4).



По данным опроса, почти половина респондентов (48%) ежедневно получают информацию по каналам СМИ, более трети (39,4%) – довольно часто и 3,4% никогда не испытывают такой потребности.

В исследовании влияния СМИ на молодежь И.В. Жилавская рассмотрела проблему выбора наиболее привлекательного телевизионного канала. Так как ТВ оказывает сильное влияние, по сравнению с другими видами СМИ, то будет целесообразно рассмотреть предпочтения молодых людей по этому вопросу (Рисунок 5).

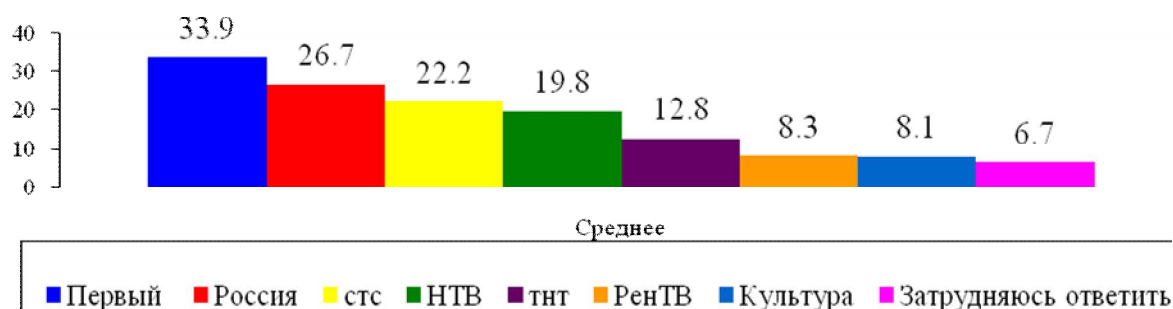


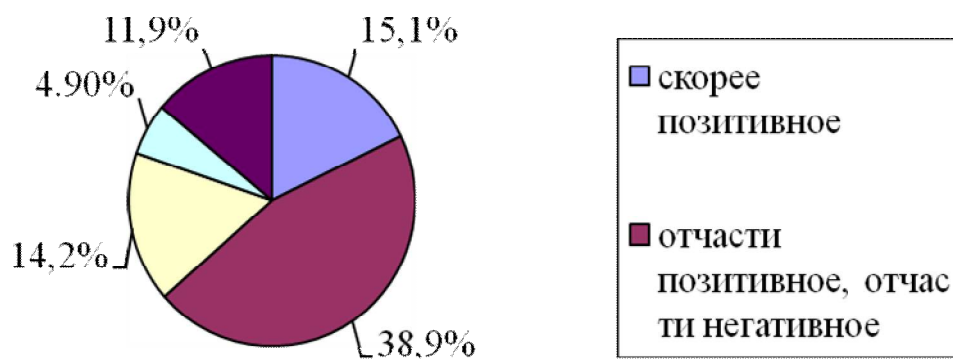
Рисунок 5 – Выбор телевизионного канала (в %)

«Первый канал» и телеканал «Россия» – лидеры среди предпочтений молодежи потому, что они являются основными государственными каналами, имеют высокий уровень доверия и сформировавшуюся аудиторию. Телеканалы «СТС» и «НТВ» не так распространены, но все же являются интересными для молодых людей. Остальные телеканалы пользуются сравнительно малой популярностью.

Дискуссионным является вопрос о том, какое влияние на молодежь оказывают сцены насилия. Чтобы понять, оказывают ли они вообще какое-либо влияние, И.В. Жилавская исследовала степень привлекательности сцен насилия в молодежной среде (Рисунок 6).



Результаты ответов на вопрос «Привлекают ли Вас сцены насилия, транслируемые в СМИ?» говорят о том, что большую часть опрошенных (68,6%) сцены насилия, транслируемые в СМИ, не привлекают, 20,7% – отчасти привлекают, 4,7% – привлекают, а 5,3% затруднились ответить. Распределение же ответов по полу показывает нам немного иную картину. 68% женского пола не привлекают сцены насилия, тогда как доля мужского пола, ответившая так же, составляет всего 37%. Мужскую половину аудитории частично привлекают сцены насилия, транслируемые в СМИ (38%), среди девушек этот процент равен 20. Среди мужской аудитории также является относительно высоким процент ответивших, что их привлекают сцены насилия в СМИ (16%), среди женского пола он составляет 5%. Из мужчин затрудняются ответить на этот вопрос 8%, из женщин 6%. Данные результаты говорят о том, что сцены насилия в СМИ особенно привлекают мужскую половину опрошенной молодежи. И если эти сцены влияют на изменение уровня преступности, то объектами влияния является мужская аудитория [9, с. 289-291]. Следующая проблемная область, рассмотренная в исследовании – это влияние СМИ на молодежь (Рисунок 7).



