

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

ИНТЕРНЕТ-СМИ В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

(автореферат бакалаврской работы)

Студентки 5 курса 511 группы
направления 39.03.01 – Социология
социологического факультета
Складановой Екатерины Сергеевны

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

О.Г. Антонова

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

доктор социологических наук

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Д.В. Покатов

инициалы, фамилия

Саратов 2022

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В эпоху бурного развития информационных технологий и средств массовой информации проблема степени их воздействия на людей, особенно на молодежь, становится очень актуальной. Каждый современный человек постоянно сталкивается с различными средствами массовой информации. Они настолько прочно обосновались в нашей повседневности, что мы даже представить себе не можем своего существования без них. Сегодня средства массовой информации, масс-медиа – это не только печатная пресса, кино, радио и телевидение, но и социальные сети, интернет-блоги, и другие современные средства распространения информации.

В настоящее время всё чаще сейчас говорят о негативном воздействии СМИ на молодежь, которое может выражаться, например, в неадекватном внешнем виде или нестандартном поведении в обществе. Современные масс-медиа действительно оказывают огромное влияние на формирование образа жизни и внешнего вида молодых людей, при этом часто интернет-кумиры являются единственными примерами для подражания. Однако даже если внешний вид или стиль поведения юноши или девушки входит в диссонанс с «общепринятыми» нормами, это далеко не всегда должно восприниматься негативно или категорически отвергаться, если это конечно не является деструктивными или запрещёнными вещами, типа употребления наркотиков или противоправных действий.

Степень научной разработанности проблемы. Недостаточно работ, где исследовалась бы молодежь, как аудитория СМИ, на которую и направлена вся сила воздействия «медиамашины» (В.С. Собкин, Г.Г. Силласте, М.Е. Аникина, А.В. Шариков, С.Б. Цимбаленко). Совершенно не освоенной оказалась тема взаимодействия и взаимовлияния молодежной аудитории и средств массовой информации.

Молодежная среда, как аудитория СМИ во всем многообразии ее проявлений, пока не стала предметом пристального внимания исследователей.

Академик Новиков А.М. выражает острую обеспокоенность опасностью, которой подвергается психика молодых поколений телезрителей. Он полагает воздействие СМИ на психику человека по силе равным взрыву атомной бомбы и ставит вопрос об ответственности за негативные последствия информатизации. Анализ влияния телевидения на подростков представлен в работах Рогозянского М.Э., Мудрик А.В., Зазнобиной Л.С., Золотова Е.А., Сидоровой С.В, Фёдорова А. В.

Проблемы влияния СМИ на молодое поколение также рассматривали в своих работах Разинов Ю.А., Маньяковская И.Б., Флиер А.Я., Гридчин М.М., Осипова А.Г., Запёкина Н.М., Аникина М.Е., Сандалова К.

Вклад в развитие социологии ценностей положили Ф. Нортроп, американский социолог А. Кребер и П.А Сорокин.

Научное понимание проблемы эффективности средств массовой информации сформировали американские ученые в 20-е годы XX века. Основные концепции изучения влияния СМИ на общественное мнение предложили У. Липпманн, П. Лазарсфельд, К. Ховланд.

В СССР эффективность средств массовой информации изучалась с точки зрения идеологического воздействия на аудиторию. Тем не менее, отечественными учеными сделано много теоретических и практических работ в этой сфере, которые представляют научный интерес и в настоящее время. Много внимания проблемам эффективности СМИ в эти годы уделяют Б.А. Грушин, Е.П. Прохоров, Л.Г. Свитич, И.Д. Фомичева, Б.М. Фирсов, А.К. Уледов, И.М Дзялошинский.

Что касается изучения вопроса эффективности сетевых СМИ, то некоторые авторы затрагивают аспекты проблемы. Так, В.В. Кихтан, А.А. Калмыков и Л.А. Коханова обозначили причины неудач электронных версий изданий в Интернете. В.В. Кихтан поднимает вопрос экономической эффективности.

Объект исследования – Интернет-СМИ как источник воздействия на молодежь.

Предмет исследования – влияние Интернет-СМИ на социализацию молодежи.

