

На правах рукописи



003446613

ШИМИГИРИЛОВА Лариса Николаевна

**РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность 22 00 08 – Социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

22 СЕН 2008

Белгород – 2008

Работа выполнена на кафедре экономической теории и политологии
ФГОУ ВПО «Белгородская государственная сельскохозяйственная академия»

Научные руководители: доктор философских наук, профессор
Бабинцев Валентин Павлович

доктор социологических наук, доцент
Шмарнон Юрий Васильевич

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Ельникова Галина Алексеевна

кандидат социологических наук, доцент
Тришина Татьяна Владимировна

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Орловский государственный
университет»,
кафедра социологии и политологии

Защита состоится 30 сентября 2008 года в 16 часов на заседании совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д 212 015 02 в Белгородском государственном университете по адресу 308015, г Белгород, ул Победы, 85

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Белгородского государственного университета по адресу 308015, г Белгород, ул Победы, 85

Автореферат диссертации разослан и размещен на сайте Белгородского государственного университета (www.bsu.edu.ru) 25 августа 2008 г

Ученый секретарь
совета по защите докторских и
кандидатских диссертаций Д 212 015 02,
кандидат социологических наук, доцент



И Э Надуткина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Новое тысячелетие характеризуется качественным скачком в развитии информационно-коммуникационных технологий, представляющим собой по существу глобальную информационную революцию. На наших глазах ускоренными темпами происходит становление информационного общества, которое превращает всех людей в «охотников и собирателей» информации.

Социальный успех в информационном обществе может обеспечить формирование высокого уровня информационной культуры личности. Он позволит человеку не только адаптироваться к современной информационной среде, но и создаст базу для реализации рационального и одновременно комфортного информационного поведения во всех сферах деятельности.

В полной мере данное обстоятельство относится к студенческой аудитории, для которой удовлетворение информационных потребностей и формирование информационной культуры являются одним из решающих условий успешной социализации и самореализации.

Сложное и динамично развивающееся общество предъявляет особые требования к молодому человеку. Будущему специалисту, которому предстоит жить в информационном обществе, следует не только овладеть необходимой для профессиональной деятельности информацией, но и научиться целенаправленно и осознанно выбирать и использовать информационные технологии для поддержания и развития своего интеллектуального и творческого потенциала, эффективно применять полученные знания для принятия серьезных управленческих решений. Более того, на современном этапе развития российского социума студентам необходимо овладеть таким уровнем информационной культуры, который позволял бы регулировать и систематизировать информационные потоки, гармонично сочетать разнообразные источники информации, использовать их в целях самообучения, саморазвития и самовоспитания.

Однако современная ситуация в области формирования информационной культуры специалиста характеризуется наличием острых социальных противоречий. Среди них – противоречия между уровнем развития информационной среды и качеством подготовки специалистов, между постоянно увеличивающимся объемом информации и возможностями ее восприятия, обработки, усвоения, передачи и использования индивидом в своей профессиональной деятельности.

Как показывает практика, рост информационных ресурсов неизбежно приводит к противоречию между производством и использованием информации. Информационная избыточность нередко оборачивается дефицитом нужной информации. В условиях производства и передачи гигантских массивов информации потребитель все чаще испытывает «информационный голод», который пытается преодолеть. Обычно недостаток социально значимой информации большая часть молодых людей компенсирует некритичным поглощением всех материалов средств массовой информации (СМИ), или сосредото-

чением исключительно на материалах развлекательного характера, что является собой типичный пример «бездуховного потребления» и оскудения духовного мира человека и его общения. У значительной части молодых людей отсутствуют ясные представления о том, какая именно информация им необходима, как ею можно распорядиться. Информационные потребности студентов в значительной мере удовлетворяются за счет *медийного пространства* – пространства функционирования средств массовой информации. Переиспользованная информационная среда далеко не всегда становится социокультурным пространством развития самого человека, приобретая в некотором смысле атрибуты власти над ним.

Все это актуализирует задачу формирования у студентов информационной культуры, необходимым элементом которой является *сознательное регулирование информационных предпочтений личности*. Разработка технологий формирования и развития информационных предпочтений студенческой аудитории в медийном пространстве приобретает крайне важное значение.

Степень научной разработанности проблемы.

В исследовании проблемы информационных предпочтений студенческой аудитории выделяется несколько аспектов, которые характеризуются различным уровнем изученности. Публикации по данной теме можно разделить на несколько групп, составляющих информационно-аналитическое поле нашего исследования.

Первая группа посвящена изучению массовой коммуникации как социального явления. Проблемы массовой коммуникации анализируются в работах видных отечественных и зарубежных ученых: Б. Берелсона, М. Вебера, Д. Гербнера, П. Лазерсфельда, Г. Лассуела, Г. Маркузе, Р. Мертона, У. Риверса, В.П. Терин, Э. Тоффлера, Б.М. Фирсова, У. Шрамма и других исследователей.

Вторую группу научных работ составляют исследования ученых Л. Богарта, Б.А. Грушина, С.Г. Кара-Мурзы, Е. Каца, С.Г. Корконосенко, В.С. Коробейникова, А.Р. Тузикова, Ч. Уинника, А.У. Хараша, Г. Шиллера и других, в которых изучаются вопросы влияния масс-медиа на человека и их взаимодействие с молодежной аудиторией. Анализ различных концепций масс-медиа имеет важное методологическое значение для разработки типологических моделей функционирования, развития и роли СМИ в современном обществе. Он позволяет определить многогранную взаимозависимость СМИ и социума, выявить насколько эффективно массовые коммуникации воздействуют на общество и его членов.

