

На правах рукописи

Ирина

Овсянникова Наталья Александровна

**ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ
ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ
В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УСЛОВИЯХ
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

Специальность 22 00 06 – социология культуры, духовной жизни



003175943

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Курск – 2007

Диссертация выполнена на кафедре философии и социологии
ГОУ ВПО «Курский государственный технический университет»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Кравчук П Ф

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Когай Е А

кандидат философских наук, доцент
Черкашин М.Д

Ведущая организация:
ГОУ ВПО «Орловский государственный технический университет»

Защита состоится «14» ноября 2007 года в 14 00 часов на заседании диссертационного совета К 212 105 04 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата социологических наук при Курском государственном техническом университете по адресу 305040, г Курск, ул 50 лет Октября, 94

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Курского государственного технического университета (305040, г Курск, ул 50 лет Октября, 94)

Автореферат разослан «13» октября 2007 года

Ученый секретарь диссертационного совета
Кандидат философских наук, доцент

И Б Гайдукова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Сегодня на уровне общества особую актуальность приобретают проблемы консолидации его членов, сохранения самобытности национальных культур, возможности независимого развития, не навязанного извне. На микроуровне возрастает значимость продуктивности межличностного взаимодействия, творческих возможностей личности, ее свободного от внешних манипуляций развития. Возросший интерес к исследованиям идентичности (самоопределения) личности в социокультурном пространстве и процесса ее формирования связан с возможностью охватить в рамках этих исследований и субъективное, личное, и общее, национальное, осмыслить проблемы выбора личностных жизненных стратегий и изменения, реформирования общества.

Социально-экономическая, идеино-политическая и духовно-нравственная нестабильность российского общества, трансформация самобытной российской культуры, общемировой переход от индустриальной к информационной стадии развития, процессы глобализации, распространение мировоззрения постмодерна определяют сложность самоопределения личности в социокультурном пространстве.

Поиск путей формирования идентичности личности и необходимость сохранения самобытности национальных, традиционных культур определяют важность анализа деятельности в условиях глобализации различных социальных институтов, в том числе средств массовой информации (СМИ), приоритетной функцией которых является трансляция значимых ценностей конкретных культур.

Переход к информационному обществу, непрерывное наращивание технических и информационных ресурсов, совершенствование техник влияния определяют особый интерес к изучению средств массовой информации, в частности телевидения, как активного агента конструирования идентичности. Наибольшее значение для становления идентичности средства массовой информации приобретают в условиях трансформации, дезинтеграции, потери определенности социальных институтов, национальных, классовых, ролевых структур (трансформация постсоветского пространства), в условиях кризисного состояния традиционных трансляторов идентичности (семьи, школы), частично утративших способность качественно выполнять адаптационную функцию. Ситуация, когда общественные стимулы развития уступают место культурным, также обуславливает особую актуальность исследования потенциала и качества воздействия телевидения (влиятельного института трансляции культуры) на идентичность личности, посредством транспортируемых социокультурных образцов.

Теоретическое осмысливание и практическое решение проблем становления идентичности необходимо для создания оптимальных условий формирования идентичности личности, обеспечивающей социально-психологическую стабильность современного российского общества и гарантирующей устойчивое и свободное развитие, как самого человека, так и общественной системы в целом.

Таким образом, актуальность исследования данной проблемы

определяется необходимостью становления идентичности личности в новых социокультурных условиях

Степень научной разработанности проблемы. Исследование проблемы идентичности применительно к современному обществу невозможно без знания фундаментальных трудов зарубежных классиков философии, психологии, социологии, представивших анализ данного феномена от первых зачаточных теоретических форм до форм самостоятельного теоретического изучения Актуальные для исследования на данном этапе, вопросы об источниках идентификации, ее функциях, о свободе субъекта в процессе формирования идентичности получили научное осмысление в социологических, психологических и интегративных подходах З Фрейда, А Ватермана, Э Эриксона, Э Фромма, Р Мертона, Дж Марсиа, К Маркса, Г Зиммеля, М Вебера, Э Дюркгейма, Т Парсонса, Р Сиэрса, Х Левина, Г Тэджфела, Дж Мида, Ч Кули, И Гофмана, П Бергера, Н Лукмана и других