Цель данного исследования – изучение специфики влияния Интернет-СМИ на молодёжную аудиторию и роль в формировании ценностных ориентаций молодёжи.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы формирования ценностных ориентаций молодёжи
2. Выявить специфику формирования ценностных ориентаций молодёжи под влиянием Интернет-СМИ.
3. Исследовать ценностные ориентации молодёжи, степень удовлетворённости Интернет-СМИ;
4. Провести эмпирический анализ половозрастной специфики в ценностных ориентациях молодёжи.

Эмпирической базой исследования выступили материалы СМИ, статистические данные, результаты исследования из Левада-центра, института социологии РАН, в частности, исследование ВЦИОМ, посвященное исследованию формированию ценностных ориентаций молодёжи, а также результаты авторского исследования, проведенного в 2021 году методом анкетирования в городе Саратове, вероятностная квотная выборочная совокупность составила 282 человека возрастом от 14 до 35 лет.

Структура дипломной работы состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень ее изученности, а также определяются цель, задачи, объект, предмет исследования, методологическая и теоретическая основы исследования.

В первом разделе работы «Теоретические основы формирования ценностных ориентаций молодёжи под влиянием СМИ» были

рассмотрены основные теоретические и методологические подходы, и сделан вывод, что степень воздействия масс-медиа на молодежь весьма значительна, что именно Интернет-СМИ во многом ответственны за формирование ценностных ориентаций, жизненных стратегий, образцов поведения, привычек, предпочтений молодых людей. Интернет-СМИ перестали воспитывать подрастающее поколение, оставив за собой исключительно развлекательные функции. В содержании транслируемой информации наличествует достаточно большой поток насилия, агрессивности и эротики. Под влиянием средств массовой информации происходят изменения в иерархии ценностных ориентаций молодежи – начинают доминировать индивидуальные ориентации – на отдых и развлечение.

Молодым людям, подросткам свойственно подражать поведению своих кумиров, а ими в современных масс-медиа зачастую становятся популярные «блогеры», «ютуберы» и «стримеры». Именно они определяют модели социального поведения, изменяют лексику и нормы языка, задают стиль общения со сверстниками, учителями и родителями. Влияние СМИ, особенно современных видов масс-медиа, на социализацию молодежи весьма значительно.

Основными теоретическими и методологическими подходами к определению системы ценностей послужил подход и концепция о социальном действии Т.Парсонаса.

Колберг Л., занимаясь развитием индивида, исследовал стадии морального развития личности и связывал их со стадиями умственного развития. Якобсон П.М., выделяя психологические аспекты созревания личности и исследуя критерии ее социальной зрелости, отмечал важную роль динамических сдвигов в ядре личности, связанных с открытием и усвоением ценностей, норм, требований и правил общества.

Одной из самых слабых сторон социализации для воздействия СМИ является формирование ценностных ориентаций. Информатизация общества с ее набором новых техник симуляции порождает новые модели восприятия,

лежащие пределами привычного чувственного опыта, которым присущи глобальность, относительность, интерактивность, виртуальность. Такие модели приходят в противоречие с ценностно-нормативными устойчивыми характеристиками сознания, образующими доминанты национальной культуры. Указанные модели вступают в противоречие в первую очередь в молодежном сознании, поскольку именно молодежь активнее всего подвергается воздействию современных масс-медиа.

Ценностные ориентации являются одним из центральных личностных новообразований, выражают сознательное отношение человека к социальной действительности и в этом своем качестве определяют широкую мотивацию его поведения и оказывают существенное влияние на все стороны его действительности.

В современном информационном обществе, познание реального мира, в значительной степени, происходит за счет переживания определённых медиа-образов, поскольку СМИ осуществляют социально-преобразующую репрезентацию реальности. В результате чего, происходит процесс рецепции культурных ценностей современного медиaprостранства: мода, виртуальные услуги, знания, благодаря которым, у человека конструируется некий культурный эталон, которому должен соответствовать современный человек.

Во втором разделе работы «Специфика формирования ценностных ориентаций молодёжи под влиянием Интернет-СМИ» было проанализировано авторское исследование, проведенное в 2021 году в городе Саратове. После решения описательных и аналитических задач в исследовании факторов, влияющих на формирование ценностных ориентаций молодёжи под влиянием Интернет-СМИ, было выявлено следующее:

Для большинства опрошенных среди молодёжи на 1 месте здоровье (63,46%); Очень важно понимать ценность здоровья с молодых лет, поскольку в настоящее время сохраняются негативные тенденции в состоянии здоровья молодёжи: курение сигарет, употребление алкоголя. Отношение молодёжи к своему здоровью скорее формально. Среди диагнозов лидируют заболевания

костно-мышечной системы, психические расстройства, нарушение эндокринной, пищеварительной и нервной систем. Проблемы с массой тела: дистрофия, избыточный вес.

