

СМИ как фактор, влияющий на социализацию молодёжи.

Тимкина Кристина Васильевна

Студент (бакалавр)

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

E-mail: timkina_kristina@mail.ru

Молодёжь - особая социально-демографической группы, которая находится в определённой возрастной категории (14-30 лет), занимает важную позицию в обществе и обладает определёнными отличительными характеристиками - особыми взглядами на жизнь, ценностными ориентациями и т. д. Влияя на социализацию молодого поколения, СМИ формируют у данной прослойки общества определённый стиль и образ жизни, морально-нравственные устои, а от того какой будет молодёжь зависит и будущее общества в целом.

Сегодня уже никто не спорит, что современные средства массовой информации (СМИ) оказывают в основном негативное влияние на молодое поколение, у него наблюдается отсутствие нравственных ориентиров, разрушение понятия об общечеловеческих ценностях и т. д.

Анкетный опрос, организованный в 2006 году Томским институтом информационных технологий, выявил следующее [3]:

1. Предоставляемая информация в СМИ не удовлетворяет информационные потребности молодёжи, не способствует формированию социально активной, образованной личности.

2. Также у исследователей особую тревогу вызвал уровень медиаграмотности студентов техникумов и учащихся училищ. Отсутствие у них базовых духовных потребностей, насилие для этих молодых людей - это обычное дело. Модели данного поведения, по мнению учёных, они черпают из телевизоров.

3. Опрос показал, большую направленность СМИ на женскую аудиторию.

4. Учёные пришли к выводу, что необходимо учить общество работать с потоками информации, получаемыми из СМИ, создавать своё собственное мнение.

Сегодня существует много негативных факторов влияния СМИ на молодое поколение. В. П. Чудинова, занимающаяся много лет изучением подобных проблем утверждает, что на сегодняшний день наблюдается, что молодёжь всё большее тяготеет к телевизорам, мобильным телефонам и компьютерам [2]. В сфере образованности молодого поколения складывается довольно трагичная ситуация. Из-за интервью и отчётов российских чиновников о победах школьников и студентов на международных олимпиадах, складывается впечатление о высоком уровне массовой образованности молодого поколения в России. На самом деле это не отражает реальной картины, сложившейся в стране, так как в рассмотрение берутся два-три десятка юных интеллектов. Современные школьники и студенты не умеют вычерпывать нужную из текстов информацию и критически оценивать её, находить ответы на вопросы, используя личный опыт и знания из смежных областей [1]. Общество постепенно движется к тому, что молодое поколение перестанет думать и размышлять, потеряет свою собственную точку зрения. И на наш взгляд, значительный вклад в это внесут СМИ.

Для более глубокого рассмотрения данной проблемы, нами был проведен анкетный опрос. Группу респондентов составляли 60 человек в возрасте от 14 до 30 лет (4 подгруппы (14-16 лет; 17-19 лет, 20-24 года; 25-30 лет) по 15 человек в каждой). Главная цель исследования - изучение различных аспектов влияния СМИ на формирование нового по-

коления.

Анализ полученных данных показал, что на сегодняшний день Интернет остаётся самым предпочитаемым средством массовой информации, большая часть молодёжи уже не представляет своей жизни без него.

Оценивая степень доверия молодёжной аудитории к информации получаемой им из СМИ, мы выявили, что молодёжь доверяет тем сообщениям, которые слышит и видит в СМИ, но при этом соглашаться с ними не спешит. А те респонденты, которые не высказывают своего доверия к данному социальному институту, причиной такого отношения называют то, что информация в СМИ очень искажена и оценивается необъективно.

Вопрос о качестве получаемой информации вызвал затруднение, не смогли на него однозначно ответить больше половины опрошенных. Значительная часть респондентов утверждает, что современные СМИ пытаются навязывать свою точку зрения: так ответили 50 человек. Причём, из этих пятидесяти человек: 15 человек сказали, что действия являются совершенно уместным. Ровно столько же человек утверждают обратное и говорят, что точка зрения у каждого должна быть своя, навязывать какую-либо информацию СМИ не имеют право. Остальные говорят, что «да СМИ навязывают свою точку зрения», но при этом оправдывают их действия, говоря, что действия подобного рода зависят от ситуации.

В связи с этим возникает вопрос о необходимости контролировать деятельность СМИ. Чуть меньше половины респондентов отмечают важность создания специального министерства, выполняющего эту функцию. Одна четвёртая часть молодых людей поручает это правительству, а остальные говорят, что народ должен сам контролировать СМИ. Только 10 респондентов сказали, что контролировать СМИ не нужно.

На вопрос о том, как именно СМИ влияют на жизнь молодого поколения, в основном было получено, что современная молодёжь использует СМИ в основном для получения информации о происходящих в мире событиях, они не служат только для развлечения. Более того, больше одной четвёртой части респондентов отметили, что информации сейчас огромное количество и СМИ помогают не только узнать её, а ещё и сориентироваться, упорядочить, проанализировать всё то, что творится в мире. Также, по мнению молодёжи, СМИ обеспечивают взаимодействие различных групп, даёт возможность всем людям участвовать в жизни государства, предоставляет возможность рекламировать товары и услуги.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что процесс влияния СМИ - это многофакторное явление. В настоящее время в жизни молодёжи СМИ играют не последнюю роль, и, как следствие, вносят свои коррективы в формирование молодого поколения как личностей. Молодёжь признает, что негативное влияние со стороны СМИ есть, но в большей степени данный социальный институт, по их мнению, облегчает жизнь общества, улучшает её, помогая узнать новую информацию о событиях и явлениях, позволяет молодому поколению стать наиболее активным в общественной жизни.

Источники и литература

- 1) Сметанникова Н. Н. Чтение в школе и обществе: взаимосвязи и партнерские отношения // Школьная библиотека. 2005. № 4. С. 20-24.
- 2) Федоров А. В. Медиакомпетентность личности // Инновации в образовании. 2007. № 10. С. 75-108.
- 3) Влияние СМИ на молодежь: <http://evartist.narod.ru/text23/0012.htm>