

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2019, №4, Том 7 / 2019, No 4, Vol 7 <https://mir-nauki.com/issue-4-2019.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/16PDMN419.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Герцен С.М. О влиянии средств массовой информации на студентов высших учебных заведений // Мир науки. Педагогика и психология, 2019 №4, <https://mir-nauki.com/PDF/16PDMN419.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Gertsen S.M. (2019). The influence of media on students in higher institutions. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 4(7). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/16PDMN419.pdf> (in Russian)

Автор выражает благодарность В.А. Фокину, Ю.Р. Вишневскому, В.В. Зыкову, Ю.М. Беспаловой, В.А. Кондакову, М.М. Акулич за неоценимую помощь и поддержку на всех этапах работы над исследованием. С большим уважением к экспертам Е.В. Андриановой, В.В. Давиденко, В.В. Гаврилюк и Н.Ю. Ожгибесовой, внесшим значительный вклад в исследование

УДК 377

ГРНТИ 14.35.05

Герцен Светлана Михайловна

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Тюмень, Россия

Доцент

Кандидат социологических наук

E-mail: s.m.gercen@utmn.ru

О влиянии средств массовой информации на студентов высших учебных заведений

Аннотация. В статье акцентируется особое внимание на воспитание и образование современной молодежи средствами массовой информации в условиях увеличения роли мультимедийной культуры в цифровом обществе. Сегодняшний студент не может представить себе подготовку к занятиям без использования интернет ресурсов, телепрограмм и видеороликов. Авторы попытались объяснить данное влияние с учётом возрастных особенностей. Безусловно, сегодня основным средством влияния на взгляды молодёжи выступают разнообразные средства массовой информации. Это подразумевает, что внимание исследователей должно быть обращено именно на роль и методы воздействия средств массовой информации, в частности, на воспитание молодого поколения. Проблема заключается в том, что молодому поколению трудно отделить ложную информацию от достоверной из-за огромного количества способов её получения. Поэтому, в данной статье авторы приводят методы исследования по заявленной теме, такие как методы наблюдения, бесед, анкетных опросов на первом этапе и диагностических работ на втором этапе проведения социально-педагогического эксперимента и выводы, полученные в его результате. Выводы позволяют выявить основное содержание поставленной проблемы. Общее состояние влияния современных средств массовой информации на воспитание молодёжи позволяет говорить о двух направлениях его развития. Первая трудность состоит в том, что студент не имеет чёткого представления в отношении того, какое поведение и мышление соответствует традиционным ценностям, и как оно должно проявляться в будущем. Вторая заключается в неопределённости воспитательной программы со стороны средств массовой информации, касающейся стратегии выполнения роли воспитания национальной идеи и национальных ценностей, ввиду большого количества ложной информации.

Ключевые слова: средства массовой информации; воспитание; молодёжь; студент; высшее учебное заведение; информация; методы

Введение

В последнее десятилетие потребность в особом внимании к воспитанию молодежи возрастает с учётом социально-экономической и политической ситуации, сложившейся в мире. Это утверждение подчёркивает тот факт, что в современном дискурсе о медиа- и информационной грамотности преобладают концепции цифровой грамотности, которые провозглашают общекультурные и социально-коммуникативные метакомпетенции как наиболее важные для формирования грамотного человека цифровой эпохи [1, с. 30]. Достойное будущее России невозможно без чувств патриотизма, национальной гордости, благородства у молодёжи на основе идентификационной общности, сохранения её исторического прошлого и настоящего. Идеологическим рычагом, способным осуществить просветительскую работу среди молодёжи по сохранению традиционных ценностей, знакомству с родной историей и укреплению суверенитета государства, могут стать средства массовой информации.

Под традиционными ценностями в данной работе будем понимать те общечеловеческие ценности, проверенные поколениями, которые широко описаны в русской литературе, педагогике, социологии и философии: семья, Родина, труд, дружба и взаимопомощь, самопожертвование и коллективизм. В соответствии с данным понятием формируются и разные критерии выявления его уровня у студентов высших учебных заведений. Влияние средств массовой информации на студентов автор связывает с распространением традиционных ценностей, обозначающих в нашем понимании тот единственный фундамент, несущий общечеловеческие ценности, который необходим для сохранения и укрепления родного отечества и его истории. Однако данное влияние требует дальнейшей разработки и уточнения, поскольку его использование в воспитании молодёжи играет далеко не второстепенную роль. Наоборот, именно оно служит гарантией сплочения будущих поколений на основе традиционных общечеловеческих ценностей [2, с. 2].

Старшему поколению молодые люди представляются как угроза обществу и власти, а молодёжь видит себя в качестве компетентных участников диалога с властью и администрацией, демонстрирующих свои достижения и дискурсивно получающих право голоса и протеста [3, с. 68].

