

М. К. Карпова

*кандидат социологических наук, доцент
кафедра философии и социальных коммуникаций
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация*

В. И. Евдокимов

*соискатель
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация*

РОЛЬ СМИ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. Статья посвящена проблеме влияния средств массовой информации на трансформации социокультурных ценностей молодежи в условиях современного общества. Новая информационно-культурная среда характеризуется циркуляцией больших объемов информации, приводящих к изменению ценностей, норм и установок молодёжи, что не всегда приводит к положительным результатам. Автор статьи подчеркивает, что в условиях культуры информационного общества возникают новые качества не только молодежи, отдельного человека, но и общества в целом. Для России данный процесс актуален, так как общество находится в состоянии кризиса, при котором стирается четкая грань системы социокультурных ценностей. Также в статье рассматриваются этапы влияния СМИ на молодое поколение и анализируются позитивные и негативные факторы влияния СМИ на современную молодежь. Кроме того, автор статьи приводит примеры негативного влияния средств массовой коммуникации.

Ключевые слова: информационные технологии, масс-медиа, СМИ, молодежь, трансформация, коммуникация, социокультурные ценности, личность, воздействие, общество.

M. K. Karpova

*Candidate of Sociology, associate professor
Department of Philosophy and Social Communications
Penza State University, Penza, the Russian Federation*

V. I. Evdokimov

*Applicant
Penza State University, Penza, the Russian Federation*

THE ROLE OF THE MEDIA IN THE TRANSFORMATION OF SOCIOCULTURAL VALUES OF MODERN YOUTH

Abstract. The article is devoted to the problem of the influence of mass media on the transformation of socio-cultural values of young people in modern society. The circulation of large amounts of information, leading to changes in the values, norms and attitudes of young people, which does not always lead to positive results, characterizes the new information and cultural environment. The author emphasizes that in the conditions of culture of information society there are new qualities, not only youth, the individual, but also society as a whole. For Russia, this process is relevant, as the society is in a state of crisis, in which the clear line of the system of socio-cultural values is erased. In addition, the article considers the stages of media influence on the younger generation and analyzes the positive and negative factors of media influence on the modern youth. In addition, the author gives examples of the negative impact of mass communication.

Key words: information technologies, mass media, mass media, youth, transformation, communication, sociocultural values, personality, influence, society.

В современном российском обществе молодежь является наиболее интересующим исследователей, как в области социологии, так и других направлений,

слоем общества. Это связано с тем, что молодежь принимает участие в различных процессах, происходящих в стране: экономических, политических, социальных, культурных и других.

Также в условиях современного информационного общества развитие СМИ происходит очень быстрыми темпами. Молодое поколение, как наиболее уязвимый слой общества, зачастую больше подвергается влиянию медиасистем, что способствует трансформации его социокультурных ценностей.

Молодежь имеет доступ к различной информации, как негативной, так и положительной, – это могут быть различные издания, форумы, телепрограммы, которые затрагивают актуальные для молодого поколения темы. В данных условиях необходимо понять, как же меняются социокультурные ценности молодежи, так как она включается в другую реальность, где сложно отличить достоверность информации из-за большого многообразия различных источников.

В связи с этим актуальным становится изучение роли средств массовой информации в формировании и трансформации социокультурных ориентаций молодежи, что также представляет большой интерес для современной науки и развития общества в целом.

Современная молодежь – это особая социокультурная группа, которая характеризуется специфическими ценностными ориентациями, интересами, идеалами, мнениями и поведением, что является своеобразными ориентирами, выступающими связующим звеном между объективной социокультурной средой и индивидуальным сознанием человека с одной стороны, а с другой – между его сознанием, деятельностью и поведением. Они являются элементом выражения целого комплекса потребностей и интересов, целей и стремлений, мировоззрения и убеждений человека, и в соответствии с ними индивид мотивирует свое поведение. В любом обществе ценностные ориентации оказываются объектом воспитания и целенаправленного воздействия [1].

