

Статья «Ценностные ориентации студентов СФУ, отраженные в сообщениях СМИ, вещающих на молодежную аудиторию»

Проблема ценностей относится к числу наиболее важных направлений социологического анализа. Ценности - одна из главных составляющих культуры. Без ценностей не может обходиться ни одно общество. Анализ ценностного набора общества - эффективный способ его изучения, выявления проблемных частей и прогнозирования будущего состояния.

Молодежь – это инновационная сила общества. Ведь выбранные ею ценностные ориентиры определяет будущее общества. Именно в период молодости в жизни каждого человека формируется устойчивая система ценностей. Поэтому необходимо воздействовать на молодежь для того, чтобы сформировать физически и морально развитого индивида.

Современная пресса является одним из самых доступных средств массовой информации, и обладает огромными возможностями для сохранения и передачи важной информации, включающая в себя традиции духовной культуры. Поэтому будущее всего общества зависит от того, какие образцы нравственного и духовного поведения пропагандирует пресса. Транслируя образцы нравственного и духовного поведения, печать, таким образом, влияет на ценностную направленность общества и ценностную ориентацию каждого члена общества отдельно.

Следует отметить, что пресса и ее читатели находятся в неразрывной связи: читатель выбирает журнал исходя из своего ценностного набора, и в тоже время при прочтении журнала читатель усваивает ценности, транслируемые данным журналом.

Для того чтобы был спрос на предлагаемую изданием информацию, ему необходимо транслировать такой ценностный набор, которым обладает целевая аудитория. Дж. Клаппер отмечал, что СМИ укрепляют существующие у индивида ценностные установки, ведь психика человека выбирает из всего массива информации ту, которая соответствует изначальной предрасположенности индивида, его сложившимся взглядам, ценностям,

установкам [1]. Но при этом, транслируя определенный ценностный набор своих читателей, журнал тем самым передает данные ценности новым поколениям и они принимаются индивидами.

Актуальной задачей является изучение средств массовой информации вещающих на молодежную аудиторию. Знать какие ценности пытается привить СМИ новым поколениям необходимо для реализации государственной молодежной политики.

Социологический анализ ценностной направленности изданий позволяет выявить набор ценностей, которым обладает современная молодежь и соответственно передается следующим поколениям, если же они не соответствуют концепции молодежной политики, то их необходимо направить в правильное русло. В этом и состоит практическая значимость работы, государству необходимо знать какие ценности транслируются современными СМИ.

Как всем известно, наиболее активной частью молодежи является студенческая молодежь, по этой причине автор работы изучил ценностные ориентации студенческой молодежи города Красноярска. Самым крупным университетом в г. Красноярске является Сибирский Федеральный Университет. По данным «Красноярскстат» СФУ обучает около 41000 студентов из 110000 студентов всех университетов Красноярска.[2]

Таким образом, по выработанной нами выборке были опрошены студенты СФУ, целью опроса являлось выявление наиболее популярного среди студенческой молодёжи журнала. Было выяснено, что девушки выбирают такой журнал, как «Cosmopolitan», а молодые люди выбирают журнал «Men's Health». В дальнейшем был осуществлен контент – анализ журналов «Cosmopolitan» и «Men's Health», и по итогу были получены следующие данные:

журнал «Cosmopolitan»: 1 ранг – этические ценности (131 сообщение), 2 ранг – ценности развлечения (112), профессиональные (111), 3 ранг – ценности семьи (94), 4 ранг – ценности здоровья (79), 5 ранг – интеллектуально - образовательные (56), 6 ранг - материальные ценности (50);

журнал «Men's Health»: 1 ранг – ценности здоровья (151), 2 ранг – ценности развлечения (67), 3 ранг – профессиональные ценности (50), 4 ранг – материальные ценности (36), 5 ранг – интеллектуально – образовательные (29), 6 ранг - ценности семьи (25) и этические ценности (26).

Таким образом, ценностная направленность журнала «Cosmopolitan» выражена в ориентации на профессиональные ценности, этические ценности, ценности развлечения, ценности семьи. Ценностная направленность журнала «Men's Health» выражена в ориентации на ценности здоровья, ценности развлечения, профессиональные ценности.

Из полученных данных не трудно сделать вывод о том, что лидирующий набор ценностей изданий лишь частично схож. Журнал «Cosmopolitan» совмещает в себе разносторонние сферы жизни человека. Редакционная политика журнала в своих публикациях совмещает как этические ценности, которые гласят, что при взаимодействии с другими членами общества необходимо руководствоваться нравственными принципами, так и профессиональные ценности, побуждающие читателей к профессиональной самореализации; ценности развлечения, ведь молодым людям важно не только достигать карьерных высот, но и уметь развлекаться, так как это необходимо для снятия напряжения, скопленного благодаря рабочим будням, ценности семьи также находятся на первом плане. Но в тоже время журнал «Cosmopolitan» не забывает о таких ценностях, как ценности здоровья, говоря о том, что здоровье считается важным фактором успешности освоения профессии, плодотворности будущей профессиональной деятельности каждого человека, об интеллектуально – образовательных ценностях и материальных ценностях.

Журнал «Men's Health» выделяет «жирным шрифтом» такую группу ценностей, как ценности здоровья, это не удивительно, так как эта лидирующая группа соответствует названию журнала, с английского языка «mens health» переводится как «мужское здоровье». Также, лидирующими ценностями являются профессиональные ценности и ценности развлечения. Интеллектуально – образовательные ценности находятся на 5 месте, также как и у журнала «Cosmopolitan». Но, к сожалению, ценности семьи и этические ценности находятся на самом последнем месте, что заставляет взволноваться.

Также в ходе исследования был осуществлен сравнительный анализ ценностной направленности журналов «Cosmopolitan» и «Men's Health» и ценностей, которыми должна обладать современная молодежь, согласно концепции государственной молодежной политики. Согласно концепции государственной молодежной политики, современная молодежь должна иметь такие качества как гражданственность и патриотизм, обладать ценностями здорового образа жизни, духовно-нравственными ценностями, быть готовыми к построению профессиональной карьеры, также молодежь должна создавать семьи.

В результате исследования нами были сделаны следующие выводы:

- все те ценности, которые должны быть в ценностном наборе современного молодого человека, согласно концепции государственной молодежной политики, полностью отображены в ценностной направленности журнала «Cosmopolitan»;

- те ценности, которые должны быть в ценностной системе молодого человека, согласно концепции государственной молодежной политики, отображены в ценностной направленности журнала «Men's Health» частично.

Используемая литература

1. Семенова А.В., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под редакцией В.А. Мансурова. – М.: Институт социологии РАН, 2010. -324 с.

2. Данные взяты с сайта «Краснояркстат». Режим доступа:
<http://www.krasstat.gks.ru>.