

На правах рукописи

БЕССОЛИЦЫНА Наталья Александровна

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
КАК ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ
(на примере Республики Башкортостан)**

Специальность 23.00.02 - политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва 2004

Диссертационная работа выполнена на кафедре социологии и политологии
Московского государственного открытого педагогического университета
им. М.А. Шолохова

Научный руководитель: кандидат философских наук, профессор
Панферова В.В.

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Андреев Э.М.
кандидат политических наук, доцент
Барина В.И.

Ведущая организация: **Институт переподготовки и повышения
квалификации преподавателей
гуманитарных и социальных наук МГУ
им. Ломоносова**

Защита состоится 28 сентября 2004 г. в 12.00 на заседании
Диссертационного совета К 212.136.03 в Московском государственном
открытом педагогическом университете им. М.А. Шолохова по адресу: 109004,
г. Москва, ул. Верхняя Радищевская, д. 16-18.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке МГОПУ им. М.А.
Шолохова по вышеуказанному адресу.

Автореферат разослан «___» августа 2004 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
Кандидат философских наук, доцент


С.И. Ерофеева

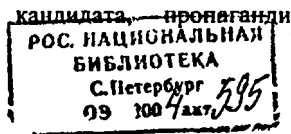
Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Современное человечество переживает на рубеже веков процессы глобальных трансформаций, имеющих настолько фундаментальный характер, что создаются предпосылки для принципиально нового положения человека в мире. Информационно-коммуникационная революция привела к тому, что средства массовой коммуникации и информации приобрели способность перерабатывать и быстро распространять колоссальный объем информации, оказывая тем самым влияние на сознание и поведение всех слоев общества. Преобразования, происходящие под влиянием новых информационных технологий во всех сферах общественной жизни, кардинально изменяют образ жизни миллионов людей.

Информационная сфера все активнее воздействует на все стороны жизнедеятельности индивида, определяет не только производственную и духовную деятельность, но и вторгается в область межличностного взаимодействия. Социализацию современной личности нельзя рассматривать без учета воздействия на нее СМИ. Институт масс-медиа имеет значительные возможности влияния не только на сознание, но и способен формировать поведенческие установки личности.

Переход цивилизации к новой стадии своего развития - информационному обществу определяет функционирование всех социальных институтов.

Средства массовой информации как специфический социальный институт все в большей степени расширяют возможность не только отражать политические процессы, но и участвовать в формировании их содержания. Происходит медиатизация политики и политизация СМИ. Политические технологии, формируя виртуальную реальность, обладают огромной эффективностью воздействия на массовое сознание. Виртуализация политики нагляднее всего проявляется в ходе проведения предвыборных кампаний. Посредством технологий виртуальной реальности искусственно создается привлекательный для общества образ



руемый

средствами массовой информации. Таким образом, борьба за власть становится борьбой имиджей, которые формируются ангажированными политтехнологами. Сужается сфера рационального восприятия политических процессов и явлений.

В этой связи особую актуальность приобретает исследование процесса влияния СМИ на политическую социализацию личности, выявление тех конкретных факторов и условий, которые определяют становление нового социального типа личности - человека информационной эпохи.

При этом следует учитывать неоднозначность воздействия информационно-коммуникационных технологий на сознание и поведение человека, противоречивость самого процесса адаптации личности к требованиям информационного общества.

Информатизация общества меняет современный мир, однако не содержит при этом приоритетности ее гуманитарной составляющей, социальных и культурных императивов. Это приводит к возникновению глобального противоречия между продолжающими доминировать рыночно-потребительскими ценностями индустриального общества и духовно-ориентированными гуманистическими ценностями, вне которых проблематично становление нового типа общества.

Названные общецивилизационные процессы накладываются на специфические проблемы и противоречия трансформирующегося российского общества. Теория самоорганизации систем предполагает выход из оказавшейся в кризисном состоянии системы, переход от хаоса к порядку «на основе новых базисных структур, ценностей и норм поведения»¹. Причем выбор нового пути в условиях бифуркации общества обусловлен целым рядом факторов, но решающим из них являются ценностные ориентации, доминирующие в массовом сознании. В этих условиях процесс политической социализации личности в целом и особенности воздействия на него средств массовой

¹ См.: Ельчаников М.С. Трансформация России: синергетические аспекты // Социально-гуманитарные знания. – М., 2002. №3. С. 270.

информации в современной России приобретает особую актуальность. Все это определило выбор темы диссертационного исследования.

Степень научной разработанности темы.

Осмысление значимости информации и информационных процессов, происходящих в современном обществе, роли государства в них, специфика регионального фактора, необходимость регулирования потоков информации остаются все еще недостаточно изученными. Рассмотрение процесса политической социализации личности через призму влияния средств массовой коммуникации и СМИ представляется исключительно важной задачей, имеющей не только теоретическое, но и практическое значение.

Данную проблему правомерно рассматривать с позиций междисциплинарного анализа. Здесь необходимо выделить ряд проблемных направлений, которые составляют теоретическую базу исследования. Это теории информационного общества, выступающего в качестве основания государственной информационной политики; концепции информационной политики и информационной безопасности; теории коммуникативистики и журналистики в современном обществе, а также направление непосредственно связанное с исследованием проблем политической социализации и влиянием средств массовой информации на данный процесс. Различным аспектам этих проблем посвящены труды многих исследователей.

Среди работ, внесших наибольший вклад в развитие концепций информационного общества, следует выделить труды зарубежных и отечественных исследователей, большая часть которых написана в русле концепций постиндустриализма. Это работы Д. Белла, О. Тоффлера, П. Дракера, Д. Гелбрейта, М. Кастельса, Р.Ф. Авдеева, В.Л. Иноземцева, И.С. Мелюхина, А.И. Ракитова, И. Масуды, Р. Рэддика, Э. Кинга и других¹.

