

УДК 364.04+316.4

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

С. Н. Лихачева

(Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра политологии и социологии)

Цифровизация оказала существенное влияние на изменение структуры медиapotребления. Молодежь активно использует новые информационные технологии, основным поставщиком информации о текущих событиях для нее являются интернет-ресурсы. Результаты социологического исследования раскрывают особенности медиapotребления молодежи в условиях широкого распространения средств массовой коммуникации.

Процессы информатизации и цифровизации общества вносят существенные изменения в функционирование многих его сфер и социальных институтов, а также оказывают влияние на поведение людей. Ведущую

роль начинают играть средства массовой коммуникации (СМК), активно конкурирующие с традиционными средствами массовой информации (СМИ). Последние можно представить как совокупность учреждений и предприятий с организационной структурой, централизованным управлением, четкими задачами, специально подготовленными кадрами. В отличие от них СМК такими свойствами могут не обладать, но при этом активно действовать в медиaprостранстве. Законодательство Республики Беларусь достаточно четко регулирует деятельность средств массовой информации, но интернет-ресурсы в качестве таковых не рассматривает [1], при этом сетевые издания, прошедшие государственную регистрацию, считаются СМИ [2].

Исследователи констатируют, что «с научной точки зрения, проблема медиапотребления принадлежит к разделу медиасоциологии и определяется как совокупность повседневных практик потребления символического содержания медийных продуктов» [3, с. 163]. Современное медиапотребление имеет достаточно сложную структуру. С одной стороны, можно условно выделить две основные группы: традиционные средства массовой информации и интернет-ресурсы. С другой стороны, практически все традиционные СМИ представлены в интернете, а, например, для цифрового телевидения характерна интерактивность.

Средства массовой информации, как давно сложившийся социальный институт, и средства массовой коммуникации, получившие распространение относительно недавно, выполняют ряд важных общественных функций, в том числе социализации. В данном случае можно говорить о вторичной социализации, когда происходит воздействие на уже сложившиеся взгляды и ценности. Прохождение социализации затрагивает процесс сложных взаимоотношений общества и личности, соблюдение устоявшихся социальных норм и реализации свободы личности. Воздействие СМИ ставит вопрос о понимании каждым человеком личной ответственности перед обществом и одновременно обеспечивает возможность самовыражения. Важно при этом выработать у молодых людей стремление и умение самостоятельно пополнять знания, ориентироваться в потоке информации, противостоять возможным попыткам манипулирования. СМИ и СМК являются активными участниками формирования общественного мнения по поводу общественно-политических событий, существующих традиций, перспектив развития общества.

Вопросы отношения молодежи к средствам массовой информации и коммуникации, информационным технологиям рассматривались при проведении опроса в Могилевской области отделом социологических исследований и информационно-аналитической работы КИУП «Информационное агентство «Могилевские ведомости» в 2020 г. Подавляющее число молодых людей пользуется интернетом ежедневно (91,9%), и он является основным поставщиком информации о текущих событиях для этой возрастной группы. При ответе на вопрос: «Из каких источников Вы получаете информацию о событиях в мире, стране?» (можно было указывать несколько вариантов ответа) назвали социальные сети 81,8%, информационно-новостные сайты, порталы – 45,8%, телевидение – 34,7%, газеты – 9,3%, радио – 7,2%.

Социальные сети предлагают широкие возможности для обсуждения новостей, их пользователи объединены в сообщества друзей, знакомых, по интересам и взглядам. Традиционные СМИ существенно утрачивают свою аудиторию. Однако результаты социологического опроса показывают, что интернет не является безусловным авторитетом, и определенная часть молодежи относится к получаемой информации критически или с некоторыми сомнениями, а также затрудняется дать оценку своему отношению. На вопрос: «Доверяете ли Вы интернет-блогам и социальным сетям как источнику объективной информации?» ответили, что доверяют полностью 8,5%, скорее доверяют – 34,3%, скорее не доверяют – 14,4%, совершенно не доверяют – 7,2%, затруднились ответить – 35,6%. Широкий информационный и коммуникационный потенциал интернета имеет свои ограничения в воздействии на молодежь, что связано с наличием большого выбора источников информации, возможностями перепроверить получаемые сведения.

Наряду с функцией социализации СМИ выполняют ряд других: информационную, идеологическую, коммуникативную, познавательную, мобилизационную, критики и контроля. Они формируют общественное мнение и являются серьезным актором на политическом поле.

Распределение ответов молодежи на вопрос: «Какие важные задачи должны решать СМИ?»

Варианты ответов	%
Оперативно информировать общество о происходящих событиях	69,9
Давать возможность обычным людям выразить своё мнение, свои взгляды	40,7
Культурно и интеллектуально развивать аудиторию	38,6
Освещать вопросы, связанные с государственным управлением	32,6
Освещать вопросы, вызывающие общественный резонанс	30,9
Проводить журналистские расследования деятельности органов власти	27,5
Способствовать развлечению и отдыху аудитории	23,3
Предлагать компетентные комментарии сложных вопросов	16,9
Проводить журналистские расследования деятельности бизнесменов, частных лиц	11,4

Молодежь среди задач, решаемых СМИ, в качестве первоочередной отмечает информирование, однако важное значение придается также участию самой аудитории в комментировании и оценке происходящих в обществе событий. Интерактивность становится отличительной чертой современных средств массовой информации и коммуникации. Однако меньшее значение придается молодежью аналитической деятельности журналистов и экспертным мнениям.

Литература

1. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 17 июля 2008 г., № 427-3 : в ред. Закона Республики Беларусь от 20.12.2014 г. // Министерство информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/documents/zakony-i-ukazy/>. – Дата доступа: 11.02.2021.
2. О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь, 17 июля 2018 г., № 128-3 // Министерство информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/documents/zakony-i-ukazy/>. – Дата доступа: 11.02.2021.
3. Комарова, А. А. Основные тенденции медиапотребления в России в условиях динамически меняющейся реальности / А. А. Комарова // Вестник университета. – 2018. – № 5. – С. 162–166.