Самым главным фактором, повлиявшим на формирование ценностных ориентаций для 59,6 % респондентов является личный опыт. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что СМИ не играют главную роль в формировании ценностных ориентаций молодёжи города Саратова по мнению опрошенных. Это можно объяснить тем, что люди уже привыкли жить в огромном потоке информации СМИ, который их окружает каждый день, поэтому не замечают на самом деле, как эта информация влияет на жизнь в целом.

78% опрошенных считают, что молодёжь наиболее подвержена влиянию СМИ, чем другие социальные группы. Так не считают 14% респондентов и 8% опрошенных затруднились ответить. Это объясняется тем, что молодёжь больше «приспособлена» к СМИ, то есть люди понимают, что СМИ не всегда выдаёт желаемое за действительное, поэтому молодые люди часто перепроверяют информацию, относятся скептически ко всему, что публикуется СМИ.

Что касается актуальных тем для молодёжи, которые должны освещаться, то 89% считают, что самая актуальная и важная тема-здоровье. Это объясняется тем, что в наше время дети и подростки ведут совершенно нездоровый и даже опасный образ жизни. Алкоголь, никотин, наркотики-это трагедия современной молодёжи. Поэтому эту тему важно освещать и объяснять подрастающему поколению, насколько это опасно и губительно для здоровья, побуждать детей и подростков к здоровому образу жизни, транслируя это в молодёжных СМИ.

Также, 5,4% респондентов считают, что Интернет-СМИ влияет на молодёжь позитивно, 13,5% опрошенных считают, что Интернет-СМИ не оказывают влияния на молодёжь, 16,2% опрошенной молодёжи считают, что влияние Интернет-СМИ является негативным 24,3% опрошенной молодёжи

ответили, что СМИ влияет скорее позитивно, чем негативно и 40,5% респондентов считают, что влияние Интернет-СМИ не является негативным, но и не несёт в себе ничего позитивного. Это объясняется тем, что, молодёжь скептически относится к Интернет-СМИ и полученную информацию старается анализировать, так же всё зависит от источника Интернет-СМИ, какие-то источники действительно полезные и пропагандируют только позитивные вещи, а какие-то вызывают сомнения.

Исследователь медийных коммуникаций И. А. Ильина утверждает, что специфика современных СМИ кардинальным образом трансформирует ценности и подходы коммуникаций, поскольку ими могут являться даже социальные сети и их структуры.

Фокус ценностной составляющей общения базируется на проявлении гедонистической функции СМИ — получение удовольствия от общения с друзьями и близкими через социальные сети или через общение с другими людьми в процессе обсуждения какой-либо актуальной темы на форумах. Это указывает, что при влиянии масс-медиа, в частности Интернета, количество общающихся возрастает, а само общение как ценность приобретает статус необходимости. Необходимость общения является средством сопутствующим трудовой деятельности людей.

Таким образом, анализ данных исследований продемонстрировал заметное влияние СМИ на процесс формирования актуальных ценностей. Концептуализация аксиологического компонента СМИ, конкретизируется их активным воздействием на изменения ценностных и нормативных ориентации пользователя, с одной стороны и динамичным участием в формировании и ретрансляции новых культурных образцов — ценностей, образцов поведения и способов взаимодействия как отдельных индивидов, так и общественных групп. Немаловажной особенностью аксиологической составляющей СМИ, является усиление интереса к воспроизводству как традиционных ценностей так и современные.

Проанализировав результаты исследования, можно сделать вывод, что специфика в ценностных ориентациях молодёжи города Саратова напрямую связана с возрастом и полом. Также Интернет-СМИ оказывает большое влияние на ценностные ориентации молодёжи города Саратова, он играет важную роль в формировании ценности здоровья и семьи. Возраст в большей степени определяет мнение респондента относительно факторов формирования ценностных ориентаций. Рассматривая этот вопрос, можно сказать, что на возраст от 18 до 21 лет в большей степени повлиял фактор личного опыта. Исходя из полученных данных, можно сказать о том, что люди всех возрастов в Интернет-СМИ проводят время с целью общения и развлечения, но чаще всего это опрошенные возраста от 14 до 17 и от 26 до 29 лет. Если рассматривать вопрос о доверии к Интернет-СМИ, то опрошенные всех возрастов доверяют Интернет-СМИ, но зачастую проверяют информацию в разных источниках для сравнения.