В третью группу научных работ входят публикации таких ученых, как В.Г. Афанасьев, А.А. Водолагин, И.М. Дзялошинский, С.Г. Корконосенко, У. Липпман, которые исследуют и анализируют различные функции СМИ. Вопрос о социальных функциях СМИ в отечественной и зарубежной социологической науке изучен довольно полно.

Принципиальное значение для диссертационной работы имеют исследования в области психологических механизмов массовых форм поведения молодежи и закономерностей изменения сознания под воздействием СМИ, психологических возможностей человека. Концепции социальной психоло-

гии представлены в *четвертой группе* научных работ и связаны с именами А И Анищенко, А И Бурдина, В П. Тугаринова и других авторов

Пятую группу научных работ составляют труды специалистов в области исследования феномена информационной культуры, а также проблем информационной культуры, затрагивающие методологическую и методическую стороны в области образования. Это работы А А Андреева, А И Арнольдова, В Н Васильева, Н П Ващекина, В А Виноградова, Н И Гендиной, Р М Грановской, И И Горловой, А А Гречихина, В М Петрова, Э П Семенюк, А И Соловьева, А П Суханова, А Д Урсула, Ю А Шрейдера, Н И Юзвишина и других авторов

В связи с актуализацией исследования социальных процессов в информационной сфере и управленческой проблематике значительный материал для диссертационной работы дают исследования в области социальных технологий Н С Данакина, Л Я Дятченко, В Н Иванова, В И Патрушева, Б Ф Усманова и др. Эти научные работы составляют *шестую группу* трудов, которые анализировались при подготовке исследования

Особое значение для исследования имеют работы по социологии молодежи и ювенологии В П Бабинцева, П И Бабочкина, Н А Дорожкина, В М Захарова, Ю А Зубок, И М Ильинского, И А Ильевой, А И Ковалевой, Ю В Коврижных, В К Криворученко, С И Левиковой, В Т Лисовского, В В Овчинникова, В О Оссовского, Т Э Петровой, В А Родионова, Б А Ручкина, В И Чупрова и других ученых

Тем не менее, до настоящего времени, несмотря на проведение многочисленных исследований информационной культуры, в социологической теории и практике отсутствуют единые подходы к изучению процесса формирования и регулирования информационных предпочтений студенческой аудитории в высшей школе. Недостаточно изученным остается вопрос о соответствии развития информационной культуры молодежи требованиям современного информационного общества.

Представление об актуальности темы, а также о степени ее изученности позволяют сформулировать основную *проблему исследования*. Она заключается в противоречии между необходимостью применения эффективных технологий формирования и регулирования информационных предпочтений студентов и недостаточным концептуальным обоснованием этой деятельности

Объектом исследования является процесс формирования информационной культуры студентов.

Предметом исследования выступают технологии регулирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве

Цель исследования заключается в разработке механизма регулирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве

Поставленная цель решается достижением следующих *задач*:

– теоретическое обоснование социальных детерминант формирования и развития информационных предпочтений студентов в медийном пространстве,

– типологизация информационных предпочтений современной студенческой аудитории,

– обоснование комплекса процедур, обеспечивающих регулирование информационных предпочтений студентов в медийном пространстве

Теоретико-методологические основы исследования. В качестве базовых оснований социологического анализа информационных предпочтений студентов в медийном пространстве в диссертационной работе рассматриваются принципы теории рационального выбора. Основным постулатом теории рационального выбора заключается в том, что люди как социальные акторы в соответствии со своими предпочтениями выбирают те действия, которые дают наилучший ожидаемый результат.

Для понимания процессов, происходящих в информационно-коммуникативной сфере вузов, значимы теоретические положения и выводы немецкого социолога М. Вебера, который представляет культурно-аналитическое направление в социологии. Теория социальных действий М. Вебера позволяет предположить, что выбор информации, представляющий собой обычное социальное действие, может осуществляться индивидом по принципу аффективного, традиционного, ценностно-рационального и целерационального действий.

Особый интерес для исследования сферы информационного поведения студентов, культуры потребления информации представляют фундаментальные научные работы П. А. Сорокина, центральной категорией в которых является понятие «ценность» как основа и фундамент всякой культуры.

Важное методологическое значение для исследовательской работы имеют фундаментальные положения диспозиционной концепции В. А. Ядова, концепции референтной группы, предложенной У. Джемсом, Р. Мертоном, Дж. Мидом, Т. Ньюкомом, Т. Шибутани, теория лидеров мнений, разработанная Е. Катцем, П. Лазарфельдом, Р. Мертоном, а также теория социальной манипуляции, осуществляемой СМИ, автором которой является Г. Шиллер.

Для решения задач, поставленных в диссертации, в том числе для анализа и интерпретации результатов социологического исследования, обращает на себя внимание типология молодежной аудитории, предложенная О. Т. Мельниковой, в основу которой положены такие критерии, как диспозиция личности, ценностные ориентации, интересы и потребности, являющиеся основой информационного выбора и информационной культуры, саморефлексия, а также ориентации на группы информационных блоков. Эта типология дает возможность определить взаимосвязь социально-демографических, социально-психологических характеристик студенческой аудитории и особенности восприятия ею массовой коммуникации.

