

**Влияние печатных СМИ на формирование ценностных ориентаций  
молодежи**

**Трикозова Таисия Викторовна**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: taechka\_2511@mail.ru*

Молодежь - особая социальная группа, огромная инновационная сила, чуткий индикатор происходящих перемен, определяющий в целом потенциал развития общества. И необходимо разумно использовать эту силу. Нынешнему молодому поколению предстоит решить немало важнейших задач в самых различных областях и сферах жизни. И от этих решений зависит то, как будет развиваться наша страна, и что мы сможем оставить после себя своим потомкам.

Проблема воздействия печатных СМИ на население становится все более актуальной, так как в современной журналистике широкое распространение получили приемы и методы, позволяющие воздействовать на аудиторию с целью получения определенного эффекта.

Для нашего исследования мы решили использовать следующие теории: по отношению к печатным СМИ - теория С. Чахотина и теория Х.Д. Лассуэла, по отношению к ценностным ориентациям - теорию социальных действий Вебера, классификацию ценностей Гаврилюка и Шварца, теорию формирования ценностных ориентаций Н. И. Лапина.

Под ценностными ориентациями молодежи мы понимаем разделяемые социально-демографической группой, которая переживает период становления зрелости, ценности, выступающие в качестве целей и основных средств их достижения и поэтому выступающая регулятором поведения.

В нашем исследовании мы использовали классификацию ценностей, в основу которой положены виды деятельности человека: витальные ценности, социальные ценности, политические ценности, нравственные ценности, религиозные ценности, эстетические ценности, мировоззренческие ценности, семейно-родственные ценности, материальные ценности.

Целью данного исследования было выявить какие ценностные ориентации пропагандируются в печатных СМИ. Мы проанализировали заголовки и подзаголовки пяти молодежных журналов по девяти категориям анализа. Если сравнить частоту употребления в тексте единиц анализа по каждой категории, то можно увидеть, что современные печатные СМИ пропагандируют:

1. эстетические ценности
2. семейно-родственные ценности
3. витальные ценности

Политические, нравственные, материальные ценности пропагандируют в меньшей мере, а мировоззренческие, социальные и религиозные ценности в принципе не пропагандируются.

Выявление ценностных ориентаций современной молодежи позволит получить наиболее полную оценку мировоззренческих взглядов молодежи, что позволит спрогнозировать тенденцию к формированию общества. Это исследование имеет практическую значимость для эффективности разрабатываемых мероприятий в области образования, в сфере труда и занятости, демографической и политической сферах общества.

### **Литература**

1. Байцаев Т.Т. «Молодежь в социальном пространстве современного российского общества.» Диссертационная работа: Москва, 2004
2. Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. «Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации» // Журнал «Социологические исследования», №1, 2002
3. Попов В.А. Кондратьева О.Ю. «Изменение мотивационно-ценностных ориентаций учащейся молодежи» // Социол.исслед. 1999. №6
4. Чередниченко Г. А. «Молодежь России: социальные ориентации и жизненные пути (опыт социологического исследования)» - СПб.: Изд-во РХГИ, 2004
5. Шакеева, Ч.А. «Ценностные ориентации и самочувствие молодежи в новых общественно-экономических условиях»: НПО 'МОДЭК', Институт практической психологии, 1998 г.