

Влияния СМИ (социальных сетей) на формирование ценностных ориентаций молодежи

Научный руководитель – Захохова Мадина Руслановна

Шогенова А.Х.¹, Тенгизова М.А.²

1 - Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М.Бербекова, Институт социальной работы, сервиса и туризма, Нальчик, Россия, *E-mail: alinashogenovaa@mail.ru*; 2 - Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М.Бербекова, Институт социальной работы, сервиса и туризма, Нальчик, Россия, *E-mail: mtengizova@bk.ru*

Современное общество можно охарактеризовать как информационное общество, главным богатством которого является информация. Объективной закономерностью развития такого общества стала интенсификация информационных процессов: возрастают скорости передачи сообщения; увеличивается объем передаваемой информации; ускоряется ее обработка [1, 25]. В настоящее время особое беспокойство вызывает факт воздействия современных средств массовой информации на молодое поколение, так как процесс воспитания современной молодёжи представляет собой специально организованную деятельность, направленную на формирование определённых качеств человека под влиянием разнообразных факторов социальной жизни [2, 387]. В рамках данной статьи с целью изучения влияния социальных сетей на молодежь было проведено прикладное социологическое исследование на тему: «Влияние СМИ на формирование ценностных ориентации современной молодежи».

Объект исследования - учащиеся старших классов МБОУ СОШ №7 г. Минеральные Воды.

Целью исследования являлось определение степени влияния/место социальных сетей среди прочих институтов социализации молодежи и факторов формирования ценностно-нормативных ориентации.

Задачи исследования:

- место социальных сетей среди других СМИ для молодежи;
- функции социальных сетей для молодежи;
- основные источники социализации;
- влияние на нормативные ориентации;
- влияние на поступки.

Анкетирование было проведено на базе МБОУ СОШ №7 г. Минеральные Воды. В качестве респондентов были выбраны учащиеся 9-11 классов. Им была представлена анкета и дана установка на выполнение инструкций указанных в анкете.

Полученные данные из анкетирования представлены в диаграммной форме. Этот этап был проведен для того, чтобы было удобно работать с полученной информацией, и для получения наглядности данных.

Диаграмма 1.

По данной диаграмме видно, что 65% респондентов наибольшее количество информации получают в социальных сетях. Можно сделать вывод о том, что социальные сети опережают по значимости школу (20%), ТВ (3%) и дом (10%).

Диаграмма 2.

Данная диаграмма наглядно показывает, что ни один из опрошенных полностью не доверяет информации полученной из СМИ. Это говорит о том, что респонденты перепроверяют новость и в других источниках.

Диаграмма 3.

Исходя из данной диаграммы видно что, большинство респондентов считает информацию из социальных сетей наиболее достоверной. То есть это значит, что основная масса понимает, что ни телевидение, ни пресса не будут распространять ту информацию, которую не положено обсуждать. Это еще раз доказывает, что в виртуальном мире можно публиковать новости без разрешения третьих лиц и даже под другим именем.

Диаграмма 4.

В данном вопросе мы хотели выяснить, что способствует формированию понятий «что такое хорошо, и что такое плохо». Оказалось, что окружение имеет больший вес, чем семья. А так же социальные сети проникают все глубже в их жизнь.

Диаграмма 5.

Данная диаграмма показывает, что респонденты считают закон превыше всего. Но и собственные интересы не отстают. Как видно традиции, религия и интересы друзей, социальное окружение находятся на равных позициях. Стоит отметить, что социальные сети также не остались без внимания.

Диаграмма 6.

Постепенно перешли к вопросам личного характера. На диаграмме видно, что респонденты в своих поступках больше всего руководствуются мнением окружения в социальных сетях. Это означает, что они зависимы от мнения «друзей» в социальных сетях.

Диаграмма 7.

Данная диаграмма показывает, что практически все респонденты проводят в социальных сетях большую часть своего времени. То есть у них уже появляется зависимость, им нужно быть всегда онлайн.

Диаграмма 8.

На диаграмме мы видим, что основная масса респондентов используют социальные сети для получения информации связанной с учебой.