Работы Т Мак-Портленда, С Холла, Ю Хабермаса, Н Даудрих, Т Козловой, М Заковоротной, И Кона, О Малиновой и других представляют интерес для определения методологического подхода к исследованию идентичности личности на современном этапе развития социологии

Особенности формирования идентичности в современных социокультурных условиях рассмотрены в трудах зарубежных ученых З Баумана, У Бека, А Гидденса, О Тоффлера, Д Келлнера, Ж Аттали, подходивших к проблематике идентичности в дискурсе модернизма и постмодернизма Специфика культурного пространства России уточняется в публикациях П Штомпки, Б Грушиной, А Малинкина, В Шаповалова, А Захарова, М Брыкина, Л Бызова, А Закамулина, А Приепы и других

Особенности становления идентичности личности в трансформирующемся, кризисном социуме показаны в работах отечественных ученых В Ядова, Е Даниловой, С Климовой, П Козыревой, О Дудченко, А Мытиль, Г Дилягенского, Ю Левады, В Миранович, А Шадже и других А с точки зрения социокультурных изменений в современном обществе рассмотрены в исследованиях Л Ионина, А Флиера, А Дугина, Е Семененко, Е Устюговой, З.Млинар, Н Рыбалкиной, А Шарова, А Глухих, В Мартыновой, Т Савицкой, В Лыковой и других

Исследования, выявляющие изменения ценностных ориентаций личности в современной России, проводились М Горшковым, Н Тихоновой, М Лисаускене, В Поповой, Т Рассадиной, Г Осиповым и другими

В работах У Уорнера, А Смита, Т Яковук, рассматривается феномен «общей», «коллективной», «национальной» идентичности с точки зрения их мобилизующей, интегрирующей роли В трудах Ю Волкова, Л Ипатовой, А Лукиной, С Кропотова, Л Дробижевой осуществляется поиск путей консолидации российского общества в рамках исследований об общероссийской идентичности

Изучению деятельности средств массовой информации и коммуникации, их места в социокультурных процессах и специфики воздействия на аудиторию посвящен широкий ряд фундаментальных и прикладных трудов в рамках социологии Из работ зарубежных авторов отметим Т Адорно, Э Дэнниса, Д Мэррила, Д Рисмена, Г Блумера,

Г Маклюэна и других Из отечественных исследований – работы Л Гримак, А Пилипенко, М Князевой, Д Пьяных, В Левашова, А Саар и других

Возрастающий интерес к культурологической функции СМИ находит отражение в работах Ж Бодрияра, Г Клаббе, М Прайс, А Ослона, Д Кардиффа, В Терина, В Зверевой, В Куренного, Ф Фоскато и других

Феномен телевидения непосредственно раскрывается в работах Н Бусленко, Е Корнилова, В Цвики, Я Засурского и других Анализ особенностей современного российского телевидения, его взаимоотношений с аудиторией показан в прикладных исследованиях И Климова, А Петровой, Б Дубина, Т Якушевой, О Щербаковой, Ф Шаркова, Е Ивановой, Е Тавокина, Д.Дондурай, В Коломийца, М Колерова, И Полуэхтовой и других

Т Адамянц, Т Дридзе, А Федоров, З Тимербулатов, М Чабанянц, Е Лашук, А Шариков исследуют вопрос социальной ответственности современных СМИ, в частности, телевидения

Особый интерес в рамках настоящей работы представляют исследования влияния телевидения на становление идентичности личности Телевидение как источник образцов для идентификации отмечено в работах Л Матвеевой, А Сарна Как институт фиксации и конструирования идентичности человека - в трудах Л Чиликиной Как транслятор идентичности упомянуто в исследовании Р Симонян

Число работ в отечественной социологии, непосредственно изучающих проблему становления идентичности личности посредством виртуальной реальности, СМИ, телевидения (социокультурных образцов, транслируемых СМИ, в частности телевидением), весьма ограничено, а сама проблема остается недостаточно изученной