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Асадемия, 1999, 786 с.; Тоффлер О. О. Футурошок. СПб.: Лань, 1997, 461 с.; Тоффлер О. Третья волна. – М.: АСА, 1999, 784 с.; Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая индустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Асадемия, 1999. – С. 67-100; Гелбрейт Д. Справедливое общество Гуманистический взгляд. (The Good Societi. The Humane Agenda. Boston-NY, 1996); Кастельс М. Информационная эпоха. экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЕ, 2000, 608 с.; Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации: Учеб. пособие – М.: ВЛАДОС, 1994, 336 с.; Иноземцев

Проблемы информационной политики и информационной безопасности исследованы в трудах В.Д. Попова, Ю.А. Нисневича, И.И. Юзвизиной, М.Н. Грачева, И.Н. Панарина, В.В. Егорова, Я.Н. Засурского, И.И. Засурского, Б.И. Кретьова, Л.Н. Тимофеевой, А.Р. Тузикова, М.С. Вершинина, В.Г. Почепцова, В.Е. Лепского, О.Г. Леоновой, С.Н. Комисарова и других¹.

Теория коммуникативистики, теоретические проблемы журналистики и проблемы места и роли СМИ в современном обществе нашли отражение в работах М.М. Назарова, В.М. Березина, Е.П. Прохорова, В.В. Панферовой, Е.Л. Вартановой, Я.Н. Засурского, М.В. Шкондина, Л.Г. Свитич, С.В. Бориснева, Л.Н. Федотовой, С.И. Алексухина, О.К. Валитова и т.д.².

В.Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая индустриальная волна на Западе: Антология... С. 3-66; Инземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противопоставления, перспективы: учеб. пособие для студентов ВУЗов. М.: Логос, 2000, 304 с.; Мелюхин И.С. Информационное общество. – М.: Изд-во Московского университета, 1999, 208 с.; Ракитов А.И. Информация, наука, технология в глобальных исторических изменениях. – М., 1998, 104 с.; Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. – М.: Политиздат, 1991, 287 с.; Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Washington.: World Future Soc., 1983; Reddick R., King E. The Online Jour@list: Using the Internet and Other Electronic Resources. FACS. London, 1996.

¹ Попов В.Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС, 2001. – 136 с.; Нисневич Ю.А. Информационная политика России: Проблемы и перспективы. – М., 1999. – 170 с.; Юзвизина И.И. Основы информатологии. Учебник. Издание 2-е, переработанное и дополненное. – М.: Международное издательство «Информатология», «Высшая Школа», 2000. – 517 с.; Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. – М.: НОУ МЭЛИ, 1999. – 167 с.; Грачев М.Н. Политическая коммуникация // Вестн. Росс. университета дружбы народов. Сер.: Политология. – М., 2000. – №7. С. 24-39; Панарин И.Н. Информационная война в России. – М.: Мир безопасности, 2000. – 159 с.; Панарин И.Н. Информационная война и власть. – М.: Мир безопасности, 2001. – 223 с.; Егоров В.В. Основы государственной политики в области электронных СМИ. Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. РИО. – М., 2001. – 37 с.; Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 288 с.; Засурский Я.Н. Журналистика и общество: балансируя между государством и общественной сферой // Средства массовой информации постсоветской России: Учеб. пособие / Я.Н. Засурский и др.; под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 303 с.; Кретьов Б.И. средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социал.-гуманит. знания. – М., 2000. №1. – С. 101-115; Тимофеева Л.Н. «Открытая власть»: информационная деятельность государства в условиях становления демократии // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. – М.: Изд-во РАГС, 2002. С. 75-101.; Тузиков А.Р. Западная теория идеологии: от критики «ложного анализа» к анализу дискурса масс-медиа. Монография. – М.: Соц.-гуманитарные знания. 2002. – 290 с.; Вершинин М.С. Политические коммуникации в информационном обществе. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 253 с.; Почепцов В.Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук, 2000. – 576 с.; Лепский В.Е. Субъектно-ориентированная парадигма СМИ: гармония информационной безопасности и развития России // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. 1 Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А.И. Донцова, Я.Н. Засурского, Л.В. Матвеевой, А. И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2002. С. 19-29.; Леонова О.Г. К вопросу об информационном поле // Российская государственность в XXI веке и глобальные проблемы мирового развития: Т. 2: Материалы науч. конф. «Ломоносовские чтения», апрель 2003 г./ Под общ. ред. Панковой Л.Н. – М.: МАКС Пресс, 2004. С. 228-232.; Комисаров С.Н. Информационная безопасность // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. – М.: Изд-во РАГС, 2002. С. 211-227.

² Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Изд. 2-е испр. – М. Эдиториал УРСС, 2002. – 240 с.; Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. Монография. – М.: Изд-во РУНД, 2002. – 183 с.; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 367 с.; Панферова В.В. Проблемы

Исследование теории журналистики в последние годы, выходя за рамки традиционных филологического и исторического анализа, все активнее вторгаются в проблемное поле политологии. Основным направлением исследований при этом выступает взаимоотношение СМИ и власти.

В последнее время очевиден рост внимания исследователей к проблемам политической социализации личности в целом и молодежи в частности. Это связано с происходящими трансформационными изменениями современного российского общества, реформированием его политической и социально-экономической составляющих и как следствие - модификацией мировоззрения и сознания россиян.

Методологические аспекты социализации личности рассматриваются в трудах Э.М. Андреева, Е.Б. Шестопал, П.А. Сорокина, В.Т. Лисовского, И.М. Ильинского, С.Н. Иконниковой, Р. Инглетарта, Ф. Гиддингса, других исследователей¹.

Анализируя проблемы социального развития, Э.М. Андреев говорит о степени и характере вмешательства в существующее состояние общества.

формирования информационной культуры в современном российском обществе // Российская государственность в XXI веке и глобальные проблемы мирового развития: Т. 2: Материалы науч. конф. «Ломоносовские чтения», апрель 2003 г./ Под общ. ред. Панковой Л.Н. – М.: МАКС Пресс, 2004. С. 297-299.; Вартанова Е.В. Засурский Я.Н. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. I Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А.И. Донцова, Я.Н. Засурского, Л.В. Матвеевой, А. И. Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2002. С. 7-19.; Шкондин М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. – М.: Пульс, 2002. – 120 с.; Свитич Л.Г. Феномен журнализма // Под ред. проф. Я.Н. Засурского. – М.: Ф-т журналистики МГУ, 2000. – 252 с.; Бориснев С.В. Социология коммуникативистики. Учебник. – М.: 1997. – 304 с.; Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для ВУЗов. СПб.: Питер, 2003. – 400 с.; Алексухин С.И. Принципы моделирования информационного пространства в ходе избирательных кампаний // Массовые информационные процессы в современной России. – М., изд-во РАГС при президенте РФ, 2002, С. 234-246.; Валитов О.К. Информация и жизнь общества: Уфа. Башкортостан, 1996. – 351 с.; Валитов О.К. Социально-философский анализ проблемы свободы средств массовой информации (СМИ) в современных условиях. – Нефтекамск: НФ РИО Баш. ГУ, 2004. – 228 с.

