



*Социологические науки*

**УДК 316.77**

**М.Е. Матвеева**

**Матвеева Мария Евгеньевна**, студентка 2 курса группы СКД/бак-21 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: matveevamari2109@gmail.com

Научный руководитель: **Дмитриева Анна Вячеславовна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: annmarina@mail.ru

## **ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ**

Средства массовой информации в условиях современного информационного общества оказывают мощное влияние на сознание людей, являются наиболее эффективным методом воздействия на ориентации личности. Главная цель массовой коммуникации – способствовать формированию необходимого для современного общества уровня культуры. В статье рассмотрены актуальные вопросы влияния СМИ на ценностные ориентации студентов, а также даны рекомендации к их использованию в учреждениях социально-культурной сферы.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, общественное мнение, личность, сознание, ценностные ориентации, механизм влияния.

**M.E. Matveeva**

**Matveeva Mariya Evgenyevna**, 2nd year student of SCA/bak-21 group of faculty of humanitarian education of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: matveevamari2109@gmail.com

Research supervisor: **Dmitrieva Anna Vyacheslavovna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor of department of socio-cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: annmarina@mail.ru

## **INFLUENCE OF MEDIA ON THE FORMATION OF SOCIO-CULTURAL ORIENTATIONS OF STUDENTS**

The media in the conditions of the modern information society, have a powerful influence on people's consciousness, they are the most effective method of influencing the orientation of the individual. The main goal of mass communication is to contribute to the formation of the level of culture necessary for modern society. The article deals with topical issues of the influence of the media on the value orientations of students, as well as recommendations for their use in institutions of the socio-cultural sphere.

**Key words:** mass media, public opinion, personality, consciousness, value orientations, mechanism of influence.

В процессе постоянной адаптации к условиям современного, стремительно глобализирующегося мира СМИ проникли во все сферы жизнедеятельности человека. В результате развития и распространения информационной культуры общество перешло к новому этапу – информационному.

Появление глобального информационного пространства существенно изменило привычные формы общения между разными культурами, людьми,

которые их представляют. Тесные коммуникативные связи, тенденции к процессу интеграции приобретают все большее значение, характеризуя явления современной социальной действительности. Активность информационных процессов настолько высока, что заставляет элементы традиционной культуры подчиняться себе и, прежде всего, модифицирует традиционную систему культурной коммуникации [1].

Современная информационная революция является мощным фактором, влияющим на мировоззрение, мотивацию действий и поведение людей, этнических групп и народов. Пространство диалога между различными участниками коммуникативных процессов в этих условиях имеет четко определенные пределы.

Средства массовой информации, как и другие институты социализации и адаптации, воздействуют на сознание и поведение подрастающего поколения не только через информацию об окружающем мире, но и путем изменения собственной личности человека, его сознания, ценностных ориентаций, потребностей, интересов и морали. Они нацелены на создание тех ценностных ориентаций, которые структурируют поведение молодежи в необходимых для государства направлениях.

Механизм влияния СМИ на формирование сознания и поведения субъектов общества представляет собой достаточно сложное явление. С одной стороны, сохраняются общие закономерности воздействия на сознание и психику личности. С другой стороны, общество, качественно изменившееся в условиях перехода к рыночной экономике, часто не воспринимает нравственно-гуманистическую составляющую информации, ее нравственную направленность, не работают существовавшие ранее формы социального контроля.

Можно выделить две основные группы функций СМИ, которые определяют их социально-культурный характер [3]:

1. Функции информационного, организационного и воспитательного характера, которые определяются действенной ролью СМИ в обеспечении единства и стабильности общества.

2. Функции, направленные на удовлетворение круга культурно-досуговых потребностей общества.

Соотношение между этими исполняемыми функциями зависит не только от качества всех элементов общения (в частности, коммуникатора и технических средств), но и от целей, которые коммуникатор ставит перед собой, удовлетворяя потребности и интересы всего общества [2].

Воздействие СМИ на социально-культурные ориентации студента подразумевает изменение составляющих миропонимания личности, закреплённых актуальным навыком индивидуума в процессе его социализации и инкультурации. Диапазон влияния распространяется на такие ценности, как семейные, этические, социальные, культурные. Результат воздействия может быть как положительным, так и отрицательным, поэтому рассмотрим его отдельно для каждой сферы.