Эмпирической базой диссертационного исследования послужили

– статистические данные и нормативно-правовые документы, характеризующие уровень информационной культуры молодежи, документально-статистические материалы по вопросам роли СМИ в современном обществе;

– результаты общероссийских социологических исследований и опросов молодежи,

– результаты прикладного социологического исследования «Информационные предпочтения студенческой молодежи белгородских вузов», проведенного автором в 2005 году в студенческой среде белгородских вузов. Выборочная совокупность составляет 400 респондентов. В ходе исследования опрошены эксперты – профессорско-преподавательский состав вузов г. Белгорода, работники СМИ, государственные служащие, выборочная совокупность – 50 человек.

В качестве методов сбора информации в рамках социологического исследования использовались социологическое наблюдение, изучение документов и опросы (анкетирование, экспертная оценка). Обработка результатов социологического исследования осуществлялась с помощью компьютера при применении методов структурного, сравнительного, факторного анализа.

Основная гипотеза диссертационного исследования включает в себя несколько взаимосвязанных положений:

1 Анализ теорий, в которых рассматривается проблема информационного выбора и информационных потребностей, дает основание предположить, что существуют социальные факторы или детерминанты информационного выбора студенческой аудитории в медийном пространстве. Поскольку социальная среда и личность постоянно находятся во взаимодействии, информационные предпочтения студенческой молодежи, скорее всего, являются следствием системного формирующего влияния диспозиции личности, референтной группы, СМИ.

2 Допустимо предположить, что классификация молодежной аудитории, предложенная О.Т. Мельниковой, в основе которой лежит критерий ценностных ориентаций, интересов и потребностей личности, позволит проанализировать и интерпретировать результаты эмпирических исследований, а также выявить факторную зависимость информационных предпочтений студенческой аудитории.

3 Имеющиеся данные о характере потребления информации студенческой аудиторией позволяют предположить, что процесс регулирования информационных предпочтений должен осуществляться непрерывно и сочетать элементы саморегуляции и внешней регуляции.

Научная новизна исследования состоит в том, что в нем

– выявлены основные социальные детерминанты формирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве, к числу которых отнесены диспозиция личности, референтная группа, СМИ,

– определены основные типы информационных предпочтений студенческой аудитории в медийном пространстве: пассивно-потребительский, «инфантильный», активно-ценностный, прагматический, «не определившийся»;

– разработан механизм регулирования информационных предпочтений студентов в вузе, основанный на идее сочетания саморегуляции и внешнего регулятивного воздействия.

На защиту выносятся следующие *основные положения*:

1 К числу основных социальных детерминант формирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве относятся

внешние социальные, представленные СМИ и социальным окружением – референтной группой; а также внутренние, в качестве которых выступают элементы диспозиции личности студента. При этом диспозиция личности не только определяет информационные предпочтения студентов, но и сама формируется под воздействием ряда социальных факторов. Такими социальными факторами являются демографический (пол, возрастные особенности, место жительства), профессиональный (уровень образования, профиль специальности), профессионально-психологический (доминирующий стиль образовательной деятельности), социально-статусный (совокупность показателей уровня и качества жизни, социальное происхождение).

2. Различные комбинации социальных детерминант информационных предпочтений студенческой молодежи предопределяют множество вариантов поведения ее представителей в медийном пространстве. При всем их разнообразии выявляются несколько типичных моделей восприятия информации и отношения к информационному воздействию. В студенческой среде в соответствии с преобладающими информационными предпочтениями выявлено пять групп студентов: пассивно-потребительская, «инфантильная», активно-ценностная, прагматическая, «не определившаяся». Выделенные группы различаются по таким признакам, как тип коммуникативного действия, характер терминальных и инструментальных ценностей, наличие интенции, ориентация на тот или иной тип информации, образцы для подражания, требования к информации.

3. Механизм регулирования информационных предпочтений представляет собой технологически упорядоченную систему взаимоотношений социальных субъектов внешней регуляции (организационных структур вуза, студенческих и молодежных организаций, молодежных СМИ) и саморегуляции (студенческой молодежи). Внешняя регуляция – технологически управляемая система, которая включает в себя комплекс специфических социальных технологий – педагогических, воспитательных, информационных и телекоммуникационных, представляющий собой совокупность приемов, методов и воздействий, направленных на регулирование информационных предпочтений студенческой аудитории. Саморегуляция определяется специальной подготовкой индивида к этой деятельности, знаниями, умениями и навыками, психологической готовностью, а также созданием в вузе положительной мотивации к саморегуляции информационных предпочтений.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что оно уточняет представления о культуре выбора информации студенческой аудиторией и предоставляет в распоряжение управленческих структур вузов – администрации, научно-методических отделов и профессорско-преподавательского состава – практические рекомендации, направленные на формирование культуры выбора информации студентами.

Разработанный инструментарий исследования может быть использован для диагностики информационных предпочтений не только студентов, но и учащихся других образовательных учреждений.