Подводя итоги исследования можно сделать следующие выводы:

- молодое поколение обращается за получением информации в социальные сети, так как они считают, что именно там можно найти наиболее достоверную информацию.
- телевидение, радио и печатные СМИ потеряли свою популярность среди молодежи, так как они не передают всю информацию.
- наибольшее влияние на поведение молодежи оказывают их друзья, социальное окружение, а также они руководствуются в своих поведеньях законом.
- современная молодежь часто пользуется социальными сетями для поиска информации связанной с учебой.
- посещение социальных сетей отнимает много времени у подрастающего поколения.

Исследование показало, что средства массовой информации занимают огромное место в жизни отдельного человека и общества в целом. Телевидение, радио, печать, Интернет стали второстепенными источниками информации, формирующими внутренний мир человека, а основным источником информации являются социальные сети [3, 85]. Мало кто из подростков признаёт, что социальные сети вызывают у них зависимость. Когда школьники много сидят в социальных сетях, их мозг занят бессмысленной и бесцельной активностью, которую нельзя назвать полноценной интеллектуальной работой. Они просто занимают его чем-то, чтобы он все время был занят, не думая о качестве поступающей информации, а только о количестве [4, 163].

Для того чтобы находится больше времени в реальной жизни, мы рекомендуем молодым людям завести себе ежедневник и расписать свой распорядок дня, а также отдыхать от интернета хотя бы один раз в неделю.

Проведенное нами исследование доказывает, что социальные сети играют большую роль в жизни современной молодежи, оказывают влияние на процесс социализации и становления личности.

Источники и литература

- 1) Козыревская, А.В. Современное информационное пространство, его влияние на образование и социализацию человека // Вестник восточно-сибирской государственной академии образования. - 2010. - Вып. 12. - С. 24-30.
- 2) Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. - М.: Аванти плюс. 2004. - 428 с.
- 3) Новиченко О. В. Ценностные ориентации современной Российской молодежи // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. -2013. -№03-04. -С. 84-88
- 4) Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации. - М.: Аспект Пресс. 2002. - 238 с.

Иллюстрации



Рис. 1. Диаграмма 1.



Рис. 2. Диаграмма 2.

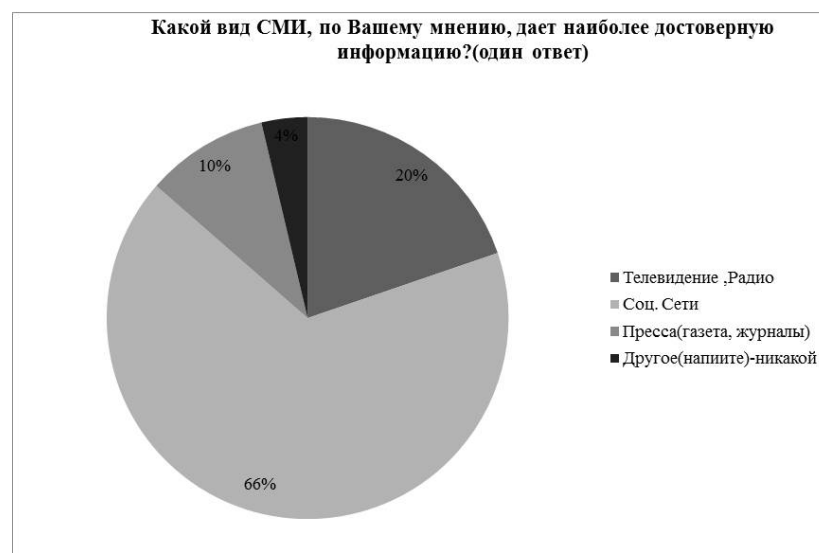


Рис. 3. Диаграмма 3.



Рис. 4. Диаграмма 4.



Рис. 5. Диаграмма 5.