Часто можно наблюдать, как телевизионные программы низкого качества могут транслировать сцены насилия, эротического характера, которые в конечном итоге создают ложные представления о традиционных семейных ценностях. Но в ответ государственная политика в сфере культуры разрабатывает различные серии передач, фильмов, направленных на поддержание образа семьи в глазах молодежи. Молодые люди хорошо воспринимают информацию через пример, часто могут перенять на себя ролевую модель героя программы. Так, необходимым становится привлечение известных личностей к медиапродуктам, направленным на повышение уровня семейных ценностей

Этическими ценностями нередко пренебрегают на просторах интернета. Нецензурная лексика, азартные игры, сленг – данные явления в современных СМК стали распространёнными. В социальных сетях студенты видят картинку, которую чаще всего воспринимают за реальность и норму

поведения. Поэтому государство помимо рекреативной функции, которая характеризуется снижением социальной напряженности, акцентирует внимание на образовательной функции интернета. Так, появляются новые проекты, которые способствуют самообразованию, развитию творческих навыков, расширяют интеллектуальные способности молодежи.

Иногда интернет и телевидение могут приводить к повышению социальной тревоги у студента. Давление на личность проходит пассивно. Часто в сети можно встретить блогеров, которые в раннем возрасте добились успеха и говорят о том, что так может каждый. Но в реальности популярности и больших денег обычному человеку трудно добиться. Такое различие между собственной жизнью и картинками в интернете заставляет студента чувствовать нереализованность.

Положительное влияние СМИ и СМК на социальную сферу основывается на активном создании, развитии сообществ активистов различной направленности (экологической, исторической, просветительской и др.). Такие группы являются комфортным для студентов методом проявления своей жизненной позиции.

Культурные ориентации также являются важным компонентом социального развития человека, их формирование начинается с детства и продолжается в студенческом возрасте. СМИ формируют стереотипы поведения, формируют представления о модных тенденциях и достижениях культуры разных народов. Это может оказать как положительное, так и отрицательное влияние, в зависимости от того, какие культурные ценности популяризируются.

Под воздействием информатизации культура начала приобретать диджитал характер. На этой основе возникают новые формы потребления услуг и возможности их предоставления (экранная культура, электронные галереи и т.д.). Существуют также новые виды творчества – видеоарт, медиаискусство, медиадизайн. Не только искусство и произведения искусства приобретают совершенно новые значения, но и само авторство,

выставка и опыт. Сейчас стало возможным, не выходя из дома, посещать лучшие музеи, выставочные залы по всему миру виртуально. Публикация в СМИ – эффективный способ стать известным автором в современном мире. Многие творческие студенты находят отклик своему творчеству в различных сообществах, а также активно ведут страницы в социальных сетях. На государственном уровне региональные СМИ активно продвигают молодых артистов.

Таким образом, средства массовой информации занимают в развитии общества особое место. Их воздействие на человека начинается в самом раннем возрасте и продолжается всю жизнь. В современном мире СМИ взяли на себя значительную часть функций по формированию сознания людей, воспитанию их вкусов, взглядов, привычек, предпочтений. Критическое мышление и независимость в принятии решений, основываясь на знаниях и оценке фактов, являются необходимыми навыками для молодежи. В государственной информационной политике необходимо усилить внимание к важнейшим вопросам противодействия негативному влиянию СМИ на общество.

#### **Список используемой литературы:**

1. *Горбунов, А.С.* Социализация личности и социальная ответственность средств массовой коммуникации / А.С. Горбунов // Вестник МГОУ. Серия: Философские науки. – 2022. – № 3. – С. 102-110.
2. *Грушина, А.А.* Влияние СМИ на личность подростка / А.А. Грушина, М.В. Данилова // Молодой ученый. – 2018. – № 3 (189). – С. 162–164.
3. *Ковалев, М.* Понятие, сущность и функции средств массовой информации / М. Ковалев // Молодые ученые России. – 2021. – № 34. – С. 215-218.

4. *Козлова, Е.Б.* Отношение студентов к средствам массовой информации / Е.Б. Козлова // Форум молодых ученых. – 2022. – № 4(68). – С. 153-156.