О. В. Введенская

Санкт-Петербургский государственный университет

СМИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

Под молодежной субкультурой в широком смысле понимается часть базовой культуры общества, система норм, ценностей, миропредставлений, отличающая молодое поколение от остального социума. Безусловно, телевидение и другие СМИ влияют на формирование у молодого поколения определенных образцов поведения, стереотипов мышления, способов общения. СМИ могут выступать как специфическая форма организации досуга молодых людей. Они становятся главным источником информации в области молодежной моды. В них можно найти сведения о различных неформальных группах молодежи, не просто включенных в молодежную субкультуру, но и представляющих определенную контркультуру в обществе.

Согласно наблюдениям ученых, сегодня преобладающей функцией СМИ является функция развлекательная. По результатам исследований средств массовой информации 2/3 объема досуга старшеклассников составляет просмотр телевизионных передач, при этом основной интерес проявляется к музыкальным программам, к выступлениям «звезд» различных музыкальных направлений. Молодежная субкультура формируется в определенной степени на основе музыкальных предпочтений.

Серьезное внимание исследователей привлекает и такой элемент молодежной субкультуры как сленг, нередко встречающийся в массмедиа. В большинстве молодежных телевизионных программ общение происходит на специфическом языке. Преднамеренное употребление сленга объясняется тем, что с его помощью средства массовой информации стремятся быть ближе к читателям, слушателям, зрителям. Тем самым усиливается воздействие СМИ на мышление и поведение молодежной аудитории. «Оговорки» журналистов, ведущих популярных молодежных передач на каналах «МУЗ-ТВ» и «MTV», «звезд» экрана, молодежных лидеров закрепляются в сознании молодых людей. Сленг становится неотъемлемым элементом молодежной культуры.

В настоящее время появляются специализированные молодежные каналы, печатные издания, сетевые СМИ со своими стандартами, нормами и особенностями представления контента, которые оказывают заметное влияние на стиль жизни молодого поколения, на формирование молодежной субкультуры.