По мнению А.Н. Тесленко: «Молодежь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных теми или другими социально-психологическими свойствами, которые определяются общественным строем, культурой, закономерностями социализации, воспитания данного общества, современные возрастные границы от 14–16 до 25–30 лет, доля в составе населения до 20 %».[4]

Молодежь – это многочисленная и наиболее динамично развивающаяся возрастная группа населения и важный субъект социальных перемен, то есть эта движущая сила, которая является создателем различных изменений, происходящих в обществе. Молодежь может выступать и выступает одновременно как субъект и объект социальных отношений. Здесь интерес связан, прежде всего, с возрастом, то есть «временной определенностью молодежи и проблемой поколений».

Говоря о социокультурных ценностях, можно отметить, что это духовные и материальные установки, которые имеют личностный смысл и являются мотивом деятельности. Ценности являются целью и основой воспитания любого человека. Ценностные ориентиры определяют особенности и характер отношений личности с окружающей действительностью и тем самым в определенной мере детерминируют ее поведение.

Для современного российского общества проблема трансформации ценностных ориентаций молодежи является наиболее приоритетной. В значительной степени это связано с тем, что российское общество находится в таком состоянии, при котором нет четкого понимания ценностной системы, происходит так называемый кризис духовных оснований жизни людей [5].

В первую очередь, такие условия оказывают большое влияние на молодежь, изменяя структуру их социокультурных ценностных ориентаций. Данная тенденция к трансформации ценностей усиливается и развитием информатизации

общества, а именно средств массовой информации, которые проникают во все сферы жизнедеятельности современного общества, а молодого поколения в значительной степени.

Понятие «средства массовой информации» имеет большое разнообразие трактовок. С точки зрения закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» [9], под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием.

С точки зрения социальных наук, СМИ – это социальные институты, занятые сбором, обработкой, анализом и распространением информации в массовом масштабе.

Средства массовой информации представляют собой основной источник информации в современной общественной жизни, который формирует или трансформирует представления человека о реалиях окружающего мира, происходящих в нем процессах и событиях, тем самым являясь своеобразным инструментом социального регулирования. С помощью СМИ различные сообщения транслируются таким образом, что создается определенное общественное мнение, взгляды и настроения по тем или иным вопросам [2].

На данном этапе развития общества, когда происходит резкое переосмысление социокультурных ценностей, поведения, взглядов и мнений, СМИ активно вникают в данный механизм, привнося в него свои правила. Развивается тенденция роста вовлечения молодежи во взаимодействие со средствами массовой информации, что приводит к более весомому влиянию.

Присутствие СМИ в жизни молодого поколения можно оценить как высокое, так как значительную долю своего свободного времени или досуга они предпочитают отдавать именно такому времяпровождению, а, следовательно, поэтому средства массовой информации и выступают контролирующим инструментом формирования социокультурных ценностей и установок молодежи.

Абсолютно точно можно сказать, что на сегодняшний день СМИ принадлежит лидерство во влиянии на личность человека. На долю средств массовой информации выпала роль стать транслятором различных социокультурных достижений, активно влияющих на принятие либо отрицание обществом тех или иных ценностей. Данные процессы, происходящие в обществе, являются бесконтрольными и малоизученными.

Существует условное деление процесса трансформации социокультурных ценностей современной молодежи на следующие этапы:

1. Синтез определенной ценности на основе наблюдения за отдельными происходящими в обществе фактами общественной жизни. Для данного этапа характерно отражение действительности в средствах массовой информации. Большое значение в формировании новых ценностей уделяется фактам, с помощью которых ценность закрепляется в сознании человека.

2. Популяризация или включение в систему существующих в обществе ценностей на основе анализа уже синтезированного идеала или отрицательного явления. Этот этап строится на основе анализа фактов, которые в свою очередь постепенно создают определенный идеал новой ценности. Молодежь, анализируя различные источники массовой информации, приходит к положительному или отрицательному отношению к данной ценности, и в зависимости от этого происходит отторжение или размещение в системе основных ценностей.