В целом влияние ТВ на молодежь она сама воспринимает достаточно оптимистично. Нейтральную позицию (влияние отчасти позитивное, отчасти негативное) занимают 38,9% опрошенных, отмечают как скорее позитивное влияние – 15,1%, так и скорее негативное – 14,2%, и весьма негативное – всего 4,9%, остальные затрудняются ответить на этот вопрос.

Рассмотренные исследования отечественных исследователей достаточно новы и не утратили своей актуальности, они позволяют изучить состояние современной российской молодежи и степень влияния на нее СМИ. По окончании описания результатов исследований можно сделать вывод о том, что

основным источником информации для отечественной молодежи являются телевидение и Интернет, а информация, которая наиболее интересна современным молодым людям, – это досуг, развлечения и новости.

Из всей рассмотренной информации можно прийти к заключению о том, что половина рассматриваемой аудитории ежедневно получает информацию из СМИ, причем сами респонденты оценили влияние СМИ на молодежь достаточно позитивно. Большая часть не считает, что СМИ могут отрицательно влиять на поведение и сознание людей. Сравнительная характеристика статических и динамических аспектов влияния СМИ на молодежную аудиторию поможет лучше изучить проблемную ситуацию и разработать пути ее решения.

В рамках данной статьи была решена задача определения значения современных СМИ в формировании жизненных планов студенческой молодежи в рамках исследований медиавлияния отечественными учеными. Значение это достаточно велико, так как большая половина респондентов часто потребляет информацию из СМИ, следовательно, молодые люди подвержены медиавоздействию. СМИ влияют на формирование жизненных ценностей молодежи, ее мировоззрения и представлений о мире, это не может не отражаться на жизненных планах данной целевой аудитории.

Также были рассмотрены основные результаты исследований таких проблем, как степень доверия молодежи к СМИ, частота потребления молодежной аудиторией информации, предоставляемой масс-медиа. Было изучено отношение целевой аудитории к сценам насилия в СМИ и мнение о том, каково влияние непосредственно медийной продукции на молодежь.

Список литературы:

1. Ахам К. Социологизм и проблема ценности // Проблемы теоретической социологии. СПб., 1995. 346с.
2. Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 312 с.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323с.
4. Васильев И.А., Магомед-Эмипов М.Ш. Мотивация и контроль за действием. М., 1991. 500 с.
5. Выготский Л.С. Собр. Соч. в 6-ти т. Т.3.М.,2003. 496 с.;
6. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. ЦСПиМ, 2010. 592 с.
7. Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Молодежь России. М.: Московская школа политических исследований, 2011. С. 96-103.
8. Гусинский Э.Н., Турчанинова Ю.А. Введение в философию образования. М., 1983. 285 с.
9. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. - 322 с.
10. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Социальная регуляция в условиях неопределенности. Теоретические и прикладные проблемы в исследовании молодежи. М.: Academia, 2008. 429 с.

11. Ковалева А.И. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория // Социологические исследования. 2003. № 1
12. Константиновский, Д.Л. Молодежь 90-х: самоопределение в новой реальности. Профессиональные ориентации российских старшеклассников 90-х гг.: планы и их реализация. М., 2000. 341 с.
13. Корчак Я. Как любить ребенка. М., 2007 288с.
14. Кузина С.В. Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи // Власть. 2007. № 8
15. Лазарсфельд П. Сфера методологии // Социология сегодня. Проблемы и перспективы. М.: Прогресс, 1965. С. 68-116
16. Леонтьев А.Н. Современная психология мотивации. М., 2002. 319 с.
17. Лисовский В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: Учеб. пособие / В. Т. Лисовский. СПб.: СПбГУП, 2000. 508 с.
18. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 254с.
19. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-Пресс/Кучково поле. 2003. 464с.
20. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: АСТ, 2003. 331с.
21. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1974. 406с.
22. Омельченко Е. Молодежь: Открытый вопрос. Ульяновск: Изд-во «Симбирская книга», 2004. 678 с.
23. Сафарян А.В. СМИ как «четвертая власть» и институт социализации // Власть. 2008. № 5
24. Фельдштейн Д.И. Психология развития личности в онтогенезе. М., 1998 464 с.
25. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. 380 с.
26. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. 326 с.;
27. Эллюль Ж. Технологический блеф // Это человек. М.: Высшая школа, 1995. 320 с.6
28. Юдин И.В. Информационное пространство и трансляция культурных ценностей в современной России // Власть. 2009. № 6.
29. Ясвин В.А. Образовательная среда: от моделирования к программированию. М., 2001. 456с.

