

Значение СМИ в воспитании подрастающего поколения

Научный руководитель – Гусарова Марина Евгеньевна

Белякова Алена Владимировна

Студент (бакалавр)

Владимирского государственного университета, Муромский филиал, Муром, Россия

E-mail: beliakowa.alena1997@yandex.ru

Информация (в переводе с латинского - «изображать») - осведомление, сообщение о положении дел или о чьей-то деятельности, т.е. всё то, что мы получаем из окружающей среды, посредством органов чувств.

Массовая информация - это вид социальной информации, которая собирается, накапливается, обрабатывается, селектуруется, передается с помощью особых средств и выполняет ориентационные функции, определенные субъектом управления общественными процессами в расчете на массовое потребление.

В рамках модели «Источник - СМИ - Аудитория СМИ» массовая информация доходит до аудитории через СМИ с помощью журналистов. Массовая информация формирует массово-информационный поток, характеризующийся большой мобильностью, тенденцией к постоянному возрастанию, гибкости, относительно высокой изменчивостью содержания, избыточностью, значительным разнообразием подвидов информации, определенным структурно-функциональным содержанием и направленностью. Массовая информация формирует социальную зависимость, которая проявляется в том, что общество и его отдельные индивиды попадают под его влияние, добровольно и инициативно являясь активными потребителями информационных потоков. На них они обучаются нормам и правилам общежития, воспитываются на послышках этих информационных потоков и осуществляют общение между собой.

Таким образом, информационные потоки являются наиболее влиятельными и доступными средствами обучения, воспитания, формирования жизненных установок, ценностей, поведения и мировоззрения в целом. Ни один иной феномен и достижение цивилизации не смогли оказаться такими мощными и эффективными преобразователями массового и индивидуального сознания волевых и ролевых функций как глобальная массовая информация, выраженная в неизмеримости информационных потоков.

Массовая информация, наряду с другими социальными институтами, оказывает значительное давление на формирование и развитие личности и общества, которое в современных условиях называют информационным, поэтому здесь будут уместны слова Натана и Якоба Ротшильдов: «Кто владеет информацией, тот владеет миром».

Средства массовой информации (СМИ) (франц. - калька) - это система сообщения визуальной, словесной, звуковой информации по принципу широкоэвещательного канала, которая охватывает массовую аудиторию и имеет периодическую форму распространения. Суть средств массовой информации заключается в том, что их информация предназначена не для одного человека, а для всего общества.

С развитием современных технологий изменились и средства массовой информации. У классической прессы (газеты, журналы и другая периодика) появились конкуренты - радио, телевидение, а затем и Интернет. СМИ и масс-медиа - это два неразличимых понятия в современном мире, которые позволяют донести разного рода информацию, используя

принцип широковещательного канала. Они вещают для большой аудитории, их работа постоянная. Насколько сильное влияние они оказывают на молодежную аудиторию?

В рамках темы научной работы мною было проведено исследование, в котором приняли участие 50 человек в возрасте от 15 до 22 лет. Для 80% опрошенных СМИ - это источник получения разноплановой информации. Также опрос показал, что представительницы женского пола используют СМИ намного чаще, чем представители мужского пола. На первом месте у подрастающего поколения по использованию СМИ стоит Интернет, им все 50 опрошенных пользуются каждый день и, как правило, для общения и поиска информации. Второе место занимает телевидение. У молодежи в приоритете развлекательные каналы (СТС, ТНТ), а спортивные (МАТЧ ТВ) и федеральные (Первый канал, Россия-1) каналы занимают 2 и 3 места соответственно. Опрошенные мужского пола предпочитают смотреть развлекательные передачи, научно-познавательные программы, спортивные передачи и художественные фильмы. Если говорить о художественных фильмах, то лиц мужского пола больше привлекает фантастический жанр, следом идет комедийный жанр. На первом месте по просмотру у опрошенных женского пола оказались музыкальные программы и развлекательные передачи, на втором месте - художественные фильмы. Лица женского пола, если говорить о художественных фильмах, предпочитают комедийный и сериальный жанры, им уступают, оказавшись на втором месте, разделив его, детективный и мелодраматический жанры.

На вопрос «Считаете ли Вы, что СМИ оказывает влияние на молодежь?» около 80% опрошенных ответили, что оказывают, 10% считают, что нет, а остальные затруднились ответить на этот вопрос. Большая часть опрошенных считает, что самое сильное влияние на молодежь оказывает Интернет. И только 8 человек из 50 выбрали вариант «телевидение». Почти в равной степени находятся и те, кто ответил «да», и те, кто ответил «нет» на вопрос: «Считаете ли Вы, что молодежь - социальная группа, которая наиболее подвержена влиянию СМИ?» Большая часть подрастающего поколения, отвечавших на вопросы, считает, что влияние, которое оказывает СМИ на них, не является негативным, но и не несет в себе ничего позитивного. Опрошенные и женского, и мужского полов считают, что главным фактором влияния СМИ на молодежь является наличие у большинства молодых людей электронных гаджетов, позволяющих быстро и легко получать доступ к разного рода информации через Интернет. Немаловажный фактор влияния у женского пола - это желание молодых людей быть в курсе всех новшеств, быть «на гребне волны». Информационному влиянию больше подвержена молодежь, которая живет в городе.

Таким образом, средства массовой информации - это один из наиболее влиятельных институтов в современном мире, потому что он доступен, распространен и популярен как средство информирования и развлечения. Сегодня многие исследователи говорят о том, какое влияние СМИ оказывают на поведение, сознание и развитие молодого поколения. СМИ занимают лидирующее место в жизни подрастающего поколения, транслируя новые образы, смыслы и модели поведения.

С одной стороны, СМИ способствуют информированности населения, свободной дискуссии по «острым проблемам» преступности, самоубийств, коррупции и организованной преступности, проституции и т.п. С другой стороны, СМИ нередко злоупотребляют демонстрацией насилия, неквалифицированно преподносят фактические материалы, культивируют агрессию, превосходство физической силы, героизацию преступников, вседозволенность и безнаказанность, неуважение к национальным, государственным, культурным и человеческим ценностям.

Для того, чтобы уберечь подрастающее поколение от сильного давления СМИ нужно с раннего возраста прививать ребенку правильные ориентиры, ценности. Это повышает роль семьи и семейного воспитания в социализации подрастающего поколения.