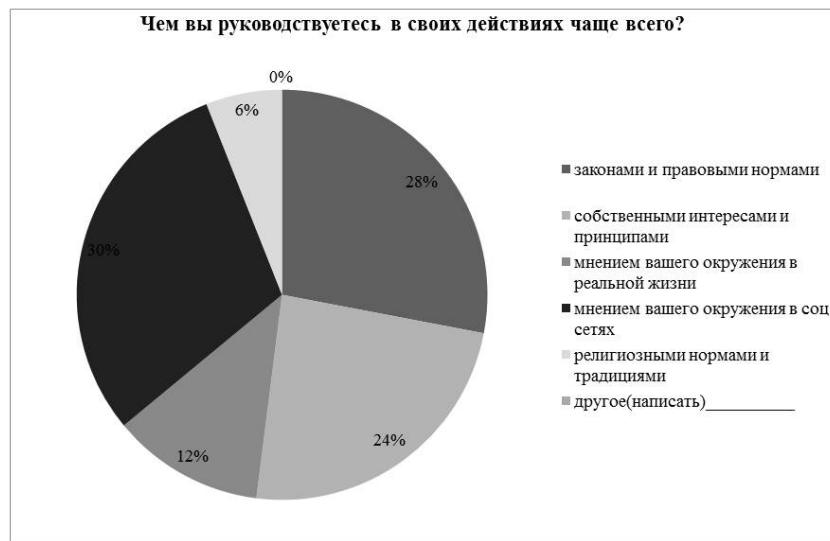


Рис. 6. Диаграмма 6.

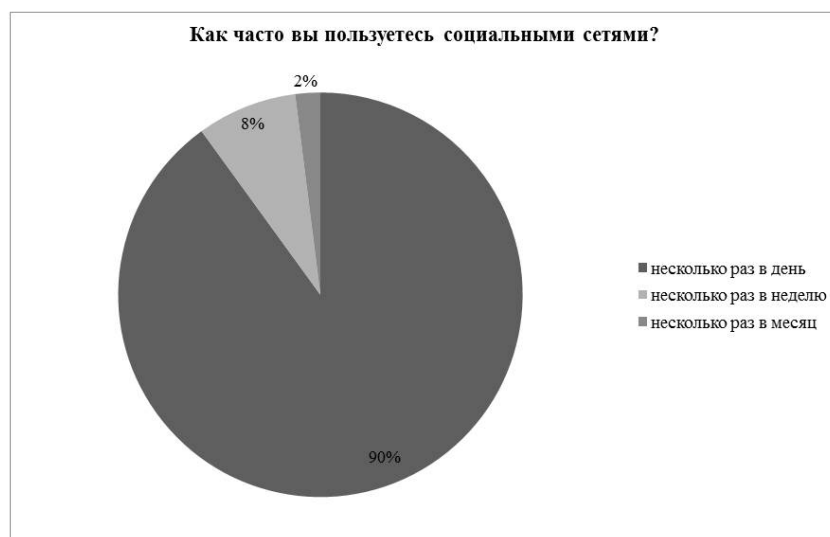


Рис. 7. Диаграмма 7.

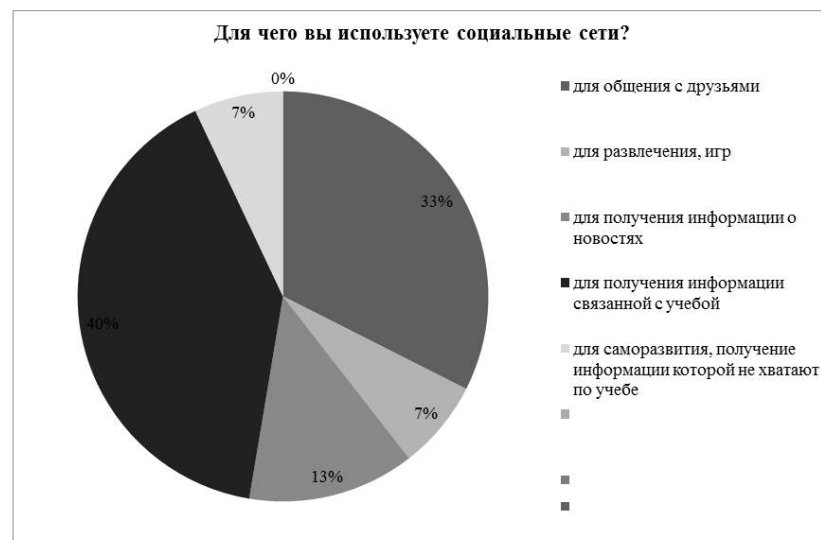


Рис. 8. Диаграмма 8.