¹ Андреев Э.М. Новый социальный порядок и иное мировоззрение // Российская государственность в XXI веке и глобальные проблемы мирового развития: Т. 2: Материалы науч. конф. «Ломоносовские чтения», апрель 2003 г./ Под общ. ред. Панковой Л.Н. – М.: МАКС Пресс, 2004. С. 42-46.; Андреев Э.М., А.В. Миронов А.В. Социально-гуманитарное знание и образование: новые реалии, иные измерения, информационная безопасность. Монография. – М.: Соц.-гуманит. знания, 2001. – 142 с.; Шестопал Е.Б. Личность и политика: критический очерк современных западных концепций политической социализации. – М.: «Мысль», 1988. – 203 с.; Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / Пер. с англ. – СПб.: РХГИ, 2000. – 1056 с.; Лисовский В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: Учебное пособие. – СПб.: СПб ГУП, 2000. – 519 с.; Ильинский И.М. Молодежь и общество на рубеже веков. – М., 1999. – 332 с.; Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. – М.: Голос, 2001. – 696 с.; Иконникова С.Н., Кон И.С. Молодежь как социальная категория. М. 1970; Инглетарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В.А. Иноземцева. М. Academia, 1999. С. 245-261.; Giddings F. The Theory of socialization. N.Y. 1897. p. 220.

Время требует смены научных парадигм и перехода к новому мировоззрению; отказу от представления о приоритете материальных ценностей и такого видения мира, в основе которого находится «информационная ее трактовка, признание приоритетности духовно-познавательных, творческих начал общественной жизни, развития человека»¹.

Проблемы политической социализации, а также анализ влияния СМИ на формирование личности нашли отражение в работах В.И. Бариновой, Т.Н. Самсоновой, В.К. Сергеева, В.С. Собкина, Ю.М. Евстигнеевой, И.А. Щеглова, И.Ю. Глинской, Л.В. Владимировой, В.П. Мальцева, В.В. Касьянова, О.Н. Васильева и других².

Профессор Т.Н. Самсонова, исследуя различные аспекты политической социализации российских школьников, отмечает, что среди агентов политической социализации все более заметную роль играют средства массовой информации, но их роль двойственна. СМИ много внимания уделяют отрицательным моментам (неудачи лидеров, скандалы и т.д.), что вольно или невольно формирует у подрастающего поколения негативное отношение к политике³.

В диссертационном исследовании В.В. Касьянова впервые рассматривается роль информационного пространства в процессе политической социализации

¹ См.: Андреев Э.М. Новый социальный порядок и иное мировоззрение... С. 46.

² Баринова В.И. Особенности формирования политической культуры в современном российском обществе // Актуальные проблемы социально-экономического и политического развития общества // Сб. науч. статей. Вып. 7 / Отв. ред. В.М. Утенков. – М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М.А. Шолохова, 2002; Самсонова Т.Н. Основные аспекты политической социализации российских школьников // Человек и современный мир. – М.: ИНФРА-М, 2002. С. 340-348.; Сергеев В.К. Молодежная культура и СМИ. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002. – 84 с.; Собкин В.С., Евстигнеева Ю.М. Информационная среда и проблемы социализации подростков // Социология и общество. Тезисы Первого Всероссийского социологического конгресса «Общество и социология: новые реалии и идеи» - С-Пб.: Издательство «Скифия», 2000. С. 170-172.; Щеглов И.А. Политическая социализация личности и современный исторический процесс // Социально-гуманитарные знания, №4. 2000. С. 287-297.; Щеглов И.А. Виртуализация как фактор социализации // Социально-гуманитарные знания. №5. 2003. С. 311-319.; Глинская И.Ю. Средства массовой коммуникации и их воздействие на массовое сознание // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. – М.: Изд-во РАГС, 2002. С. 175-192.; Владимирова Л.В. Политическая социализация учащейся молодежи // Автореферат дисс. канд. полит. наук М. 2001. – 24 с.; Мальцев П.В. Российская молодежь: проблемы политической социализации и участия. // Дисс. канд. полит. наук Орел, 2003. – 150 с.; Касьянов В.В. Политическая социализация молодежи в современной России // Дисс. д-ра социол. наук Ростов-на-Дону. 1999. – 311 с.; Васильев О.Н. Социализация личности в условиях формирования информационного общества // Дисс. канд. филос. наук Волгоград. 2000. – 134 с.

³ См.: Самсонова Т.Н. Основные аспекты политической социализации российских школьников... С. 345.

молодежи (в социологическом аспекте). Информационное пространство определяется одним из важнейших факторов политической социализации.

Анализируя проблемы места и роли средств массовой информации в обществе, Андреев Э.М. и Миронов А.В., подчеркивают что СМИ призваны способствовать повышению активности людей в решении жизненно важных для общества проблем, ориентировать их в конкретных ситуациях, формировать продуктивное общественное сознание, прививая навыки к сотрудничеству и согласию, консолидируя и объединяя граждан, живущих в одном государстве и принадлежащих к одному мировому сообществу.

По существу речь идет о социализирующей функции СМИ, хотя специально проблема роли СМИ в политической социализации в работе не рассматривается.

Заслуживает внимания работа В.К. Сергеева «Молодежная культура и СМИ», основанная на социологическом исследовании. В ней анализируются проблемы влияния СМИ на молодежь в современном российском обществе. Работа представляет значительный интерес, она исследует проблему с социологических позиций.

Общетеоретические вопросы социализации и их региональная специфика достаточно активно исследуются в Республике Башкортостан. Это исследования Р.А. Ахметьяновой, А. Ахмадеева, И.А. Оноприенко, И.Л. Газизовой, Т.Г. Мухтарова, Р.Ф. Латыпова, Т. Черкасовой, Ф.С. Файзуллина, Р.М. Самарбаева и других¹. Однако и здесь роль СМИ как фактора политической социализации практически не анализируется.