Обоснованные в диссертации научные положения и выводы могут быть использованы при проведении прикладных социологических исследований в сфере информационных процессов, происходящих в молодежной среде. Выводы, обобщения и материалы диссертационного исследования могут быть востребованы при подготовке и преподавании таких учебных дисциплин, как «Социология управления», «Социология культуры», «Социальная педагогика», «Социальная психология», «Социология СМИ», «Основы информационной культуры», а также положены в основу спецкурсов по соответствующей проблематике для студентов вузов и аспирантов

Апробация результатов исследования. Материалы и практические выводы по результатам диссертационного исследования нашли свое отражение в практических занятиях со студентами Белгородской государственной сельскохозяйственной академии в учебном курсе «Социология». Положения диссертации апробированы при проведении лекционных занятий с преподавателями на факультете повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования Липецкого государственного педагогического университета. Результаты социологического исследования были использованы в разработке доклада управления по делам молодежи губернатору Белгородской области «Положение молодежи и реализация государственной молодежной политики в Белгородской области»

Основные выводы и отдельные положения исследования апробированы диссертантом в выступлениях на научно-теоретических и научно-практических конференциях: Международный российско-польский симпозиум (БГУ, 13-14 апреля 2000 год), Всероссийский научно-практический семинар (Ст. Оскол, 2001 год), III Международная научно-практическая конференция-школа-семинар молодых ученых, аспирантов и докторантов, посвященная памяти академика В. Г. Шухова (БелГТАСМ, 3-5 октября 2001 год), Межрегиональная научно-практическая конференция «PR горизонты новой реальности» (Нижегородский ГТУ, 15-16 февраля 2002 год), Международная конференция молодых ученых (Орел, 10 апреля 2003 год), Международная научно-практическая конференция (Липецк, 18-19 мая 2007 год), Международная научно-практическая конференция (Липецк, 19-20 мая 2008 год)

Публикации. По теме диссертации опубликовано 12 работ общим объемом 4,5 печатных листа, в том числе 2 – в изданиях по перечню ВАК

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседаниях кафедры экономической теории и политологии Белгородской государственной сельскохозяйственной академии и кафедры социальных технологий Белгородского государственного университета

Структура диссертационной работы обусловлена целью и задачами исследования. Она состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы и приложений

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* обосновывается актуальность темы исследования, содержится анализ степени ее научной разработанности, определяются объект и предмет исследования, формулируются цель, исследовательские задачи и основные гипотезы исследования, характеризуются научная новизна исследования и основные положения, выносимые на защиту, раскрываются теоретико-методологическая основа и эмпирическая база исследования, его научно-практическая значимость

В *первом разделе* – «*Социальные детерминанты информационных предпочтений студенчества*» – разрабатывается концептуальный подход к определению социальных детерминант информационных предпочтений студентов в медийном пространстве

Информационные предпочтения представляют собой последовательность осознанных, целенаправленных выборов информации, обусловленных потребностями, интересами, ценностями личности студента Информационный выбор, в свою очередь, определяется способностью субъекта целенаправленно и осознанно выбирать ценную и полезную информацию

Оценивая перспективность базовых качеств информации (ценность и полезность), человек как социальный актор постоянно находится в состоянии выбора путей реализации своих целей, рассматривает реальные альтернативы, осуществляет их селекцию и отдает предпочтение одной из них В соответствии со своими предпочтениями акторы выбирают те действия, которые дают наилучший результат Выбор информации, представляющий собой обычное социальное действие, может осуществляться индивидом по принципу аффективного, традиционного, ценностно-рационального и целерационального действий (теория социальных действий М Вебера) Критерием рационального выбора является успех в достижении намеченного результата

Опираясь на теоретические положения, накопленные в области теории массовых коммуникаций, влияния масс-медиа на личность, ее поведение и социальные действия, мы приходим к выводу о том, что в объективной реальности всегда существуют социальные детерминанты, которые ограничивают рациональный выбор информации студентом и в различной степени модифицируют характер информационных предпочтений Такими социальными детерминантами являются 1) диспозиция личности, 2) социальное окружение студентов – референтная группа, 3) СМИ как один из главных социальных институтов, который участвует в социализации молодого человека и формировании его как личности

Определяя сущность информационных предпочтений студентов в медийном пространстве, диссертант обращает внимание на то, что решение проблемы в сфере потребления информации возможно посредством регулирования информационных предпочтений студентов Регулирование информационных предпочтений предполагает определение и изучение социальных детерминант информационного выбора В диссертации выделяются и подробно рассматриваются указанные социальные детерминанты

Диспозиция личности как один из социальных детерминант представляет собой систему или комплекс предрасположенностей к определенному восприятию условий деятельности и к определенному поведению в этих условиях. Являясь сложным образованием, структурные элементы диспозиции личности – потребности, интересы, ценностные ориентации, установки, убеждения – влияют на процесс восприятия, усвоения и переработки информации. Диспозиция личности не только определяет информационные предпочтения студентов, но и сама формируется под воздействием системы социальных факторов. К ним относятся 1) демографический фактор (пол, возрастные особенности, место жительства), 2) профессиональный фактор (уровень образования, профиль специальности), 3) профессионально-психологический фактор (доминирующий стиль образовательной деятельности), 4) социально-статусный фактор (в узком значении он представляет совокупность показателей уровня и качества жизни, а также специфических черт жизненного уклада, обусловленных социальным происхождением человека). Рассматриваемые факторы играют весьма заметную роль в протекании информационных процессов в студенческой среде.