Проблема определяется противоречием между объективной потребностью становления идентичности личности, обеспечивающей ее полную самореализацию, и недостаточной разработкой конкретных вопросов ее формирования, роли в этом процессе СМИ

Подход к решению проблемы обусловил определение объекта, предмета, цели и задач данного исследования

Объект исследования – идентичность личности в современных социокультурных условиях

Предмет исследования – специфика формирования идентичности личности под воздействием современного российского телевидения

Цель исследования – определение возможности и раскрытие характера влияния современного российского телевидения на формирование идентичности личности ,

Задачи исследования:

- определить концептуальные основы исследования идентичности личности,

- рассмотреть социокультурные особенности российского общества в контексте их влияния на трансформацию идентичности личности современного россиянина;

- определить возможности влияния телевидения на конструирование идентичности личности в условиях современной России,

- раскрыть характер влияния современного телевидения на становление идентичности личности

Гипотеза диссертационного исследования: телевидение оказывает более значимое влияние на формирование идентичности молодежи посредством транслируемых социокультурных образцов, чем на трансформацию идентификации старшего поколения

Теоретико-методологической основой диссертации являются принципы диалектики, отдельные положения философской герменевтики в их методологической функции (возможность множественной интерпретации теоретических и эмпирических данных с целью выявления целостной картины исследуемых явлений)

Общетеоретической основой диссертационной работы являются результаты исследований отечественных и зарубежных ученых в социологической области и в смежных с ней областях, связанные непосредственно с феноменом идентичности (Э Эриксон, Дж Мид, П Бергер, Ю Хабермас, Л Ионин, А Глухих и другие), а также с феноменом СМИ (Д Рисмен, Ж Бодрийяр, Я Засурский, И Клинов, Т Адамьянц и другие)

Методы исследования. теоретико- и логико-исторический анализ, метод понятийно-терминологического анализа, метод компаративистского анализа, элементы системно-структурного и культурологического подходов, историко-генетический метод в сочетании с ретроспективным анализом, социокультурный подход

Эмпирической базой диссертационной работы являются результаты социологического исследования, проведенного автором в апреле-июне 2006 года на территории города Курска, с общим объемом квотной выборки 563 человека среди различных социально-демографических групп. Метод сбора первичной информации – анкетирование. Обработка данных производилась в операционной системе Windows XP с применением программных продуктов Microsoft Access, Microsoft Excel, аналитической программы Statistica 5.0. Дополнительно был проведен анализ документов (сочинений 182 студентов, связанных с тематикой нашего исследования). Кроме того, в диссертации использовались результаты исследований Фонда «Общественное мнение», ROMIR Monitoring, ВЦИОМ (данные за 2000-2006 гг.)

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем

- уточнено понятие идентичности личности, рассматриваемое как опосредованная социокультурной средой совокупность представлений личности о себе, включая физические, интеллектуальные, нравственные черты и свое положение в обществе,

- определено, что противоречие между ценностями аудитории и ценностями, лежащими в основе социокультурных образцов, транслируемых современным российским телевидением, затрудняет осознанную позитивную идентификацию личности,

- обосновано, что современное российское телевидение, в целом, и эфирное, общероссийское, в частности, обладая значительными потенциальными возможностями, не реализует в полной мере востребованную аудиторией функцию идентификации личности

Научно-практическая значимость исследования заключается в возможности использования и практического применения полученных результатов специалистами в сфере СМИ, с целью совершенствования профессионального и качественного уровня деятельности Работа содержит практические данные и рекомендации, которые могут быть приняты во внимание в процессе разработки и проведения государственной культурной политики, политики в области регулирования и развития деятельности СМИ Материалы диссертации могут быть использованы в дальнейшей разработке проблем социологии и в процессе преподавания лекционных курсов по дисциплинам «Социология личности», «Социология коммуникаций», «Связи с общественностью» и других