К. Колесниковым предложена модель, которая могла бы «быть результативно приложена к исследованию и оценке способности основных субъектов патриотического воспитания – школы, вуза, СМИ, политических партий, государственных институтов – привнести конкретный конструктивный вклад в решение задачи приобщения молодёжи к традиционным ценностям» [4, с. 25]. Л. Белоножко предлагает так называемый Рефрейминг предполагает также формирование механизмов, которые смогут помочь преодолению духовной деградации общества и обеспечат смещение ценностных установок на духовное возрождение современного российского общества [5, с. 242].

Методы и материалы

По мнению многих современных исследователей «национальная медиасистема сама находится в сложном состоянии. Она ощущает на себе влияние, как глобальных процессов, так и последствия преобразований общественной жизни страны. Это оказывает прямое воздействие на то, как она сегодня выполняет свои общественные функции и, в частности, – на то, как решает задачи социального развития. После событий, которые Россия пережила в последнем

десятилетия XX в., ситуация в отечественном медийном пространстве решительным образом изменилась» [6, с. 5].

Сама система средств массовой информации претерпела столь значительную трансформацию, что её компоненты: журналистский коллектив, экономическая и техническая база, аудитория, займут ещё много места в анализах и описаниях известных исследователей. Однако наше внимание привлекают такие компоненты, как телевидение, а именно популярные телевизионные каналы и их аудитория в лице студентов высших учебных заведений. Они и составляют объект нашего научного интереса. Актуальность научного исследования состоит в том, что ранее поставленную проблему недостаточно исследовали. В нашем исследовании мы решаем проблему как привлечь молодежную аудиторию средствами массовой информации к участию в программах просветительского и образовательного характера.

Учитывая тот факт, что система российских средств массовой информации, располагает в настоящее время наиболее выигрышными резервами в решении проблемы исследования, а именно: доступностью, быстротой получения и разнообразием информации, для её решения необходимо изучить закономерности влияния телевидения на молодое поколение.

Современные авторы П.В. Алексеев, А.В. Панин, И.А. Лебедев, Л.В. Моторина отмечают антропологический аспект, который предполагает индивидуальность и самообучение в решении данной проблемы [7, с. 382]. Авторы Л.Г. Бызов, О.И. Карпухин, В.А. Зимин, В.К. Левашов анализируют проблемы воспитания молодежи в условиях модернизации и глобализации [8, с. 6; 9, с. 38]. Л.К. Лободенко отмечает, что на успешность развития информационно-коммуникативного пространства и региональных интернет средств массовой информации оказывают мощное воздействие технико-технологические и социокультурные факторы [10, с. 4].

Нами рассмотрены особенности участия средств массовой информации в процессе воспитания традиционных ценностей у студентов высших учебных заведений в условиях трансформирующейся России. Особенностью сложившейся ситуации послужило доверительное отношение студентов к информации, донесенной до них средств массовой информации и признание определённых идей и ценностей патриотического и национального характера.

В исследовании использовались методы наблюдения, бесед, анкетных опросов на первом этапе и диагностических работ на втором этапе проведения социально-педагогического эксперимента. В эксперименте принимали участие студенты с первого по пятые курсы бакалавриата и специалитета Тюменского государственного университета и их родственники.

Исследование проводилось по многофазовой выборке с соблюдением общероссийских параметров квот по полу, возрасту и образованию. Было проведено анкетирование четырех групп студентов: первого, второго, третьего, четвертого и пятого курсов. В анкетном опросе приняли участие 200 респондентов, из них: первый курс – 56 чел., второй курс – 42 чел., третий курс – 35 чел., четвертый курс – 38 чел., пятый курс – 29 чел. Соотношение полов среди всего выборочного массива: женский – 53,2 %, мужской – 46,8 %. Ошибка выборки по одному признаку в пределах 5 %, что позволяет говорить о ее репрезентативности.

Результаты и обсуждение

Полученные данные демонстрируют следующие доминанты: значительная часть опрошенных студентов считает, что получают информацию (38,5 %), недостаточно достоверную – 23 %, 16 % – совсем не достоверную.

По данным анкетирования преобладающее большинство студентов (70,5 %) регулярно смотрят развлекательные телевизионные каналы, оставляя без внимания просветительские программы; 48 % даже не знали о существовании подобных телеканалов. Кроме того, проведенное анкетирование выявило, что сегодня кумирами молодёжи являются западноевропейские певцы и актёры, лишь малая часть студентов слышала о героях Великой отечественной войны, об их подвигах и заслугах. Также мало молодёжь интересуется историческими событиями нашей Родины и выдающимися личностями современной России. Подавляющее большинство студентов (53 %) признают тот факт, что достижения как исторических деятелей, так и соплеменников волнуют их меньше, чем известные молодёжные блоггеры или певцы, пусть даже зарубежные.

