

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ  
ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ:**

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

(автореферат бакалаврской работы)

студента 4 курса 411 группы  
направления 39.03.01 - Социология  
социологического факультета  
Киселева Евгения Алексеевича

Научный руководитель

кандидат философских наук, доцент \_\_\_\_\_

М. Б. Аракчеева

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ Д. В. Покатов

Саратов 2019

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования** заключается в том, что проблема формирования ценностных ориентиров молодежи стоит наиболее остро. Сегодня наше общество находится в системном кризисе, и современная молодежь проходит процесс становления в условиях изменения социальных, экономических, политических, духовных основ жизни общества. В результате этого ценностные ориентиры советского периода перестают носить значимый характер для молодежи, происходит становление новых ценностных ориентиров.

Молодежь всегда являлась той социальной группой, которая наиболее восприимчива ко всем новшествам, которые появляются в жизни, следовательно, и ее ценностные ориентиры наиболее подвержены этим изменениям. В молодежной среде ценности претерпевают самые большие изменения, так как молодежь всегда ищет что-то новое и никогда не останавливается в своих поисках. Для современной молодежи уже не характерно то постоянство, которое было присуще молодежи советского времени. Сегодняшняя молодежь очень разнородна не только по возрастному критерию, но и по своей культуре. Молодежь XXI века свободна в своем выборе и не ограничена никакими рамками. Более того, современные молодые люди оказываются включенными в новую информационную реальность, которую чаще всего они осваивают самостоятельно. Для того чтобы лучше разбираться в той или иной информации молодые люди часто используют «посредников». В информационном мире роль этих «посредников» выполняют средства массовой информации: пресса, телевидение, радио, Интернет (сегодня большинство периодических изданий, радио и телеканалы имеют свои страницы в Интернете, что заменяет нам привычные печатные издания, телевизоры и радиоприемники). Все это для

современной молодежи сегодня становится привычной средой обитания, в которой и происходит становление ее ценностных ориентиров.

Однако не все, что предлагают средства массовой информации, всегда положительно влияет на молодежь. Сегодня средства массовой информации чрезмерно коммерциализированны, в связи с этим они вытесняют молодежную аудиторию с ее интересами за границу своих влияний. Средства массовой информации из воспитывающего элемента общества сегодня превратились в инструмент, который направлен на развлечение и удовлетворение потребительских интересов. Поэтому вопрос о роли средств массовой информации в формировании ценностных ориентиров современной молодежи является весьма актуальным.

**Степень научной разработанности проблемы.** Вопросами формирования ценностей под воздействием разных социальных институтов занимаются такие авторы как: Шубина И.В., Бутаева Марзижат, Елишев С.О., Борусяк Л<sup>1</sup>. Вопросами, касающимися средств массовой информации, занимаются такие авторы как: Кубякин Евгений, Коломиец В.П., Запесоцкий А.С<sup>2</sup>.

Проблеме, затронутой в работе посвящены труды ряда ученых: А.С. Запесоцкого, И.В. Жилавской, А. Черных, А.В. Россошанского, И.

---

<sup>1</sup> См.: Шубина И.В. Семейное воспитание и духовно-нравственное формирование личности. // Воспитание детей и молодежи 2011 № 4, Информационно-методический журнал.; Бутаева Марзижат Семья в контексте современных проблем трансформации России. // Власть 2011 № 04. с. 175. Елишев С.О. Формирование ценностных ориентаций современной молодежи посредством государственной молодежной политики С.5-10 // Государственная власть и местное самоуправление № 9 '2010; Борусяк Любовь Чтение как ценность в среде молодых российских интеллектуалов // Вестник общественного мнения Данные. Анализ. Дискуссии № 3 (105) Июль-Сентябрь 2010 С. 53-65.

<sup>2</sup> См.: Евгений Кубякин Социализация российской молодежи в условиях глобализации информационного пространства // Власть 2011 № 3. с.174; Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном Российском обществе // СоцИс 2010 № 1 с. 58-66; Запесоцкий А.С. Метаморфозы СМИ: новое качество или новые болезни. // СоцИс 2010 № 7, с. 7-17

Большакова, Н.С. Комаровой, Е. Кубякина, М. Буртаевой, Н.Е. Марковой, И.В. Шубиной<sup>3</sup>.

**Объект** исследования - социализация современной молодежи.

**Предмет** исследования - влияние СМИ на формирование ценностных ориентиров современной молодежи.

**Цель** исследования - изучить влияние средств массовой информации как социального института на формирование ценностных ориентиров молодежи. Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. Проанализировать понятия «ценность» и «молодежь».
2. Рассмотреть средства массовой информации как социальный институт и их влияние на другие социальные институты общества.
3. Выявить, какие из видов средств массовой информации наиболее предпочтительны для молодежи.
4. Определить, на формирование каких ценностных ориентиров оказывают наибольшее влияние средства массовой информации.