3. Инклюзия путем пропаганды данной ценности в общество. Данный этап характеризуется тем, что ценность начинает влиять на мировоззренческие установки общества и отдельных индивидов, а СМИ начинают транслировать данную ценность либо внутри данного социума, либо следующим поколениям [6].

Так, смотря на современную российскую молодежь, нетрудно проследить степень информационного-психологического воздействия СМИ.

Медиа публикуют различную информацию о процессах и явлениях, происходящих в стране, а молодое поколение в свою очередь анализирует эти источники, чтобы определить, какое мнение находится в большинстве, а какое - в меньшинстве. Таким образом, как правило, выбирая позицию большинства, молодежь, сама того не понимая, либо изначально формирует в себе неправильные социокультурные ценности, либо трансформирует старые.

Современные СМИ имеют противоречивый характер, но и обладают своими достоинствами и недостатками. В рамках этого можно проанализировать положительное и отрицательное воздействие СМИ на современного молодого человека и на основе этого изучить, как влияют средства массовой информации на трансформацию социокультурных ценностей [8].

К наиболее распространенным инструментам СМИ можно отнести прессу, телевидение, радио, Интернет. СМИ через воздействие на общество влияют на каждого человека в отдельности, формируя определенные эмоции и действия.

Так, к положительным аспектам влияния СМИ на молодежь можно отнести:

1. Быстрота получения информации, то есть СМИ обладают таким свойством, как оперативность, поэтому молодежь находится в курсе всего, что происходит вокруг них, тем самым утоляя «информационный голод».

2. Интеллектуальное развитие. СМИ повышают как общую, так и более узконаправленную культуру населения.

3. Взаимная информированность. Иными словами, СМИ обладают такой функцией, как взаимный обмен информацией между властями и населением.

Среди отрицательных факторов можно выделить то, что СМИ перестают быть положительным источником информации, а на первый план многие выводят задачи пропаганды. Сегодня информационная доступность создает множество проблем, которые носят психологический характер. Средства массовой информации начинают навязывать определенные ценностные ориентиры, которые оказывают большое влияние на молодежь.

К таким принципам можно отнести следующие: стремление к успеху любой ценой, принцип «деньги не пахнут», модель так называемой «жизнеспособной личности», пожертвовать «слабыми и неприспособленными к жизни людьми, чтобы смогли выжить наиболее сильные и продвинутые» и прочее.

Такие принципы вряд ли можно отнести к духовно-нравственным. Об этом говорят многочисленные публикации авторов Д.А. Белухина, Е.Г. Борисовой, Р.А. Зобова и других [3; 7], которые обращают внимание широкой общественности на негативные последствия влияния СМИ на молодежь.

Используя такой инструмент влияния на молодежь, как СМИ, информация об определенных событиях подается недостоверно. В погоне за рейтингами, а в Интернет среде и за трафиком, источники не пренебрегают шокирующим контентом, отдавая в массы тонны негативной информации. И если взрослый человек может решить и определить сам, что ему смотреть, читать и слушать, то молодежь, а особенно подростки в возрасте от 14 до 18 лет, не всегда способны правильно фильтровать информацию. Об этом говорят и различные исследования в данной области, которые отмечают, что наряду с положительными функциями бесплатного образования и безграничного доступа ко всему интересному, мы получили и своего рода оружие, которое направлено против нас самих [10].

К наиболее ярким примерам негативного влияния СМИ на молодежь можно отнести чрезмерное количество информации о насилии. Практически каждый день освещаются темы об убийствах, расстрелах, на федеральных каналах обсуждаются проблемы насилия над детьми. Отсюда у молодежи может возникнуть состояние депрессии, страха или беспокойства.

Также СМИ часто транслируют в массы угрозу войны, формируя в сознании людей постоянную угрозу. Еще одной частой темой является проблема толерантности. СМИ могут навязывать негативное отношение к какой-либо другой национальности или к меньшинствам.