¹ Ахметьянова И.А. Оноприенко Социализация молодежи в Республике Башкортостан: проблемы противоречия // Социология и общество. Тезисы Первого Всероссийского социологического конгресса «Общество и социология: новые реалии и идеи» - С-Пб.: Издательство «Скифия», 2000. С. 180-181.; Ахмадеев А. Черкасова Т. Молодежь РБ: проблемы социальной напряженности и социальной удовлетворенности (анализ репрезентативного социологического опроса) // Ватандаш. 2000. №1. С. 145-150.; Газизова И.Л. Особенности политической социализации личности в условиях трансформации российского общества // Политические трансформации: общероссийский контекст и региональная специфика. Сборник научных статей. - Уфа: БАГСУ, 2004. С. 117-126.; Мухтаров Т.Г. Башкирская молодежь в современном городе: этническая социализация (анализ результатов этносоциологического опроса). - Уфа: РУМНЦ, 2002. - 64 с.; Латыпов Р.Ф. Политическая социализация: этнический аспект // Дисс. канд. полит. наук, Уфа. 2003. - 189 с.; Файзуллин Ф.С. Самарбаев Р.М. Роль средств массовой информации в формировании этнического сознания // Ядкар. 2003. №2. С. 3-14.; Файзуллин Ф.С. Самарбаев Р.М. Региональное телевидение в условиях трансформации общества //

Таким образом, на сегодняшний день проблема влияния информационного пространства и конкретно - региональных СМИ на политическую социализацию еще не нашла должного освещения в научной литературе и оставляет широкое поле для исследования.

Объектом исследования являются региональные СМИ в целом и конкретно молодежные СМИ Республики Башкортостан как фактор политической социализации.

Предметом исследования выступает роль региональных СМИ в механизме политической социализации молодежи, влияние информационной политики на ее эффективность.

Цель исследования - анализ региональных СМИ в системе информационного пространства политической социализации молодежи в целях оптимизации информационной политики в условиях демократизации российского общества.

Для достижения цели в диссертационном исследовании были поставлены следующие задачи:

- определить роль и место СМИ в системе политической социализации личности в условиях становления информационного общества;

- проанализировать сущность государственной информационной политики, ее федеральный и региональный аспекты в условиях трансформации российского общества с учетом вхождения России в мировое информационное пространство;

- провести сравнительный анализ сложившихся моделей информационной политики на федеральном уровне и на уровне субъекта федерации - Республики Башкортостан;

- выявить гуманитарный аспект информационной политики и роль средств массовой информации и массовой коммуникации в ее реализации;

- определить воздействие информационной политики с учетом новых информационно-коммуникационных технологий и конкретно - региональных СМИ на политическую социализацию личности;

- определить пути оптимизации информационного пространства политической социализации молодежи.

Гипотеза исследования. В условиях становления информационного общества резко возрастает роль СМИ как фактора политической социализации. Наибольшее влияние региональных СМИ характерно для молодежи малых городов и сельской местности.

Теоретико-методологическую базу исследования составляют теоретические положения классической и современной политологии, позволяющие рассмотреть феномен политической социализации и влияние на данный процесс средств массовой информации в контексте социально-политических процессов в условиях становления информационного общества; совокупность общенаучных подходов и методов в изучении теории информационного общества, информационной безопасности, политической социализации, такие как метод системного подхода к анализу явлений социальной реальности, конкретно-исторического подхода, компаративного анализа. Используются также частнонаучные методы: изучение статистики и документов, юридические методы анализа правовых актов, контент-анализ периодической печати. В аспекте политологического подхода использованы труды философов, политологов, социологов, историков, специалистов в области теории коммуникативистики и журналистики.

Эмпирической базой исследования являются нормативно-правовые акты и материалы, обеспечивающие достоверность проводимого анализа:

- международные документы в области формирования информационного общества, обеспечения информационной безопасности;

- национальные концепции формирования информационного общества, информационной политики и информационной безопасности;

- законы и иные нормативно-правовые акты Российской Федерации и Республики Башкортостан о средствах массовой информации;
- материалы периодической печати и электронных СМИ;
- материалы социологических исследований, в том числе проведенного автором в 2004 году (опрошено 502 человека).

Научная новизна исследования состоит:

- в углублении исследования роли информационного пространства как фактора политической социализации личности через анализ информационной политики в аспекте двух ее составляющих - технико-технологической и гуманитарной;
- в рассмотрении государственной информационной политики через призму соотношения федерального и регионального уровня, когда глобальные процессы развития новейших информационно-коммуникационных технологий происходят на фоне трансформации современного российского общества;
- в анализе региональной информационной политики (на примере Республики Башкортостан) и определении ее модели и содержания;
- в постановке и впервые проведенном комплексном анализе с политологических позиций информационного пространства Башкортостана;
- в компаративном анализе социализирующего воздействия центральных и региональных средств массовой информации и их специфики;

На защиту выносятся следующие положения:

1. Политическую социализацию современной молодежи представляется важным рассматривать через призму влияния информационного пространства. В условиях становления информационного общества резко возрастают роль информации и информационных субъектов в формировании образа социально-политической реальности.

С учетом огромного влияния новых информационно-коммуникационных технологий на социально-экономические, политические и духовные процессы в обществе на государственном уровне необходимо закрепление положения о

принципиальном различии продукции СМИ как духовного продукта от других товаров в условиях рыночной экономики.

2. Информационная политика имеет сложную структуру, где выделяются две составляющие: технико-технологическая и гуманитарная. Именно вторая составляющая, отражая содержательную сторону информационной политики» должна стать приоритетной.

3. Государственная информационная политика России, включает два уровня — общефедеральный и региональный, при этом каждому соответствует не только особый аппарат управления, но и своя методика реализации информационной политики. В различных субъектах Российской Федерации выстраиваются своеобразные модели этой политики с учетом региональной специфики. Вследствие этого необходима четко сформулированная государственная информационная политика на уровне федеральной власти с целью оптимизации взаимоотношений центра и регионов.