Ценностные ориентации, интересы, убеждения студента являются объектами воздействия со стороны референтной группы, которая влияет на выбор информации. Для студента образцом, системой отсчета оценки самого себя и других, основой формирования социальных установок, норм поведения и ценностных ориентаций является референтная группа, включающая в себя: а) первичную группу (семья), б) формальную студенческую группу, в) группу неформального общения (знакомые, друзья и т.п.). Причисляя себя к референтной группе, индивид тем самым стремится разделить не только ее цели и нормы, но и выбор информации. Нормы референтной группы превращаются в социальные установки студента, в систему оценки явлений социальной жизни для формирования своей «картины мира». Поскольку у каждого индивида столько же референтных групп, сколько каналов коммуникации, то он может оказываться под перекрестным влиянием различных референтных групп. При этом сила их воздействия на поведение индивида различна. Существенное влияние на выбор информации или источник информации будет оказывать та референтная группа, которая является эталоном или отправной точкой для сравнения.

Референтной может быть не только группа, но и личность как пример для подражания и поведения. Важную роль в процессе формирования отношения к поступающей информации играют лидеры мнений, которые выступают в качестве своеобразных социальных фильтров на пути информации. Проходя через такие фильтры, информация либо отвергается, либо, наоборот, получает более яркое «звучание», лучше воспринимается студенческой аудиторией.

Анализ различных концепций роли СМИ в социуме и их влияния на человека позволяет сделать вывод о том, что выделяются два подхода к рассматриваемой проблеме: «человекоцентрированный» (Д. МакКуэйл, Г.М. Маклюэн) и медиацентристский (Р. Миллс, Т. Томсон, Р. Милибанд).

Сторонники «человекоцентрированного» подхода полагают, что личность – активный агент, конструктор собственного информационного поведения, который подстраивает СМИ к своим потребностям, создавая при этом спрос и рынок информации. Несомненным достоинством данной концепции можно считать подход к реципиенту как к активному социальному существу и трактовать процесс потребления массовой коммуникации не просто как пассивное времяпрепровождение, а как деятельность, обусловленную человеческими потребностями.

Согласно другому полярному подходу – медиационистскому, аудитория рассматривается как пассивная масса, не способная противостоять потоку внушаемых сообщений, идей. Реализуется модель «монологического» общения – СМИ лишают личность самостоятельности, поработают ум и разрушают естественную культуру (Р. Миллс). Психологические механизмы защиты человека от негативных воздействий СМИ не всегда «срабатывают». Причиной этого воздействия является высокая интенсивность информационного прессинга на индивидуальное сознание, которое начинает жить не в реальном, а в иллюзорном мире – мире информационных фантомов (М.Г. Делягин). Данное обстоятельство в полной мере относится к студенческой аудитории, которая часто становится объектом информационного воздействия, в подавляющем большинстве случаев не способной не только как-либо ему противостоять, но даже просто осознать наличие такого воздействия. Корректируя сознание, СМИ могут изменять и структуру потребностей, и систему ценностных ориентаций студента, а значит, предопределять выбор самой информации. Ни отдельной личности, ни референтной группе практически невозможно отказать от СМИ как от своеобразного социального наркотика. Безусловно, такое воздействие представляет собой не статическое или сиюминутное влияние, а социальный процесс, который оказывает долговременное влияние на общественное сознание, отражающее национальный менталитет.

Во втором разделе – «*Типология информационных предпочтений студенческой аудитории в медийном пространстве*» – выделяются и рассматриваются категории студентов с точки зрения доминирующих у них информационных предпочтений: пассивно-потребительская, «инфантильная», активно-ценностная, прагматическая, «не определившаяся».

Выделенные типы студентов различаются по таким критериям, как диспозиция личности, структура которой определяется характером терминальных и инструментальных ценностей, наличие интенции, ориентация на тот или иной тип информации, образцы для подражания, требования, предъявляемые к информации. Каждому типу студенческой аудитории соответствует тот или иной тип действия в классификации, предложенной М. Вебером.

Пассивно-потребительская группа студентов (от 10% до 13%, традиционный тип коммуникативного действия) характеризуется тем, что у ее представителей практически отсутствуют установки на духовное саморазвитие. Круг ценностных ориентаций ограничен стремлением к развлечению, устройству личной жизни, с приоритетным решением сиюминутных бытовых потребностей. Эти студенты обеспокоены достижением таких важных на

их взгляд целей, как материальный достаток (35% респондентов), семейное благополучие (53,2%), возможность добиться уважения со стороны окружающих (20%) При этом они рассчитывают, что в решении жизненных проблем им помогут деньги, везение и удача (43,5%), протекция (25%), умение приспосабливаться к обстоятельствам (19,5%) 54,6% студентов, отнесенных нами к пассивно-потребительской группе, предпочитают тематику СМИ, которая связана с развлекательными и музыкальными формами В материалах СМИ эти студенты не пытаются выделять позитивные и негативные стороны тех или иных социальных явлений Они безразлично относятся к мнениям и взглядам журналистов и корреспондентов, не имеют своей точки зрения на способы решения проблем, рассматриваемых в СМИ (62,5%) Основной характеристикой этой аудитории является несформированность информационных интересов и потребностей, неумение работать с медийной информацией и различать, где в ней фигурируют факты и где имеет место оценочная позиция В выборе образца для подражания у них присутствует элемент неопределенности