---

<sup>3</sup> См.: Запесоцкий А.С. Метаморфозы СМИ: новое качество или новые болезни. // СоцИс 2010 № 7, с. 7-17; Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Монография. Томс:ТИИТ, 2009. с. 322; Черных А. Мир современных медиа.- М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007 (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского») - 312 с.; Россошанский А.В. СМИ: вызовы и угрозы информационной безопасности. // Политико-правовые основы предпринимательства в России: Материалы междунар. науч.-практ. конференции, посвящ. 90-летию юрид. фак. сарат. ун-та. - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2008. - 288с.; Большаков И.В., Гнездилов А.В., Илюшин Д.М. Молодежь России. Какое будущее у нашей страны? (Аналитический доклад). Под ред. И. Большакова. - М., РОДП «Яблоко», 2011. с.75; Комарова Н.С. Ценностные ориентации современной молодежи. актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования: Материалы международной конференции. В 3 т. Том II / под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2010. 356 с.; Евгений Кубякин Социализация российской молодежи в условиях глобализации информационного пространства // Власть 2011 № 3. с.174; Буртаева Марзижат Семья в контексте современных проблем трансформации России. // Власть 2011 № 04. с. 175; Маркова Н.Е. Ценностные установки молодежи современной России. // Молодежь и общество 2007 № 3; Шубина И.В. Семейное воспитание и духовно-нравственное формирование личности. // Воспитание детей и молодежи 2011 № 4, Информационно-методический журнал.

**Эмпирическую базу исследования** составили сравнительный анализ материалов периодической печати, научной литературы, данные, полученные в результате авторского социологического исследования методом анкетного опроса на тему: «Роль СМИ в формировании ценностных ориентиров современной молодежи», проведенного в 2018 году в г. Саратове по вероятностной квотной выборке. Объем выборки – 100 респондентов, отобранных по таким критериям, как возраст (от 14 до 30 лет) и пол.

**Структура работы.** Бакалаврская работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Во введении** обосновывается актуальность исследования, обозначена степень изученности работы, сформулированы цель и задачи, определены объект и предмет исследования, описана структура работы.

**В первом разделе «Жизненные ценности современной молодежи и система их формирования»** дается определение понятиям «Молодёжь» и «Ценность». Одно из определений молодежи было дано В.Т. Лисовским: «Молодежь - поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших,

образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет»<sup>4</sup>.

Определений понятию «Ценность» довольно много, нам наиболее близко определение, которое дал М. Вебер - «ценность - это норма, которая имеет определенную значимость для социального субъекта»<sup>5</sup>.

Ценности общества никогда не носили единичный характер, они всегда образуют целую систему взаимосвязанных элементов, где особое место, если

---

<sup>4</sup> В.Т. Лисовский Социология молодежи. Санкт Петербург Издательство С.-Петербургского Университета 1996г. С.26-27.

<sup>5</sup> Социальная философия. Ценности socfil.narod.ru [http://socfil.narod.ru/glava\\_9.htm](http://socfil.narod.ru/glava_9.htm) (Дата обращения 07.01.2019, 20:23)

не сказать первостепенное, занимают «общечеловеческие»<sup>6</sup> ценности. Ценности по своей сути всегда находятся за пределами человеческого сознания и поэтому врожденными они быть не могут, они приобретаются в процессе жизни. Поэтому у каждого человека по идее они свои, но все же, к общечеловеческим ценностям можно отнести следующие: жизнь, здоровье, любовь, счастье, безопасность, финансовая составляющая. Этот перечень ценностей можно продолжать практически до бесконечности, так как типологий ценностей существует великое множество. На наш взгляд, это основные ценности, без которых существование человека просто невозможно. В работе приводится характеристика каждой из них

Далее в работе рассматриваются институты, которые играют, по нашему мнению, главную роль в формировании жизненных ценностей молодежи и на формирование каких ценностей они влияют: институт семьи, институт образования, экономические институты, политический институты, институт религии. Все социальные институты прямым образом способствуют становлению ценностных ориентиров молодежи. Социальные институты являются основным транслятором ценностей, которые существуют в обществе. Одним из таких институтов является и средства массовой информации.

Основными характеристиками средств массовой информации как социального института являются: институциональное единство, совмещающее характеристики института и их организационное оформление<sup>7</sup>; функция создания информационного аналога общества путем создания определенной картины мира, а также освещения функционирования других

---

<sup>6</sup> См.: Ефимов В.И., Таланов В.М. Общечеловеческие ценности: монография. Издательство «Академия естествознания», 2010. <http://www.rae.ru/monographs/97-3214> (Дата обращения 15.04.2019, 15:30)

<sup>7</sup> См.: Черных А. Мир современных медиа. - М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007 (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»). С. 20.

социальных институтов<sup>8</sup>; функция рупора общественного мнения и воздействия на большие группы людей<sup>9</sup>.

Таким образом, исходя из этих характеристик средств массовой информации как социального института, можно сказать, что самым главным элементом его является воздействие на сознание людей, поэтому и значение его в формировании ценностных ориентиров молодежи будет ключевым.