4. В Башкортостане реализуется собственная модель информационной политики. Информационная политика в республике базируется на основе федерального и регионального законодательства и реализуется в основном через комплексные государственные программы различного уровня, что позволяет обеспечить ей последовательность, системность и выбор текущих приоритетов.

В Российской Федерации фактически закрепились «экономическая» модель функционирования СМИ. Эта модель опирается на три элемента: тираж, рекламу и распространение. Однако по отношению к национальным изданиям подобная модель не работает. Поэтому в Республике Башкортостан была избрана «политическая» модель функционирования средств массовой информации.

5. Информационное пространство Республики Башкортостан представлено средствами- массовой информации всех уровней: международного, федерального, регионального (республиканского), местного. В Башкортостане

функционируют периодическая печать, телевидение, радио, электронные СМИ, информационное агентство и информационные центры.

Учредителями СМИ выступают органы государственной власти различных уровней, общественные организации и объединения, промышленные предприятия, коммерческие структуры и физические лица.

В информационной сфере республика сумела избежать радикализма, крайностей, отрицания исторического прошлого.

6. Региональные молодежные средства массовой информации достаточно широко представлены в информационном пространстве Башкортостана. Только республиканских изданий выходит в свет пять наименований на трех языках, в практике телерадиовещания также имеются специальные программы и передачи для молодежи.

Роль и воздействие региональных СМИ в Башкортостане, как и в России в целом возрастает. Однако их влияние на молодежь не однозначно. Современная студенческая молодежь, в том числе из малых городов и сельской местности, в отличие от старших поколений в большей степени ориентируется на центральные средства массовой информации.

Теоретическое и практическое значение исследования заключается в том, что его результаты могут служить базой для дальнейшего исследования информационной политики в федеральном и региональном аспектах с позиций политологического анализа, разработки проблем оптимизации влияния СМИ на политическую социализацию молодежи. Результаты исследования могут быть применены в практике преподавания политологии, в подготовке журналистских кадров, в деятельности средств массовой информации, работе молодежных общественных организаций.

Апробация результатов исследования основные положения диссертации были изложены на заседании кафедры социологии и политологии Московского государственного открытого педагогического университета им. М.А. Шолохова; в выступлении на научно-практической конференции

«Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития» в МГУ им. М.В. Ломоносова и в докладах на внутривузовских конференциях.

Основные положения и выводы диссертационного исследования отражены в публикациях автора.

Структура диссертации соответствует поставленным в ней целям и задачам. Работа состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографии и приложения.

Первый раздел **«Информационное пространство политической социализации личности»** содержит общетеоретические подходы к исследованию проблемы и раскрывает содержание основных понятий.

Понятие «политическая социализация» возникло по аналогии с понятием «социализация», введенным в научный оборот американским социологом Ф. Гиддингом и французскими социопсихологами в конце XIX века. Они подразумевали под социализацией «процесс развития социальной природы человека»¹. Политическая социализация в работе рассматривается как адаптация человека к определенной политической системе, усвоение им политических норм, ценностей и традиций общества, в котором он живет.

Целью политической социализации выступает непрерывное функционирование политической системы при смене поколений в политике и становление гражданина, имеющего стойкие политические убеждения, способного самостоятельно принимать решения по важнейшим вопросам. В связи с этим особого внимания заслуживает политическая социализация молодежи.

Проанализированы особенности политической социализации личности в условиях современной России, исследуется роль и влияние субъектов политической социализации, характеризуются основные тенденции и противоречия данного процесса. Выделены показатели эффективности политической социализации личности.

¹ Giddings F. The Theory of socialization. N.Y.: «U.P.» 1897 p.22

В настоящее время политическую социализацию личности уже нельзя рассматривать вне происходящих изменений глобального масштаба. В условиях формирования информационного общества возрастает роль информационного пространства как фактора политической социализации.

Становление глобального информационного общества прежде всего означает приоритет информации и знаний, которые все в большей степени выступают в качестве интегрального показателя уровня прогресса общества. Обладание информацией и знаниями, возможность их приобретения являются залогом успеха личности, социальных групп, общества в целом.

Идея Р. Инглегарта о движении ценностных ориентации в направлении к постматериальным ценностям определила основные подходы к изучению тех изменений, которым оказались подвержены подрастающие поколения в трансформирующемся обществе.

Как указывает Р. Инглегарт, «Важнейшим фактором, определяющим становление постматериалистических ценностей, является наличие или отсутствие ощущения экономической и физической безопасности в годы формирования личности»¹.

Исходя из данного методологического подхода, можно сделать вывод о том, что объективные условия жизни в России, сложившиеся в настоящее время в связи с радикальными переменами, характеризующиеся социальной напряженностью в обществе, ростом преступности, насилия, политическими катаклизмами, обнищанием значительной части населения, к сожалению, не способствуют формированию постматериалистических ценностей у современной молодежи.

Стремительный переход к рыночной реальности при отсутствии необходимых правовых и политических институтов привел к релятивизму ценностей и потере ориентиров обществом. Как подчеркивает В.И. Баринова, «отсутствие демократического опыта у людей, живущих в нестабильной,

¹ Инглегарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В.А. Иноземцева. М. Academia, 1999. С. 283.

кризисной ситуации, обусловило появление маргинальной «расколотой» личности, мысли, поступки, решения которой пронизаны неуверенностью. У такой личности формируется напряженный, конфликтный внутренний мир»¹.

Наблюдается разрыв поколений. Отмечая, что различие межпоколенческих ценностей характерно для любой эпохи, следует подчеркнуть, что в современной России они обострены и «разведены» не только хронологическим, но и социальным временем.

Процесс трансформации российского общества совпал с информационной революцией и формированием информационного общества, что во многом определило специфику социализации личности, влияния информационной политики и средств массовой информации на этот процесс.

В разделе рассматривается понятие политического пространства. По Кастельсу, в социальных пространствах информационной эпохи социальные практики определяются не пространственной близостью, а одновременностью. Он подчеркивает, что доминирующие процессы во всех сферах организуются в единые потоки, а приоритет в организации пространства потоков принадлежит доминирующим элитам².

Политическое пространство формируется центрами политического влияния и власти.