Большинство респондентов сходятся во мнении, что воспитательная функция высших учебных учреждений, практически полностью утраченная после распада Советского Союза, нуждается в возрождении и разработке в соответствии с условиями сегодняшнего времени.

Выводы

В результате исследования можно сделать выводы, что старшее поколение со своей стороны заинтересовано в сохранении традиционных общечеловеческих ценностей посредством распространения их с помощью средств массовой информации, но в то же время не имеет представления как защитить молодёжь от перенасыщения фальсифицированной информацией, и в частности, каким образом привлечь к данным ценностям молодое поколение. Студенты, в свою очередь также слабо видят разграничение между достоверными и ложными ценностями, но зато с готовностью принимают и те, и другие из средств массовой информации, т. к. действительно слишком много времени проводят в интернете и всевозможных мобильных устройствах. Таким образом, пользуясь преимуществом средств массовой информации в качестве чуть ли не основного средства влияния на студентов, можно было бы увеличить количество познавательных и образовательных программ с целью снижения негативного влияния последних.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гужова И.В. Культура сетевых коммуникаций цифрового поколения в контексте современных концепций цифровой грамотности (на материалах онлайн-фокус-группы со студентами) // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Издательство: ООО Центр интеллектуальных услуг "энциклопедия" (Челябинск). – 2019. – №1 (31). – С. 30–39.
2. Герцен С.М., Бабич О.А., Ожгибесова Н.Ю., Лобанова Е.А. Формирование национальной гордости у молодёжи в рамках внеучебной деятельности вуза // Интернет-журнал «Мир науки». – 2017, Том 5, номер 1. <http://mir-nauki.com/PDF/15PDMN117.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
3. Крупец Я.Н. Студенческая молодежь в СМИ: особенности репрезентации // Социологические исследования, 2013. № 10. С. 61–69.
4. Колесников К.Ю. Особенности политики патриотического воспитания граждан России в условиях партийно-идеологического плюрализма: автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02 / К.Ю. Колесников. – Саратов, 2015. – 27 с. – С. 25.
5. Белоножко Л.Н. Роль средств массовой информации в процессе формирования нравственных и духовных основ личности // Вестник НГУЭУ, 2017. – №1 – С. 242–250.
6. Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ: теоретическая модель, журналистские практики, стратегии развития: автореферат дис. ... доктора филологических наук: 10.01.10. – Москва, 2015. – 48 с. – С. 5.
7. Алексеев П.В. Философия: учебник / П.В. Алексеев, А.В. Панин; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Проспект, 2015. – 588 с. – С. 382.
8. Бызов Л.Г. Динамика идейно-политических предпочтений за 25 лет. Три этапа трансформации общественного сознания // Россия XXI. – 2019. – №1. – С. 6–29.
9. Карпухин О.И. Молодежь России: особенности социализации и самоопределения. // Социологические исследования. – 2015. – №3. – С. 37–42.
10. Лободенко Л.К. Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты: автореферат дис. ... доктора филологических наук: 10.01.10 / Л.К. Лободенко. – Москва, 2015. – 46 с.

Gertsen Svetlana Michaelovna

Tyumen state university, Tyumen, Russia

E-mail: s.m.gercen@utmn.ru

The influence of media on students in higher institutions

Abstract. The article focuses on the upbringing and education of modern youth by the media in the context of the increasing role of multimedia culture in a digital society. Today's student can not imagine the preparation for classes without the use of Internet resources, television programs and videos. The authors tried to explain this effect, taking into account age characteristics. Of course, today the main means of influencing the views of young people are a variety of media. This implies that the attention of researchers should be drawn precisely to the role and methods of media exposure, in particular, to educating the young generation. The problem is that it is difficult for the younger generation to separate false information from reliable information due to the huge number of ways to obtain it. Therefore, in this article, the authors cite research methods on the stated topic, such as methods of observation, interviews, questionnaires at the first stage and diagnostic works at the second stage of the socio-pedagogical experiment and the conclusions obtained in its result. Conclusions allow to identify the main content of the problem. The general state of the influence of modern media on the education of young people allows us to speak about two directions of its development. The first difficulty is that the student does not have a clear idea about what behavior and thinking corresponds to traditional values, and how it should manifest in the future. The second is the uncertainty of the educational program on the part of the media regarding the strategy of fulfilling the role of educating the national idea and national values, due to the large amount of false information.

Keywords: media; education; youth; university; student; information; methods