**Во втором разделе «Современные средства массовой информации и их восприятие молодежью»** показано, что средства массовой информации являются сегодня своеобразной направляющей, которая формирует различные ценности. В работе приводится характеристика действующих печатных СМИ на федеральном и региональном уровнях. В работе на материалах авторского социологического исследования на тему «Роль средств массовой информации в формировании ценностных ориентиров современной молодежи» показано влияние средств массовой информации на формирование ценностей у современной молодежи; и продемонстрировано, каким из средств массовой информации отдается наибольшее предпочтение.

В ходе опроса, нам удалось выяснить, что все-таки Интернет является самым популярным источником информации. Используют данную сеть 58,2% опрошенных, также 54,1% считают, что Интернет помогает в жизни для работы и учебы. Самым популярным ответом на вопрос «Для чего Вы используете Интернет?» - Для поиска разнообразной информации - 56,6%, так же еще Интернет используют для просмотра сайтов печатных средств массовой информации г. Саратова - 10,10%; для просмотра сайтов телеканалов - 5,1%. Таким образом, Интернет становится самым популярным источником получения не только развлекательной информации, но также информации, которая необходима для работы и учебы.

---

<sup>8</sup> См.: там же. С. 20.

<sup>9</sup> См.: там же. С. 20.

По мнению респондентов, средства массовой информации оказывают значительное влияние на формировании жизненных ценностей. Так считают - 68,4%.

Ключевым моментом стал вопрос, который и показал нам, на какие же из жизненных ценностей более всего оказывают влияния средства массовой информации: в итоге на первом месте оказалась материально-обеспеченная жизнь: 20,4%; на втором месте у опрошенных оказалось сразу три ценности, а именно: счастливая семейная жизнь, любовь, познание, стремление к новому - 10,2% и на третьем месте оказалось - здоровье и свобода и независимость в действиях и поступках - 9,2%

Таким образом, главным показателем ценностного ориентира, на который влияют средства массовой информации, оказалось материально-обеспеченная жизнь. Печальным остается тот факт, что на сегодняшний день именно эта сторона жизни выходит на первый план. Конечно, нельзя говорить, что плохо хотеть жить обеспеченной жизнью, но все-таки это ведет к деградации личностных и душевных качеств. Радует здесь только одно, что любовь и семейная жизнь пока еще не сдают своих позиций и являются также важной частью жизни молодого поколения, значит, не только деньги правят миром.

Помимо социологического опроса был проведен еще один анализ на восприятие информации, которая представлена в различных журналах и газетах, которые продаются на территории Саратова и области. Для того, чтобы провести такой анализ параллельно социологическому опросу, мы предлагали той же сотне участников прочитать статьи, опубликованные в периодических изданиях, которые мы специально отобрали для опроса. Самый главный вопрос, ответ на который мы хотели получить - на какой из ценностных ориентиров может повлиять данная публикация?



Для анализа мы отобрали следующие виды деловых периодических изданий: журнал «Общественное мнение», газета «Совершенно секретно», газета «Репортер Саратов», газета «Богатей».

Для анализа мы специально не выбирали статьи, касающиеся глубоких вопросов политики, экономики, так как они требуют глубокого вдумчивого прочтения. А также представили статьи разных годов: две статьи 2012 года и по одной статье 2017 и 2018 годов. Представленные статьи, за исключением материалов газеты «Совершенно секретно» и журнала «Общественное мнение» вызвали у респондентов довольно бурные высказывания. Мнения носили неоднозначный характер, так, как и спорт и искусство - просто не могут интересовать всех в одинаковой мере. Для одних - это образ жизни, для вторых увлечение, для третьих пустой звук. Статьи объединило то, что они оказались сравнительно не большие по объему и легки для прочтения и понимания. А вот как раз статья «Генеральская доля» из газеты «Совершенно секретно» и статьи «Перспектив поражения, или Урбанистическое самоубийство» из журнала «Общественное мнение» которые и по объему большие, и по содержанию весьма серьезные, вызвала у респондентов затруднения.

Некоторые из участников исследования даже отказались прочесть эти материалы, мотивируя это тем, что текста слишком много. А это как раз подчеркивает результаты нашего социологического опроса, что интерес к чтению падает.

Подводя итог нашему исследованию, можно сказать, что даже на примере такой небольшой группы людей которую мы опросили, можно заявить о том, что анализ мнений, касающихся предложенных печатных материалов периодических изданий г. Саратова показал, что мнения у молодежи есть и высказывать они его умеют, причем мнения разные и обоснованные. Однако, как с материалами газеты «Совершенно секретно» вышло то, что материал, который носит не развлекательный характер,

заинтересовывает молодежь гораздо меньше, нежели информация легкого, развлекательного значения. Соответственно, мы можем сделать вывод о том, что развлекательный характер средств массовой информации более интересен молодежи, нежели информация, касающаяся жизни нашего общества.

**В заключении подводятся** итоги выпускной квалификационной работы и формулируются основные выводы.

**В приложении** представлен инструментарий исследования (анкета).