При этом ведущая роль принадлежит информационному измерению пространства потоков.

Характеризуя специфику российского общества, М. Кастельс отметил, что «российское пространство оказалось разорванным и переструктурированным- между сетями динамичных городских ядер, в конечном счете связанных с глобальной экономикой, и огромной территорией внутри и вокруг городов, но главным образом в сельской местности и в провинции, которые, будучи локализованными и сегментированными, обратились к своим собственным

¹ Баринаева В.И. Особенности формирования политической культуры в современном российском обществе // Актуальные проблемы социально-экономического и политического развития общества: Сб. науч. статей. Вып. 7 / Отв. ред. В.М. Утенков. – М.: РИЦ «Альфа» МГОПУ им. М.А. Шолохова, 2002. С. 14.

² См.: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 356.

местным / региональным стратегиям выживания, тем самым спасаясь в своей маргинальности»¹.

При анализе информационного пространства отмечается, что ее основу составляет система массовых коммуникаций (СМК). В самой структуре СМК ведущая роль принадлежит средствам массовой информации.

Рассматриваются различные трактовки понятия и сущности информационного поля.

Информационному пространству принадлежит значительное место в структуре социализации личности. Его мощное воздействие ощутимо на всех возрастных этапах, и прежде всего на этапе становления личности. Совокупное воздействие коммуникативных каналов и СМИ исключительно велико по масштабу влияния и охвата населения.

Средствам массовой информации отводится особое место среди субъектов политической социализации. Признается, что они все больше заполняют вакуум социализирующего воздействия и их роль в этом процессе требует глубокого изучения. Специфической чертой СМИ как субъекта политической социализации является то, что они обладают направлением широкого спектра действия, оказывают влияние не только на объект, но и на другие субъекты социализации.

При этом их воздействие не является однозначным. С одной стороны, огромный объем получаемой информации позволяет человеку расширить свой кругозор, быть в курсе событий, происходящих в разных точках планеты. С другой стороны, в настоящее время наблюдается тенденция усиления манипулятивного воздействия СМИ, доминирование коммерчески ориентированных передач, желтой прессы, превалирование западных фильмов, засилье рекламы, что может способствовать снижению общего уровня духовной культуры общества.

Манипулирование сознанием человека является одним из самых негативных факторов влияния СМИ.

¹ Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество / Мир России, 2000, №1. С. 39.

Манипуляция выступает средством социального контроля, а СМИ являются мощным рычагом воздействия на массовое сознание.

Следует помнить о том, что любая манипуляция – это завуалированное насильственное навязывание личности каких-либо суждений, оценок, чувств и она служит, прежде всего, не развитию сознания, а механизмом для управления сознанием и поведением человека.

Анализируются различные приемы манипулирования сознанием.

Для манипулирования «требуется фальшивая реальность в виде перевернутых ценностей и цинизма как ведущего принципа жизни; заведомо ложные данные об «успехах» правительства и экономики и ряд других мифов»¹. Средством эффективной борьбы с манипулятивным воздействием СМИ является просвещение граждан, вооружение их знаниями о целях и средствах манипуляции. В этой связи ряд ученых справедливо поднимают вопрос о распространении «медиаграмотности». Она предполагает воспитание у потребителей информации рационального мышления, более требовательного выбора информационных каналов на основе гуманистической этики, исключая антидуховность и безнравственность.

Главной задачей медиаобразования аудитории СМИ является формирование аналитически-критического восприятия медийных материалов, выработки самостоятельной оценки деятельности средств массовой информации, понимания целей и задач коммуниканта². Медиаобразование находится в начале своего становления, и важно, чтобы оно получило развитие, так как задача его очень актуальна – становление критически мыслящей личности, вне чего невозможно формирование сознательного гражданина.

Во втором разделе диссертации «Информационная политика в условиях трансформации российского общества: федеральный и региональный

¹ Тимофеева Л.Н. «Открытая власть»: информационная деятельность государства в условиях становления демократии // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки / Отв. ред. А.В. Шевченко. – М.: Изд-во РАГС, 2002. С. 97.

² См.: Панферова В.В. Проблемы формирования информационной культуры в современном российском обществе // Российская государственность в XXI веке и глобальные проблемы мирового развития: Т. 2: Материалы науч. конф. «Ломоносовские чтения», апрель 2003 г./ Под общ. ред. Панковой Л.Н. – М.: МАКС Пресс. 2004. С. 297-299.

аспекты» анализируется политика в информационной сфере, которая является наименее изученным и вместе с тем сложным видом деятельности. Это обусловлено целым рядом обстоятельств, в том числе природой и нынешним состоянием информационной сферы.

Расширение информационного пространства, возрастание роли средств массовой информации, медиатизация политики и политизация СМИ обуславливают необходимость выработки эффективной информационной политики.

Государственная информационная политика, в диссертации рассматривается как деятельность государства связанная с производством, хранением, распространением и потреблением (пользованием) информации.

Субъектами информационной политики могут также выступать институты гражданского общества. Следовательно, правомерно говорить о национальной информационной политике.

В сфере действия информационной политики оказывается все общество, все социальные группы и общности, их развитие и взаимоотношение, а также отношения с другими государствами.

Информационная сфера общества, согласно Доктрине информационной безопасности РФ, есть «...совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений»¹.

Субъектами информационной политики выступают органы государства, институты гражданского общества, частные лица (владельцы СМИ). Информационная политика может быть результативной при условии, что ее субъекты будут стремиться строить систему отношений на демократических основах.

Информационная политика осуществляет реализацию различных направлений. Они представляют собой самостоятельные, но взаимосвязанные

¹ Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета. 2000. 28 сент

структурные элементы единой политики (политический, правовой, экономический, организационный и технико-технологический).

Условием эффективности информационной политики является учет реального состояния общества, его информационной сферы и тенденций его развития в условиях глобализации.

Информационная политика по своей сущности имеет двустороннюю природу: с одной стороны, она включает задачи технико-технологические, связанные с информатизацией, с другой - имеет гуманитарную составляющую (содержание, характер, качество информации, ее влияние на политические, социальные и духовные процессы в обществе). По существу, гуманитарная сторона есть цель, а технологическая - средство достижения этой цели.