«Инфантильная» группа студентов (от 6% до 8%, аффективный тип коммуникативного действия) Для этой группы респондентов типичны такие терминальные ценности, как материальное благополучие (36,5% участников опроса), здоровье (29%), любовь (36,4%) В сознании представителей данной группы молодежи превалирует потребность в любви и романтике «Инфантильная» категория студентов в большей степени ориентируется на гедонистическую (42%), а также на познавательную информацию (31%) При этом в последней их привлекает бытовой аспект Наиболее предпочтительным аспектом межличностных отношений для студентов данного типа является не духовная, а сексуальная гармония Предпочитаемое содержание информационного материала – зрелище, максимально насыщенное событиями и эмоциями, выходящими за рамки повседневной жизни Эта аудитория полагает, что информация должна быть драматизирована, конкретна, эмоционально окрашена У студентов, отнесенных к данной группе, как правило, отсутствует пример для подражания

Активно-ценностная группа студентов (от 13% до 15%, ценностно-рациональный тип коммуникативного действия) Ее представители рассчитывают опираться в жизни на свои силы и не полагаться на обстоятельства Особую роль во взаимодействии с окружающей реальностью у студентов ценностно-рационального типа коммуникативного действия играет их система ценностей Представители этой группы несут в себе значительный инновационный потенциал Смысл своей жизни они видят в одновременном удовлетворении личных интересов и служении таким надличностным ценностям, как народ, Родина (61,2% респондентов) Главными терминальными ценностями считают семейное благополучие (47,5%), работу, приносящую удовлетворение (34,5%), служение обществу (28%), духовное развитие (29,5%) Для достижения успеха в жизни они должны получить хорошее образование, овладеть навыками самообразования Аудитория этого типа проявляет интерес к общественно-политической жизни, к участию в деятельности политических

партий и общественных движений. Круг интересов активно-ценностной группы студентов сводится к информации, направленной на расширение кругозора, повышение уровня общей образованности (53,5%). Они проявляют активность по отношению к информационным материалам, но свой выбор осуществляют, руководствуясь почти исключительно системой ценностей. Для этой аудитории особенно близки передачи о реально действующих людях, таких, как они сами и их знакомые. Чаще всего, примером для подражания они выбирают представителей интеллигенции.

Прагматическая группа студентов (от 10% до 12%, целерациональный тип коммуникативного действия) не отвергает «новые», но и не разделяет «старые» ценности. Сознание ее представителей нацелено на поиск реальных возможностей для конструктивного действия. Отличительной чертой «студентов-прагматиков» является рационализация обыденного сознания, расчет действий, способствующих достижению выгодного результата. «Прагматики» высоко ценят свободу и независимость (25,8% респондентов). Они ориентированы на успех в жизни. Образование рассматривается ими в качестве средства обеспечения карьеры и материального достатка (29,5%). При выборе средств достижения намеченных целей у «прагматиков» преобладает умение приспособиться к обстоятельствам (19,5%). Представители прагматической категории предпочитают информацию практического и познавательного характера. Круг информационных интересов связан с политикой и экономикой (48,9%). При этом информацию СМИ «прагматики» выбирают расчетливо, оценивая, насколько она им может быть полезна и выгодна. 59,4% студентов, принадлежащих к прагматической аудитории, расценивают себя по отношению к СМИ как равноправных партнеров по общению. Как правило, образцом для подражания являются представители бизнеса и шоу-бизнеса.

«Не определившаяся» группа студентов (от 59% до 63%, смешанный тип коммуникативного действия) может быть охарактеризована как маргинальная, не усвоившая ценностей «старого» мира, но и не имеющая возможности интериоризировать ценности «нового». Их ценностные ориентации противоречивы. «Смысловое поле» «не определившихся» студентов разрушено, их сознание предрасположено к манипулированию. Направленность сознания «не определившихся» студентов смещена в сторону удовлетворения потребностей гедонистического характера. Информационные интересы и предпочтения исследуемой категории студентов разнообразны. 86,6% респондентов этой группы на вопрос о предпочитаемой информации часто затрудняется как в выборе вариантов ответов, так и в высказывании своего мнения.

Наиболее важными факторами выбора информации молодого человека являются демографический (пол, место жительства), профессиональный (профиль специальности), а также социально-статусный факторы (социальное происхождение респондентов). Возраст и курс обучения как составляющие демографического фактора и профессионально-психологический фактор в меньшей степени влияют на информационные предпочтения студенческих категорий.

В *третьем разделе – «Механизм регулирования информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве»* – рассматривается проблема организации регулирования информационных предпочтений студентов

Под регулированием информационных предпочтений понимается форма целенаправленного воздействия, ориентированного на поддержание равновесия в регулируемом объекте посредством активизации социальных регуляторов (норм, правил, целей) Регулирующее воздействие осуществляется путем влияния на условия жизни, на ценностные ориентации студента, его информационное поведение Само регулирующее воздействие представляет собой определенный порядок действий, включающий постановку цели, непосредственное воздействие на объект регуляции, оценку результата

Цель регулирования заключается в формировании у студентов умения работать с медийной информацией, способности к критическому осмыслению целей, методов и приемов манипулятивного медиавоздействия, пониманию причинно-следственных связей в предоставляемом информационном материале, выработке эффективных методов работы с информацией в медийном пространстве (анализе, синтезе, сравнении)

Механизм регулирования (регуляции) информационных предпочтений студенческой аудитории в медийном пространстве представляет собой технологически упорядоченную систему взаимоотношений социальных субъектов внешней регуляции (организационных структур вуза, студенческих и молодежных организаций, молодежных СМИ) и саморегуляции (студенческой молодежи)