References

1. Aham K. Sotsiologizm i problema tsennosti // Problemyi teoreticheskoy sotsiologii,- SPb., 1995. 346p.
2. Bart R. Mifologii. М.: Izd-vo im. Sabashnikovoyih, 1996. 312 p.
3. Berger P., Lukman T. Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya. М.: Medium, 1995. 323p.
4. Vasilev I.A., Magomed-Emipov M.Sh. Motivatsiya i kontrol za deystviem.- М., 1991. 500 s.
5. Vyigotskiy L.S. Sobr. Soch. v 6-ti t. T.3. М.,2003. 496 p.

6. Gorshkov M.K., Sheregi F.E. Molodezh Rossii: sotsiologicheskii portret. TsSPiM, 2010. 592 p.
7. Gudkov L.D., Dubin B.V., Zorkaya N.A. Molodezh Rossii. M.: Moskovskaya shkola politicheskikh issledovaniy, 2011. P. 96-103.
8. Gusinskiy E.N., Turchaninova Yu.A. Vvedenie v filosofiyu obrazovaniya. M., 1983. 285 p.
9. Zhilavskaya I.V. Mediaobrazovanie molodezhnoy auditorii. Tomsk: TIIT, 2009. 322 p.
10. Zubok Yu.A., Chuprov V.I. Sotsialnaya regulyatsiya v usloviyah neopredelennosti. Teoreticheskie i prikladnyie problemy v issledovanii molodezhi. M.: Academia, 2008. 429 p.
11. Kovaleva A.I. Kontseptsiya sotsializatsii molodezhi: normyi, otkloneniya, sotsializatsionnaya traektoriya // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2003. # 1
12. Konstantinovskiy, D.L. Molodezh 90-h: samoopredelenie v novoy realnosti. Professionalnyie orientatsii rossiyskikh starsheklassnikov 90-h gg.: planyi i ih realizatsiya. M., 2000. 341 p.
13. Korchak Ya. Kak lyubit rebenka. M., 2007. 288p.
14. Kuzina S.V. Rol SMI v formirovaniy kulturnykh prioritetov molodezhi // Vlast. 2007. # 8
15. Lazarsfeld P. Sfera metodologii // Sotsiologiya segodnya. Problemy i perspektivy. M.: Progress, 1965. P. 68-116
16. Leontev A.N. Sovremennaya psihologiya motivatsii. M., 2002. 319 p.
17. Lisovskiy, V. T. Duhovnyiy mir i tsennostnyie orientatsii molodezhi Rossii: Ucheb. posobie / V. T. Lisovskiy. SPb.: SPbGUP, 2000. 508 p.
18. Luman N. Realnost massmedia. M.: Praxis, 2005. 254 p.
19. Maklyuen M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka. M.: Kanon-Press/Kuchkovo pole, 2003. 464p.
20. Markuze G. Odnomernyy chelovek. M.: AST, 2003. 331p.
21. Mol A. Sotsiodinamika kulturyi. M.: Progress, 1974. 406p.
22. Omelchenko E. Molodezh: Otkryityiy vopros. Ulyanovsk: Izd-vo «Simbirskaya kniga», 2004. 678 p.
23. Safaryan A.V. SMI kak «chetvertaya vlast» i institut sotsializatsii // Vlast. 2008. # 5
24. Feldshteyn D.I. Psihologiya razvitiya lichnosti v ontogeneze. M., 1998. 464 p.
25. Habermas Yu. Moralnoe soznanie i kommunikativnoe deystvie. SPb.: Nauka, 2000. 380 p.
26. Shiller G. Manipulyatoryi soznaniem. M.: Myisl, 1980. 326 p.
27. Ellyul Zh. Tehnologicheskii blef // Eto chelovek. M.: Vysshaya shkola, 1995. 320 p.
28. Yudin I.V. Informatsionnoe prostranstvo i translyatsiya kulturnykh tsennostey v sovremennoy Rossii // Vlast. 2009. # 6.
29. Yasvin V.A. Obrazovatel'naya sreda: ot modelirovaniya k programirovaniyu. M., 2001. 456 p.