Информационная политика Российской Федерации имеет сложную структуру и включает два уровня — общефедеральный и региональный, причем каждому уровню соответствует не только особый аппарат управления, но и , своя методика ее реализации.

Сегодня в России сложились две модели информационной политики - экономическая и политическая. Если первая ориентируется на рыночный подход, выстраивая политику средств массовой информации, исходя прежде всего из коммерческих интересов, то вторая учитывает не только экономические, но и политические и весь спектр социальных и гуманитарных интересов общества, то есть во главу угла ставится гуманитарная составляющая информационной политики.

В разделе дается детальный анализ информационной политики Республики Башкортостан, включая ее правовую основу, подчеркивается, что она в достаточной степени учитывает как социально-экономическую ситуацию в субъекте федерации, так и полиэтнический характер региона. В Башкортостане реализуется политическая модель функционирования средств массовой информации. Национальные издания, районные газеты не могут конкурировать на рынке СМИ. Вместе с тем они призваны решать важные задачи, связанные с развитием политических, национальных и духовных отношений. Поэтому в

республике сложилась целая система государственной поддержки СМИ, которая включает финансирование текущих затрат и укрепление материально-технической базы изданий.

Государственная поддержка оказывается также детским и молодежным изданиям. В свою очередь принятый еще в 1991 году Закон «О государственной молодежной политике в Республике Башкортостан» и республиканская программа «Формирование гражданина нового Башкортостана» на 2002 — 2010 гг. подчеркивают важность средств массовой информации в воспитании молодежи.

В разделе проанализирована государственная молодежная политика, цель которой состоит в осуществлении полноценной социализации молодежи. В республике проводится довольно действенная государственная молодежная политика, что особенно заметно на фоне отсутствия четко выраженной федеральной политики. Особенностью ее реализации является работа с молодежными СМИ и другими информационными субъектами как важными наполнителями информационного пространства.

Третий раздел диссертации **«Информационное пространство Башкортостана: влияние центральных и региональных СМИ на политическую социализацию молодежи»** посвящен системному анализу информационного пространства республики и сравнительному анализу влияния центральных и региональных средств массовой информации на процесс политической социализации молодежи.

Информационное пространство Республики Башкортостан имеет многоуровневую структуру. Здесь функционируют федеральные, республиканские, местные (городские / районные) СМИ, многотиражные издания организаций. Электронные СМИ обеспечивают выход на международный уровень.

В разделе дается типология средств массовой информации по разным показателям.

Всего в республике зарегистрировано 659 средств массовой информации. (Печатных - 548, из них газет - 439, журналов - 70, иных печатных изданий - 39. Электронных -111: телепрограмм - 65, радиопрограмм - 43, иных электронных СМИ - 3)¹.

В качестве учредителей выступают государственные структуры, общественные объединения и организации, промышленные предприятия и объединения, учебные заведения, коммерческие организации, физические лица.

Анализ информационного пространства Башкортостана показывает, что в настоящее время - в республике развивается региональная информационная инфраструктура. Республика обладает развитым сегментом информационного пространства, представленного в том числе региональными средствами массовой информации: это многоканальное телевидение и радио, газеты, журналы, информационное агентство «Башинформ», Интернет.

Например, в целях всестороннего освещения молодежной политики в РБ действуют «Республиканский молодежный информационный центр» и региональные информационные центры, находящиеся в ведении Государственного комитета РБ по молодежной политике. В ряд приоритетных направлений информационного обеспечения молодежи выдвигается, во-первых, аналитическая работа информационных центров, во-вторых, сотрудничество с молодежными СМИ.

Молодежные СМИ являются важным элементом системы социализации, они активно взаимодействуют с различными социальными институтами, принимающими участие в воспитательном процессе.

Молодежные средства массовой информации представлены в Республике Башкортостан достаточно широко. Республиканских изданий выходит в свет пять наименований на трех языках. Это три газеты: «Молодежная газета» на русском языке, «Йэшлек» (молодость) - на башкирском и «Умет» (надежда) -

¹ Информация предоставлена Министерством печати и массовой информации Республики Башкортостан по состоянию на 1 октября 2003 года.

на татарском, два журнала: «Шонкар» (кречет) на башкирском языке и «Тулпар» (образ коня в сказаниях и легендах) - на татарском. Общий тираж только молодежной республиканской прессы составляет более 100 тысяч экземпляров.

Кроме того, в Башкортостане насчитывается свыше двадцати детских, подростковых и молодежных изданий. К молодежной прессе можно отнести и специальные молодежные странички во взрослых изданиях. В практике современного телерадиовещания в республике имеются молодежные программы.

Исследование проблемы влияния региональных СМИ на политическую социализацию молодежи проводилось через призму сравнительного анализа с центральными.

Был проведен контент-анализ двух изданий, на которые ориентируется молодежь: республиканского - «Молодежной газеты» и негосударственного издания «Московский комсомолец в Уфе» («МК в Уфе»). («МК в Уфе», тираж около 26 тыс. экз., «Молодежная газета», 21 тыс.)

Были проанализированы газеты за 2003 г. В качестве единиц анализа выступают публикации, посвященные определенной тематике: политика, труд, военная тематика и т.д.

Исследование показало, что публикации по политической тематике имеются практически в каждом номере обоих изданий и составляют от общего числа публикаций в «МК в Уфе» - 14,6%, в «Молодежной газете» - 5,2%.

Тема труда находит отражение практически в каждом номере «Молодежной газеты», что в среднем составляло 3,9% от общего числа публикаций. В «МК в Уфе» этот процент составил 03%. Причем, это в значительной степени публикации рекламного характера (работа за границей, успех «звезд» и т.д.)

В «Молодежной газете» тема труда освещается в ином плане: во-первых, постоянно публикуются материалы относительно рынка труда в республике и вакансиях для молодежи и второе направление —

производственная жизнь в республике (строительство, промышленность, сельское хозяйство) и люди труда.

Материалы, имеющие военную тематику, в целом в равной мере представлены в обоих изданиях: «Молодежная газета» - 1,3%, «Московский комсомолец» - 1,8%. Но их содержательная направленность различна: «Молодежная газета» стремится пробуждать патриотизм в молодых людях, пытается повышать престиж российской армии, в «Московском комсомольце» доминируют материалы, связанные с негативными явлениями в армии.