Внешняя регуляция рассматривается в диссертации как система регулирующих воздействий социальных субъектов на объект регулирования Объектом регулирования в данном случае является поведение студентов в медийном пространстве, процесс выбора ими информации, необходимой для решения жизненных проблем и достижения жизненных целей Саморегуляция (внутренняя регуляция), в свою очередь, представляет систему внутренних личностных воздействий, направленных на самоанализ и самокоррекцию собственного информационного поведения

Система внешних регулирующих воздействий организуется и направляется организационными структурами вуза – администрацией, профессорско-преподавательским составом, студенческими и молодежными СМИ, студенческими организациями, советом кураторов

Внешняя регуляция – технологически управляемая система, которая включает в себя комплекс специфических социальных технологий – педагогических, воспитательных, информационных и телекоммуникационных, представляющий собой совокупность приемов, методов и воздействий, направленных на регулирование информационных предпочтений студенческой аудитории Рассматриваемые социальные технологии позволят «вооружить» студентов методологией преобразующей практики, нарастить и сформировать арсенал методов информационной деятельности (владение приемами анализа, синтеза, сравнения информации), повысить уровень информационной культуры

Педагогические технологии включают в себя разнообразные методы обучения и формы организации учебной деятельности. Их использование в процессе регулирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве предполагает

1) включение в профессиональные образовательные программы курса «Основы информационной культуры специалиста» с предварительной разработкой и изданием соответствующей учебно-методической литературы, подготовкой педагогических кадров. Курс позволит студентам включиться в процесс создания и функционирования в социуме медийной информации, познакомит их с «внутренней лабораторией» производства медиатекстов, с целями, методами, приемами и социально-психологическими механизмами манипулятивного воздействия СМИ,

2) применение активных методов обучения – деловых игр, пресс-конференций, дебатов, ролевых игр, метода «круглого стола», кейс-метода (разбор конкретных ситуаций), моделирования процессов или ситуаций, обсуждения специальных видеозаписей, методов с использованием компьютерной техники, тренингов с использованием информационных технологий и др. Предложенные решения и действия будут способствовать формированию у молодых людей умения критически мыслить, личностной социальной позиции, умения вести конструктивный диалог, стимулированию познавательной и информационной активности, выработке у студентов продуктивных подходов к работе с информацией.

Информационные и телекоммуникационные технологии (ИТКТ) – технологии, основанные на применении компьютерных систем, а также специального программного, информационного и методического обеспечения. В процессе регулирования информационных предпочтений студенческой аудитории могут реализовываться разнообразные ИТКТ: электронные учебники, мультимедийные системы, электронные библиотечные каталоги, банки и базы данных, телеконференции, дистанционные олимпиады и конкурсы, Интернет и др. Внедрение ИТКТ позволяет, с одной стороны, эффективно использовать активные методы обучения, направленные на регуляцию информационных предпочтений студенческой молодежи. С другой – ИТКТ формируют у студентов умение самостоятельного поиска любой информации, компетентность в области информационных и коммуникационных технологий, необходимую для успешной социальной и профессиональной адаптации. Они предоставляют свободный доступ к культурной, учебной, научной и иного рода информации.

В диссертационной работе отмечается, что процесс регулирования информационных предпочтений важно продолжать во внеаудиторное время. Досуговая деятельность сама по себе обладает мощным информационным потенциалом. В этом направлении особая роль принадлежит совету кураторов, студенческому старостату, молодежным организациям, которые являются связующим звеном с внеучебной, досуговой деятельностью студентов вуза. Для этого следует активизировать деятельность вышеназванных структур вуза и «усилить» в их работе такие направления студенческого досуга, как экс-

курсионно-туристическое, театрально-художественное, краеведческое. Ценность предложенных направлений внеучебной деятельности заключается в приобщении студентов к традиционным источникам информации (музеи, театры, выставки, экскурсии), в развитии способностей студенческой аудитории к эстетическому восприятию, пониманию, анализу медиатекстов

В работе подчеркивается, что в процессе регулирования информационных предпочтений студентов важная роль отводится студенческим и вузовским СМИ. Вузовские многотиражки выгодно отличаются от современной молодежной прессы широкими возможностями вести обсуждение и решение студенческих проблем и вопросов с привлечением огромного потенциала авторитетных вузовских ученых, исследователей, преподавателей и студентов, актуальностью и достоверностью предоставляемой информации. «Проблемная» студенческая журналистика стимулирует информационную активность студентов, формирует социальную и нравственную позиции студентов.

Процесс регулирования информационных предпочтений студенческой молодежи предполагает не только внешнее регулирующее воздействие, но и осознанное, фундаментальное внутреннее преобразование. Система внутренних личностных воздействий определяется специальной подготовкой индивида к этой деятельности, знаниями, умениями и навыками, психологической готовностью. Поэтому внешние регулирующие воздействия организационных структур вуза должны быть взаимосвязаны с особенностями развития личности студента, его возможностями саморегулирования в медийном пространстве.

В современном вузе должна существовать эффективно действующая система мотивации студентов, направленная на стимулирование и развитие информационной активности, субъектности и автономности, развитие способности к сознательным, целенаправленным действиям в медийном пространстве.

Решение проблемы создания положительной мотивации к саморегуляции информационных предпочтений целесообразно осуществлять по двум направлениям. Первое – внедрение и своевременное применение социальных технологий. Второе направление – применение оптимальных воспитательных технологий, системно интегрированных с педагогическими технологиями.