Апробация результатов исследования. Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на Межрегиональной научно-практической конференции «Культура как фактор развития личности» (Курск, 2004 г), на II Всероссийской научно - теоретической конференции «Россия на рубеже веков история и современность» (Курск, 2004 г), на Всероссийской научно – практической конференции «Актуальные проблемы науки в России» (Кузнецк, 2005 г) Основные положения диссертационного исследования докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры философии и социологии Курского государственного технического университета, отражены в 6 публикациях автора, в том числе в журнале из перечня, рекомендованного ВАК в 2006 г («Вестник московской академии рынка труда и информационных технологий»), общим объемом 1,8 п. л Ряд выводов и положений исследования был апробирован в ходе научно-методических семинаров аспирантов кафедры философии и социологии Курск ГТУ

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников, включающего 219 названий, приложений

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, дается краткий анализ научной разработанности проблемы, определяются цель и задачи, объект и предмет исследования, его методологическая, теоретическая и эмпирическая базы, излагается научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования

В **первой главе «Формирование идентичности как ключевая проблема отношения личности и общества»** идентичность рассматривается как некий индикатор, отражающий особенности личности и социокультурных условий, в которых она формируется

Первый параграф «Концептуальные основы исследования идентичности личности» содержит изложение основных подходов накопленных отечественными и зарубежными учеными к изучению идентичности личности, ее формированию, раскрытие подхода, использовавшегося в настоящем исследовании

В диссертационной работе отмечается сложность, интегративность феномена идентичности Уточняя понятийный аппарат, диссертант исходит из позиций Ю Хабермаса, рассматривающего идентичность как совокупность двух аспектов ориентированного на социальное окружение

(социальная идентичность) и на уникальность проявлений человека (личностная идентичность), не разграничивая последние

Идентичность рассматривается как особое качество человека, выраженное в разной степени и на разном уровне представленное, как результат процесса формирования идентичности Идентификация личности - формирование черт, способностей, свойств, качеств, которые обеспечивают становление и развитие идентичности

Обобщая подходы к изучаемому феномену, изложенные в классических и современных концепциях, диссертант уточняет понятие идентичности и идентификации личности, рассматривая идентичность как опосредованную социокультурной средой совокупность представлений личности о себе (включая физические, интеллектуальные, нравственные черты) и своем положении в обществе (ответ на вопрос «Кто я в обществе?») Под идентификацией понимаем процесс формирования идентичности, в ходе которого приобретаются ценности, нормы, идеалы, роли, нравственные качества Иначе идентификация - процесс отождествления личности с различными социокультурными образцами, представляющими собой более или менее удачное решение социально значимых проблем на уровне суждений, действий, поведения В качестве последних могут выступать ценности, нормы, образы отдельных личностей, мода и так далее

Наряду с понятием «идентификация», в диссертации используются синонимичные понятия «формирование идентичности», «становление идентичности»

Диссертант отмечает рассогласованность исследовательских позиций, представленных в отечественной социологической литературе, по вопросу строгого разграничения терминов «идентичность», «идентификация», «самоидентичность», «самоидентификация», «самость», многозначность и размытость последних Автор определят термины «идентичность», «идентификация», как ключевые в рамках диссертационной работы, считая, однако, правомерным при описании идентичности, идентификации, опираться на тезисы и цитаты, в которых ученые оперируют категориями «самоидентичность», «самоидентификация», «самость», «самоопределение», если в используемом контексте данные понятия имеют смысловую близость, либо синонимичность с терминами «идентичность», «идентификация»

В работе сделан вывод о многоаспектности феномена идентичности, о его универсальности в изучении многообразия отношений личность - общество - культура Широкое описание содержания идентичности, исходящее из множества ее функциональных и смысловых значений, допускает проникновение данного феномена на все уровни социальной и субъективной реальности

Междисциплинарность проблемы идентичности, соотношение в ней социального и индивидуального, полипарадигмальное состояние современного социологического знания объясняют тенденцию взаимосвязи социологических, психологических и других подходов, при обозначении основных положений диссертационного исследования

Сегодня распространение получают исследования, авторы которых исходят из широкого понимания идентичности и источников ее становления,