Пол, в свою очередь, в большей степени определяет мнение респондента относительно определения главной ценности в жизни. Рассматривая вопрос о ценностях респондентов, можно сказать что для молодёжи города Саратова здоровье и семья-это главные ценности в жизни, как для парней, так и для девушек, но для парней это важнее, чем для девушек. Сейчас современные девушки стали ценить свободу и саморазвитие, поэтому они выбирают карьеру и образование.

В настоящее время информация стала инструментом власти. Искусственно создавая «актуальные проблемы», средства массовой информации навязывают определенные правила, ценностные ориентиры, выгодные власти и имущим. Незнание граждан позволяет оказывать через СМИ влияние в скрытой форме на интеллект, эмоции, волю людей.

Так, в ходе исследования выяснилось, что источники Интернет-СМИ, а именно развлекательные сайты (32,2%) и поисковики (35,3%) оказывают огромное влияние на здоровье, конкретно на его психическую сторону. Рассмотренные примеры влияния Интернет-СМИ на ценности молодёжи

демонстрируют, что с помощью Интернет-СМИ можно продвигать любые ценности: не только наркотические вещества, но и разврат, садизм, насилие и т.д.

В заключении подводятся итоги исследовательской работы, формулируются основные выводы.

В приложении представлен инструментарий исследования (анкета по теме исследования и диаграммы)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Молодёжная аудитория всё больше времени проводят в медиа-пространстве, 75 % респондентов пользуются Интернет-СМИ в качестве источника развлечений, 66,30%-в качестве общения с родными и близкими людьми. Еще несколько десятилетий назад внутренний мир человека формировался на основе коммуникативного процесса, профессиональной деятельности, всевозможных поездок, круизов, турне. В нынешней ситуации абсолютно не обязательно проявлять какую-либо активность, чтобы познать мир, услышать новость с другого конца планеты и пообщаться с друзьями, коллегами и близкими людьми.

Интернет-СМИ приобретает все большее значение среди молодежи, лишаяющий возможности общаться в реальной жизни и заставляющий мыслить стереотипами. В ходе исследования выяснилось, что респонденты возрастной категории от 26 до 29 лет проводят время в Интернет-СМИ в большей степени с целью общения.

По данным исследования выяснилось, что молодёжь города Саратова доверяет информации из Интернет-СМИ, но обязательно сравнивают в разных источниках. В основном это люди от 22 до 25 лет. Дальше показатели снижаются. Категорически не верят Интернет-СМИ 16,7% людей от 30 до 35 лет.

В работе были изучены аспекты влияния современных средств массовой информации на ценности молодёжи и рассмотрены СМИ, как инструмент воздействия на ценностные ориентации современного общества.

Современная молодёжь города Саратова отдаёт предпочтение более традиционным ценностям: здоровью (63,46%) и семье (42,31%). Здоровье в нынешнее время действительно имеет большую ценность и очень важно поддерживать его с раннего возраста. Так же как и семья, является основным институтом социализации человека.

В ходе работы было обозначено, что Интернет-СМИ являются неотъемлемой частью массовых коммуникаций, отмечено, что манипулирование сознанием с помощью СМИ является проблемой в современном мире. Тем не менее 40,5% опрошенных молодёжной аудитории считают, что влияние Интернет-СМИ не является негативным, но также не несёт в себе ничего позитивного. Молодёжь приспособилась к информации, получаемой в Интернет-СМИ и научилась понимать, что для них является позитивным, а что не является. Тем самым отсеивая ненужную и отрицательно влияющую информацию.

Оказывая огромное влияние на молодёжь, Интернет-СМИ во многих случаях формирует их жизненную позицию и мировоззрение. Создавая новую, идеальную, но виртуальную модель реальности, служащую основным средством манипуляции сознанием потребителя, СМИ являются главным орудием того, кто за ними стоит.