В работе описывается процесс внедрения проектируемых технологий, рассматриваются общие требования при выборе или разработке предложенных технологий. Так, рассматриваемые технологии должны быть ориентированы на овладение методами и технологией работы с информацией. Разрабатываемые технологии важно направлять не только на овладение способами профессиональной и учебной деятельности, но и на развитие мыслительной активности, критического стиля мышления, рефлексии информационного поведения студентов в медийном пространстве. Внедряя социальные технологии, следует развивать личность студента, в частности, формировать информационную активность, автономность и субъектность студента в медийном пространстве, а также учитывать психологические особенности личности.

Целесообразность применения технологий, направленных на регуляцию информационных предпочтений студентов в учебно-воспитательном процессе, оправдана только в том случае, когда они не являются искусственной надстройкой существующей практики обучения, а согласованы с содержанием и целями изучения конкретной дисциплины, обоснованно и гармонично интегрируются в данный процесс, обеспечивая новые возможности преподавателям и студентам

Автором разработана структура и определено содержание курса «Основы информационной культуры», а также его место в системе подготовки современного специалиста

В *заключении* подводятся итоги исследования, сформулированы основные выводы, предложения и практические рекомендации по регулированию информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве, обозначены перспективы теоретических и эмпирических исследований формирования и развития информационной культуры студентов в высшей школе и разработки социальных технологий. Результаты эмпирического анализа и программа социологического исследования приведены в приложениях

*Публикации автора по теме диссертации**

В изданиях по перечню ВАК:

1 Шмигирилова, Л Н Информационные предпочтения провинциальных студентов. на примере белгородских вузов / Л Н. Шмигирилова // Вестник Московской академии рынка труда и информационных технологий – 2006. – № 13 (35) – С 95-98 (0,25 п.л.)

2 Шмигирилова, Л Н Регулирование информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве / Л Н Шмигирилова // Научные ведомости БелГУ – 2008 – № 2 (42) – Вып 3 – С 210-216 (0,4 п.л.)

В других изданиях:

3 Воронова, Л Н Современные теоретические интерпретации воздействия культа насилия в кино на молодежь / Л Н Воронова // Социальная коммуникация в современных условиях: состояние, проблемы, перспективы материалы междунар рос-пол симп / БелГУ – Белгород, 2000 – Ч 1 – С 38-40 (0,2 п.л.)

4 Воронова, Л Н Функциональная роль телевидения в молодежной среде / Л Н Воронова // Современные проблемы строительного материаловедения материалы докл III междунар науч-практ конф-шк-семинара молодых ученых, аспирантов и докторантов / БелГТАСМ – Белгород, 2001 – Ч 3 – С 302-307 (0,4 п.л.)

5 Воронова, Л Н Средства массовой коммуникации в концепциях современных коммуниктивистов / Л Н Воронова // Сборник научных работ преподавателей и аспирантов кафедры политологии и права / БГСХА – Белгород, 2001 – Вып 2 – С 40-47 (0,5 п.л.)

6 Воронова, Л Н Структура информационных предпочтений студентов белгородских вузов / Л Н Воронова // Диагностика и прогнозирование социальных процессов сб науч тр кафедры социологии / БелГТАСМ – Белгород, 2001 – Вып 3 – С 100-108 (0,6 п л)

7 Воронова, Л Н Использование ресурсов Интернета в политике России / Л Н Воронова // Коммуникация бизнес и производство, политика и управление сб тр науч -практ конф / Нижегород ГТУ – Н Новгород, 2002 – С 220-224 (0,3 п л)

8 Воронова, Л Н Роль СМИ в формировании гражданской культуры студенчества / Л. Н Воронова // Ресурсы социального управления в условиях реформирования российского общества проблемы развития и востребованности материалы междунар конф молодых ученых, Орел, 10 апр 2003 г / ОРАГС , под общ ред А А Мерцалова – Орел, 2003 – С 81-82 (0,2 п л)

9 Воронова, Л Н Студенческая аудитория СМИ что за выбором? / Л Н Воронова // Общество Личность Культура соц -гуманитар исслед . сб науч тр – Белгород , СПб, 2003 – Вып 1 – С 48-56 (0,6 п л)

10 Шмигирилова, Л Н Информационная культура студенческой аудитории как фактор регулирования информационного выбора / Л Н. Шмигирилова // Общество Личность Культура соц -гуманитар исслед сб науч тр – Белгород ; СПб , 2006 – Вып 4 – С 372-376 (0,3 п л)

11 Шмигирилова, Л Н Формирование и развитие информационной культуры в системе непрерывного профессионального образования / Л Н. Шмигирилова // Проблемы непрерывного образования проектирование, управление, функционирование материалы междунар науч -практ конф , Липецк, 18-19 мая 2007 г в 3 ч / ЛГПУ – Липецк, 2007. – Ч 1 – С 187-193 (0,4 п л)

12 Шмигирилова, Л Н Теоретические концепции медиаобразования молодежной аудитории / Ю В Шмарнон, Л Н Шмигирилова // Проблемы непрерывного образования проектирование, управление, функционирование материалы междунар науч -практ конф , Липецк, 19-20 мая 2008 г . в 3 ч / ЛГПУ. – Липецк, 2008 – Ч 1 – С 49-53 (0,3 п л / 0,15 п л)