не ограничивая последние лишь некими социальными группами, а идентичность - соотнесением субъекта с данными группами (Ю Левада, А Флиер и другие) Это объясняется тем, что определенная специфика социокультурной реальности (незавершенность формирования социальной стратификации, ситуация трансформации социальных институтов, поликультурализма) может обуславливать затруднение идентификации, посредством обращения к референтным группам По А Глухих, однозначное преимущество последних в качестве источника идентификации, опровергает и так называемая виртуальная реальность (речь идет о массиве информации, представленном в текстовом, аудио-, видео- и цифровом видах), агенты которой не составляют социальные группы Так как существенная роль в производстве и воспроизведении идентичности принадлежит общественному сознанию, а на широком уровне формы, процессы, содержание воспринимаемого социального мира структурируются и лимитируются базовыми категориями и нормами культуры, актуальным представляется взгляд на идентичность как на принадлежность к определенной культуре, а на культуру как на источник формирования идентичности (Л Ионин, И Засурский и другие)

На основании анализа различных подходов к вопросу о свободе личности в процессе формирования идентичности (Дж Мид, И Гофман, П Бергер, А Уемов и другие) в диссертации сделан вывод, что идентичности могут быть как свободно конструируемыми, так и навязанными, помимо осознаваемой идентификации (человек размышляет о себе, он не автономен, но свободен думать о цели и тактике своего поведения), происходит неосознаваемая (включающая принятие норм поведения, привычек, ритуалов) Это важно для понимания возможности скрытого воздействия на идентификацию личности Отмечается, что для осознанной идентификации необходимо доверие к источнику, чувство психологической близости с ним В процессе формирования идентичности человек может испытывать более или менее жесткое давление внешней среды в зависимости от специфики общества и от своих индивидуальных особенностей Влияние на идентификацию извне оказывается доминирующим для подавляющего большинства людей Последнее может иметь как позитивное, так и негативное значение для личности и общества Воздействие на личность внешней среды может быть как стереотипным, подавляющим творчество и индивидуальность, так и поощряющим последние, гибким, адаптивным, обучающее – поддерживающим.

Результатом комплексного подхода к концепциям идентичности явился вывод, что готовность к эффективному взаимодействию в социуме, возможность реализации продуктивных творческих способностей, широкая социальная активность, свободное развитие, неподверженное различного рода манипуляциям, обуславливаются идентичностью, структура которой включает совокупность позитивных, адекватных, непротиворечивых, устойчивых представлений личности о себе и своем положении в обществе Такая идентичность (в работе она определяется как гармоничная идентичность) формируется и поддерживается посредством идентификации с позитивно воспринимаемыми, экзистенциально, аксиологически близкими (воспринимаемыми как «свои») социокультурными образцами,

путем личного поиска и изучения себя, при гибкой поддержке социальных институтов, в относительно стабильном и консолидированном социуме

Изучение функций идентификации, исследование критериев гармоничной личностной идентичности и определение условий формирования последней, являясь объектом анализа нескольких поколений ученых, приобретает сегодня особую актуальность, как и всегда в периоды глубоких потрясений в жизни общества, на поворотах истории, когда человек вынужденно лишается устойчивых образов «Я» и «Мы»

Автор исследования отмечает выявленную учеными (Э Фромм) тесную связь идентификации с базисными потребностями личности, включение идентификации в число универсальных человеческих потребностей, которая стоит за стремлением людей к обретению социального статуса и прочного положения в мире. Как основные функции идентификации диссертант рассматривает ориентацию, адаптацию личности в социокультурном пространстве, связующую социальную роль в обществе

В диссертации рассмотрен подход к «кризису идентичности» - потере устойчивости образов «Я», противоречивости внутренней структуры идентичности, ее утрате, отраженный в воззрениях классиков (Э Эриксон, Р Мер顿, Дж Марсиа), раскрывающий негативные последствия нестабильной, внутренне противоречивой идентичности для личности и общества. Также автором отмечено, что современность, характеризующаяся высоко динамичным обществом, стремящимся к глобализации, привнесла иной взгляд на проблему «кризиса идентичности»

Причинами «кризиса идентичности» являются резкие изменения социокультурных условий существования, последствиями выступают такие явления, как аномия, маргинализация, формирование «негативной идентичности», путем выбора отрицательных образцов для подражания, что нередко ведет к криминализации личности. Автор делает вывод о повышенной управляемости, подверженности манипуляциям человека в периоды «кризиса идентичности».