Таким образом, средства массовой информации – это инструмент, постоянно развивающийся и оказывающий значительное воздействие на современную российскую молодежь. Несмотря на свои положительные функции, СМИ обладают и негативным влиянием на формирование личности молодежи, как наиболее психологически незащищенной группы. Тем не менее, на сегодняшний день еще достаточно трудно дать однозначную оценку данному явлению и с уверенностью сказать, какую же все-таки роль играют СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодежи. Можно лишь констатировать тот факт, что все функции средств массовой информации несут в себе и позитивную, и деструктивную составляющую, что может способствовать как развитию, так и дезорганизации молодежи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамейцева В.В. Средства массовой информации в процессе формирования общественного мнения в современной России: дис. ... канд. социол. наук: 23.00.02 / В.В. Абрамейцева. — Саратов, 2006. — 139 с.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н. Богомолова. — М. : Аспект-Пресс, 2008. — 191 с.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации / С.В. Бориснев — М. : Юнити-Дана, 2003. — 269 с.
4. Брик Л.В. Анализ эффективности воздействия СМИ на формирование социально-позитивных ориентаций молодежи / Л.В. Брик // Вестник МГТУ. — 2008. — Т. 11, № 1. — С. 175–178.
5. Жилавская И.В. Влияние СМИ на молодежь. Социологическое исследование. (Томский институт информационных технологий, 2006 г.) / И.В. Жилавская // Медиаобразование: от теории к практике: сб. материалов I Всеросс. научн.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации» (Томск, 20–21 ноября 2007). — Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2007. — С. 240–276.
6. Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: дис. ... канд. филолог. наук: 10.01.10 / И.В. Жилавская — М., 2008. — 232 с.
7. Зобов Р.А. Ценностные ориентации молодежи: истинные и ложные / Р.А. Зобов // Молодежь: тенденции социальных изменений: сб. ст. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000 — С. 65–80.
8. Канивец Е.С. Влияние СМИ на ценности современной молодежи / Е.С. Канивец // V Забайкальские рождественские образовательные чтения «Традиция и новации: культура, общество, личность» (региональный этап международных рождественских образовательных чтений) (Чита, 09-11 декабря 2015 г.): сб. трудов конф. — Чита: Забайкальский государственный университет, 2016. — С. 124–125.
9. О средствах массовой информации: закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 / Правовой Сервер КонсультантПлюс, www.consultant.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 16.04.2019).
10. Суслов Е.В. Инструментальная роль СМИ при формировании общественного мнения в процессе становления гражданского общества: учеб. пособие / Е.В. Суслов — Йошкар-Ола: Марийский гос. ун-т, 2004 — 68 с.

REFERENCES

1. Abrameitseva V. V. *Sredstva massovoi informatsii v protsesse formirovaniia obshchestvennogo mneniia v sovremennoi Rossii: dis. ... kand. sotsiol. nauk: 23.00.02* [Mass media in the process of forming public opinion in the Russian Federation: diss. cand. of sociology]. Saratov, 2006, 139 p.