Теме криминала в «МК в Уфе» было посвящено 17,4% публикаций, в «Молодежной газете» - 4%. При этом в «МК в Уфе» она представлена в различных жанрах с шокирующими подробностями.

Дается также сравнительный анализ по другим темам.

Анализ других центральных изданий для молодежи и подростков, а также социологические исследования целого ряда авторов позволяют сделать вывод, что в целом в центральных молодежных изданиях больше «негатива» и «желтизны», эксплуатации тематики, связанной с сексом, насилием, скандальными подробностями из жизни «звезд».

Региональным молодежным изданиям явно не хватает критического подхода при анализе социально-экономических и политических процессов как в стране, так и в регионе. Безусловно, акцент на «позитив» в истории страны и ее сегодняшней жизни положительно влияет на сознание молодежи, но при этом оценка как истории, так и современности не может быть одномерной.

В целях изучения влияния СМИ на политическую социализацию молодежи автором было проведено социологическое исследование.

Эмпирическую базу исследования составила группа студенческой молодежи — жителей малых городов и сельской местности Башкирского Зауралья¹.

¹ Исследование проводилось в 2003 / 2004 учебном году в Сибайском институте Башкирского Государственного Университета. Объем общей выборки – 502 человека.

Был выявлен социальный портрет студентов. Национальный состав студентов довольно точно повторяет национальную структуру Башкирского Зауралья, где башкиры составляют примерно 70% населения. Однако основным языком общения является русский. Для общения в семье башкирский язык используют лишь 34,3% студентов. Среди опрошенных 74,8% имеют среднедушевой доход в семье ниже прожиточного минимума.

Выявлены также ценностные ориентации и уровень их политической активности.

Исследование показало, что среди различных субъектов социализации наибольшее влияние на формирование политических взглядов молодежи оказывают СМИ - 39,4%, (преподаватели учебных заведений - 33,5%, родственники - 11,3%, друзья - 10,1%, собственный опыт - 5,7%).

В этих условиях региональные средства массовой информации, потенциально способные более целенаправленно и избирательно осуществлять воздействие на население, конкретизировать направления своей деятельности на основе учета потребностей социальных групп, проживающих на определенной территории, должны вызывать наибольший интерес.

Однако анализ результатов исследования показал, что молодежь, в основном, отдает предпочтение центральным СМИ - 64,1%, в то время как республиканским - 18,4%, местным - 13,4%. Примерно такие же данные приводят другие авторы исследований по РБ¹.

Из СМИ предпочтение респондентами отдается телевидению, откуда студенты в основном и получают политическую информацию. При этом абсолютным лидером выступает центральное телевидение (74,9%) в сравнении с республиканским - 13,6% и местным - 7,1%.

СМИ на национальных языках в основном вызывают интерес у студентов специальности «Башкирский язык и литература».

¹ См.: например Завьялов В.Ю. Создание и эффективная деятельность системы информационного обеспечения молодежи - важнейший элемент государственной молодежной политики в Республике Башкортостан // Информационный бюллетень 3 (9). Уфа, 2000 С. 62-65. (Информационно-аналитические материалы, посвященные году молодежи в Республике Башкортостан).

В разделе приводятся данные и по другим позициям. В целом региональные СМИ на сегодня не являются значимыми акторами политической социализации студенческой молодежи.

Этому есть ряд как объективных, так и субъективных причин. Одна из них, вероятно, заключается в том, что специфика малого города (отсутствие широкого выбора деятельности, проблемы с занятостью) ставит молодежь перед необходимостью ориентироваться на большие города, в частности Магнитогорск, Челябинск, Екатеринбург, Уфу. В результате чего молодое поколение, прежде всего студенты, все меньше начинает интересоваться региональными событиями.

Кроме того, молодежь является наиболее активной социальной группой, в большей степени включенной в единое информационное пространство. Интернет открывает перед молодыми людьми окно в большой мир. Региональные проблемы интересуют тех, кто намерен жить и работать, там где он родился и вырос, что подтверждают ответы студентов башкирского отделения. С другой стороны, СМИ недостаточно используют свои возможности. Не хватает профессионализма журналистам региональных изданий и особенно телевидения, прежде всего местного. Как было отмечено, недостает публицистической остроты и критического анализа актуальных проблем региона.

Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза исследования подтвердилась частично.

В заключении подводятся итоги исследования, сделаны обобщающие выводы и рекомендации.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

1. Отражение молодежной проблематики на страницах региональной прессы // Научные доклады конференции «Неделя студенческой науки - 2002» Сибайского института Башкирского государственного университета. Ч. I. / Изд-е Сибайского института Баш. ГУ. - Сибай, 2003. - 0,5 п.л.

2. Основные тенденции развития российского федерализма (отражение проблемы в средствах массовой информации Башкортостана) // Научные доклады, конференции «Неделя студенческой науки - 2002» Сибайского института- Башкирского государственного университета. Ч. II. / Изд-е Сибайского института Баш. ГУ. - Сибай, 2003. - 0,4 п.л.

3. Молодежная пресса Башкортостана // Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития. Сборник материалов научно-практической конференции. Часть II. - М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004. - 0,25 п.л.

4. Роль средств массовой - информации в политической социализации молодежи // Актуальные проблемы гуманитарных наук: Сборник научных статей. Вып. 9 / Отв. ред. В.М. Утенков. - М.: Редакционно-издательский центр «Альфа» МГОПУ им. М.А. Шолохова, 2004. - 0,4 п.л.

5. Информационная политика в условиях трансформации российского общества // Актуальные проблемы гуманитарных наук: Сборник научных статей. Вып. 10 / Отв. ред. В.М. Утенков. - М.: Редакционно-издательский центр «Альфа» МГОПУ им. М.А. Шолохова, 2004. - 0,5 п.л. (в печати).

Подписано в печать
Формат 60х90 1/16. Объем **475 лл** Тираж 100 экз. Заказ **429**
Отпечатано в ООО КПСФ «Спецстройсервис-92»
Отдел оперативной полиграфии
101000, Москва, Мясницкая, 35, стр.2

№ 1 4 8 6 1