Идентичность - структура, развивающаяся на протяжении всей жизни, изменяющаяся в прогрессивном или регressiveном направлениях («позитивная» (эффективная) или «негативная» идентичность). «Кризисы идентичности» неизбежны и необходимы для развития личности и общества. Позитивные или негативные их последствия обусловлены динамикой и условиями, в которых происходят изменения. Положительный эффект от «кризиса идентичности» может наблюдаться в случае возможности стабильного воспроизведения идентичностей в рамках общества

Обобщив имеющиеся теоретические данные, диссертант делает вывод, что необходимым условием становления адекватной, устойчивой, внутренне непротиворечивой, позитивной идентичности, условием преодоления негативных последствий «кризиса идентичности», является презентация в рамках социокультурного пространства

• поля самоутверждения и саморегуляции (воспроизведение и распространение позитивных социокультурных образцов, представление этих образцов в качестве личностных референций),

- образа будущего, относительно которого люди могли бы выстраивать свои собственные жизненные стратегии и одновременно – конструировать себя и будущее;

- «общей» идентичности – некоего «совместного знания», консолидирующего общность, формирующегося путем выработки и распространения в рамках социокультурного пространства общности императивов, служащих объединению ее членов

Основой для продолжительной «общей» идентичности могут служить категории, обладающие культурной глубиной и потенциалом апеллировать к эмоциональным силам. Так, объединяющими являются идентификации с общностями на уровне высших диспозиций личности, то есть системы ценностей, идеалов, смысла жизни. Такая идентичность может быть сформирована именно на основе духовной, а не формально-правовой близости людей. Поэтому диссертант отмечает, что «общую» идентичность необходимо формировать на основе ценностей традиционной самобытной культуры.

Во втором параграфе «Влияние социокультурных особенностей современного российского общества на трансформацию идентичности личности» рассматривается специфика становления и изменения идентичности личности, под воздействием стремительно меняющейся социокультурной реальности общества переходного периода.

На идентификацию личности в современном российском социуме определяющим образом влияют до сих пор не изжитые последствия глубокого «кризиса идентичности» после распада СССР, а также распространение мировоззрения постмодерна, процессы постиндустриализации, глобализации, с ориентацией на Западную Европу и США, самоидентификации российской цивилизации, выражющейся в поиске консолидирующей общество идеи.

Данные процессы обуславливают формирование идентичности личности в условиях динаминости, нестабильности, слабоструктурированности общества, неопределенности будущего, культурного плюрализма, перенасыщенности поля самоутверждения и саморегуляции социокультурными образцами, противоречивости ценностей и норм, лежащих в основе этих образцов, отсутствия «общей» идентичности, упорядочивающей последние и консолидирующей общество. Оказывают влияние на становление идентичности и условия, когда экзистенциально близкие социокультурные образцы вытесняются образцами современной глобальной достижительско - потребительской культуры.

Диссертант исходит из позиции, что перенасыщенность современной социокультурной среды, с точки зрения присутствия в ней множества образцов и имиджей для идентификации и выборов жизненных ориентиров, представляет собой экстремальные условия для реального самоопределения.

Идентичность личности сегодня становится сложным образованием, характеризующимся динамизмом, нестабильностью, противоречивой внутренней структурой, сочетающей ценностные ориентации российского менталитета, советского общества и современной глобализирующейся культуры. Человек становится открытым для различных манипуляций,

личный поиск и изучение себя затрудняется. Таким образом, становление гармоничной идентичности личности затруднено

Существует два основных подхода к вопросу о нестабильной идентичности в современном обществе: подход, рассматривающий такую идентичность, как норму, и подход, относящийся к ней, как к патологии.

Российские исследователи Е. Данилова и В. Ядов отмечают, что в современных высоко динамичных обществах, которые становятся подструктурой глобальной микросистемы, принципиально невозможна стабильная социальная идентичность. И тогда то, что называлось «кризисом идентичности», выступает как нормальное состояние индивидов.