2. Bogomolova N. N. *Sotsial'naiia psikhologiiia massovoi kommunikatsii* [Social psychology of mass communication]. Moscow, Aspekt-Press Publ, 2008, 191 p.
3. Borisnev S.V. *Sotsiologiiia kommunikatsii* [Communication sociology]. Moscow, Iuniti-Dana Publ., 2003, 269 p.
4. Brik L. V. Analysis of the effectiveness of the impact of the media on the formation of social and positive orientations of young people. *Vestnik MGTU = Vestnik of MSTU*, 2008, vol. 11, no. 1, pp. 175-178 (in Russian).
5. Zhilavskaia I. V. *Vliianie SMI na molodezh'*. Sotsiologicheskoe issledovanie. (Tomskii institut informatsionnykh tekhnologii, 2006 g.) [Media influence on young people. Sociological research. (Tomsk Institute of Information Technology, 2006)]. *Mediaobrazovanie: ot teorii k praktike: sb. materialov I Vseross. nauchn.-prakt. konf. «Mediaobrazovanie v razvitii nauki, kul'tury, obrazovaniia i sredstv massovoi kommunikatsii» (Tomsk, 20-21 noiabria 2007)*. [Media Education: from Theory to Practice: Collection of Materials of the I All-Russian Scientific and Practical Conference «Media Education in the Development of Science, Culture, Education and Mass Communication» (Tomsk, November 20-21, 2007)]. Tomsk, NOU VPO TIIT Publ, 2007, pp. 240-276.
6. Zhilavskaia I. V. *Optimizatsiia vzaimodeistviia SMI i molodezhnoi auditorii na osnove mediaobrazovatel'nykh strategii i tekhnologii: dis. ... kand. filolog. nauk: 10.01.10* [Optimization of interaction between mass media and youth audience on the basis of media education strategies and technologies: diss. of cand. of philology]. Moscow, 2008, 232 p.
7. Zobov R. A. *Tsennochnye orientatsii molodezhi: istinnye i lozhnye* [Youth value orientations: true and false]. *Molodezh': tendentsii sotsial'nykh izmenenii: sb. st.* [Young People: Trends in Social Change: A Collection of Articles]. Saint Petersburg, SPbGU Publ., 2000, pp. 65-80.
8. Kanivets E. S. *Vliianie SMI na tsennosti sovremennoi molodezhi* [Media Influence on the Values of Modern Youth]. V *Zabaikal'skie rozhdestvenskie obrazovatel'nye chteniia «Traditsiia i novatsii: kul'tura, obshchestvo, lichnost'» (regional'nyi etap mezhdunarodnykh rozhdestvenskikh obrazovatel'nykh chtenii)* (Chita, 09-11 dekabria 2015 g.): sb. trudov konf. [V Transbaikal Christmas educational readings "Tradition and Innovations: Culture, Society, Personality" (regional stage of international Christmas educational readings) (Chita, December 09-11, 2015): a collection of works of the conference]. Chita, Zabaikal'skii gosudarstvennyi universitet Publ., 2016, pp. 124-125.
9. *O sredstvakh massovoi informatsii: zakon RF ot 27.12.1991 № 2124-1* (On Mass Media: the law of the Russian Federation of 27.12.1991 no. 2124-1). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (accessed 16.04.2019).
10. Suslov E. V. *Instrumental'naiia rol' SMI pri formirovanii obshchestvennogo mneniia v protsesse stanovleniia grazhdanskogo obshchestva: ucheb. posobie* [The instrumental role of mass media in shaping public opinion in the process of civil society formation: manual]. Yoshkar-Ola, Mariiskii gos. un-t Publ., 2004, 68 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Карпова Маргарита Константиновна – кандидат социологических наук, доцент, кафедра философии и социальных коммуникаций, Пензенский государственный университет, г. Пенза, e-mail: karpovamk@mail.ru.

Евдокимов Владимир Игоревич — соискатель, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Российская Федерация, e-mail: evdkmvv@bk.ru.

AUTHORS

Karpova Margarita Konstantinovna — Candidate of Sociology, associate professor, Department of Philosophy and Social Communications, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, the Russian Federation, e-mail: karpovamk@mail.ru.

Evdokimov Vladimir Igorevich — Applicant, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, the Russian Federation, e-mail: evdkmvv@bk.ru.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Карпова М.К. Роль СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодежи / М.К. Карпова, В.И. Евдокимов // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». — 2019. — Т. 7, № 2 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru>.

BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION

Karpova M. K., Evdokimov V. I. The role of the media in the transformation of sociocultural values of modern youth. *Electronic scientific journal «Science. Society. State»*, 2019, vol. 7, no. 2, available at: <http://esj.pnzgu.ru> (In Russian).