Личность, сформированную новыми условиями, описал бывший глава Европейского банка реконструкции и развития Ж. Аттали. Это так называемый «человек – кочевник», лишенный чувства Родины, почвы, веры предков, живущий интересами потребления и зреющим.

Указывая, что современность принесла «кризисы идентичности» в таких масштабах, которых еще не было, критики постиндустриального общества, поддерживающие классиков, видят новые риски в неустойчивой, краткосрочной идентичности, порождающей чувство беспомощности, растерянности, увеличивающей общий рост тревожности, незащищенности, недоверия к официальным государственным институтам, неуверенности в будущем.

К новым рискам относится усиление распространение девиантного поведения, аномии, процессов маргинализации, криминализации личности, рост депрессий. Автор данной работы склонен полагать, что за вторую половину XX века человек вряд ли изменился столь радикально, чтобы установление нестабильной идентичности как нормы не отразилось негативно на состоянии его здоровья и нравственности. С нашей точки зрения, нельзя преуменьшать угрозу разрушения традиционного, стабильного института семьи (появления краткосрочных браков), стирания национальных самобытных культур (с утратой долгосрочной идентификации). Человек лишается своих корней, теряет чувство Родины.

Нынешняя ситуация оказывает негативное влияние на долгосрочные отношения между людьми в целом — в том числе на семью как на важнейший их тип. Подчеркнем, что другие опасности связаны с формированием одной из самых значимых «общих» идентичностей — национально-государственной. Глобализация создает угрозу утраты или ограничения суверенитета национальных государств.

Диссертант считает, что, учитывая специфику современности, динамичное изменение определенных идентичностей действительно необходимо рассматривать как норму. Так, нельзя отрицать, что постоянное перепрофилирование в профессиональном плане вызвано необходимостью, учитывая особенности развития науки и техники (концепция непрерывного образования). Отсюда — рациональность быстрой смены идентичностей, связанных с профессией. Сюда можно отнести и идентичность, связанную с местом жительства, домом. Однако «нормальность» расплывчатых ценностно-нравственных императивов личности, неустойчивых идентификаций, связанных с семейным положением, родством, этнической принадлежностью может считаться допустимой только в рамках позитивной оценки разрушения.

традиционной культуры и национальных государств Так как автор диссертационной работы придерживается противоположной оценки данного процесса, формирование устойчивой, внутренне непротиворечивой идентичности личности мы рассматриваем как ключевую проблему личности и общества

Существует позиция, согласно которой для большей части наших сограждан указанные выше риски пока не стали неотъемлемой частью личного опыта, и опасения, связанные с постмодернистскими проблемами и коллизиями, не актуальны для ближайшего будущего России С другой стороны, глобальные процессы вряд ли оставляют за ними право свободного выбора

Современная, противостоящая традиционной, глобальная культура модернизации и «после-модернизации», характеризуется широким рядом исследователей в терминах либерализма, прагматизма, потребительства, достижительства и индивидуализма Как экстатические формы бытия культуры отмечается шок, скандал, эпатаж, утверждение плотской телесности Как ценностно-мировоззренческую доминанту - миф «личного успеха», безграничного преуспевания Основополагающей культурной единицей здесь предстает обыватель-потребитель, эгоцентрик, воспитанный навыками нестабильности и виртуализации в культуре

Автор раскрывает в работе принципиально различную природу ценностей, лежащих в основе традиционной российской и современной достижительско-потребительской культуры, чуждость новых ценностей для российского менталитета Последнее, с точки зрения диссертанта, подтверждается скрытым и явным усилением фундаментализма в современном социокультурном пространстве России

Диссертант, как и большинство российских исследователей, придерживаются «центрристской» позиции, подразумевающей отказ от копирования и механического повтора образцов, чуждых российскому менталитету, предполагающей постоянную «расшифровку» прежнего культурного опыта, его переоценку и приспособление к новой ситуации Принципиально важным в современных условиях является осознание, что традиционные ценности не противостоят развитию общества Идентичность, традиционные установки способны приобретать качественно новые характеристики, пересматриваться и приспосабливаться к новой реальности, что не обязательно подразумевает их полное разрушение По мнению диссертанта, поиск эффективных путей коррекции идентичности, предполагает формирование и сохранение ее ядра на основе традиционной, национальной культуры

Даже в стабильном обществе человек, осуществляя идентификацию, нуждается в поддержке специальных институтов В условиях радикальных общественных перемен такая необходимость повышается В то же время, в России существует неоформленность общенациональной объединяющей культурной политики, отсутствие сколько-нибудь серьезного движения к формированию системы различных идентичностей (способных консолидировать общество, адаптировать и ориентировать в социокультурном пространстве индивидов)

Учитывая сложность формирования в современном социокультурном пространстве гармоничной идентичности,

негативность последствий ее отсутствия для личности и общества, а также подчеркивая важность сохранения национального государства, самобытной культуры, мы видим необходимость реализации государственной культурной политики идентичности Последнее имеет огромное значение для поддержания нравственного здоровья общества

В основе вышеуказанной позиции лежит осмысление культуры не как системы самоочевидных и самодостаточных образцов, а в направлении ее инструментальности, то есть способности оказывать направленное и прогнозируемое влияние на сферы человеческой жизнедеятельности

Оптимальной нам представляется позиция, согласно которой государство берет на себя разработку стратегических задач культурного строительства и обязанности по охране культурно-исторического национального наследия, необходимую финансовую поддержку культурных ценностей, в то же время, обеспечивая свободу культуре, право на культурную самобытность

Диссертант исходит из позиции, что в стране, где русские составляют доминирующее большинство, государственная идентичность не может не базироваться на этнической идентичности большинства Но именно поэтому, чтобы общероссийская идентичность стала привлекательной для других народов России, ее ценности, символы, представления, ассоциирующиеся с российскостью, должны соответствовать также интересам и ценностям этих народов

В настоящее время исследователями ведется активная разработка специальных проектов культурной политики, предусматривается проведение долгосрочных и оперативных мероприятий образовательного, информационного и организационного характера, направленных на преодоление разобщенности, раздробленности, на консолидацию общества Проблемой здесь является слабая связь обществоведов и властной элиты

Наибольшим потенциалом проведения культурной политики идентичности, с точки зрения диссертанта, обладают СМИ, что связано с информационным, виртуальным восприятием культуры, а также ослабление роли традиционных социальных институтов

Во второй главе «Роль телевидения в становлении идентичности личности» рассматриваются возможности, специфика влияния современного телевидения на формирование идентичности личности, реализация телевидением идентификационной, адаптационной функции

В первом параграфе «Возможности влияния телевидения на формирование идентичности личности в условиях современной России» анализируется специфика современного общества, свойства телевидения, особенности личности нашего современника, обуславливающие определенное воздействие СМИ, в частности телевидения на личность и общество

Рассматривая «общую» идентичность как важное условие становления идентичности личности, диссертант концентрирует внимание на источниках информации, способных оказывать значительное влияние не только на отдельную личность, но и на массовую аудиторию, обладающих потенциалом консолидации общества путем формирования единого российского информационного пространства Диссертант исходит из позиции, что кинематограф, книги, журналы, Интернет, обладая

значительными потенциальными возможностями воздействия на личность, не отвечают всем критериям массовости информации (обращение к численно большой аудитории, физическая и финансовая доступность, регулярность распространения, быстрота потребления, корпоративный характер производства, универсальность, одновременность воздействия на различные группы аудитории, рассредоточенные в пространстве, безличный и опосредованный характер) Кинематограф и книга не отвечает условию периодичности, журналы уступают газетам по регулярности выхода в свет, а также изначально рассчитаны на отдельные сегменты массовой аудитории, Интернет не достигает финансовой доступности Телевидение удовлетворяет указанным критериям массовости информации, а также превосходит радио и газеты по эмоциональному воздействию, что обуславливается возможностью применения аудиовизуальных выразительных средств, способствующих легкому восприятию телевизионных образцов большинством телезрителей

В работе показано, что именно телевидение сохранило наработанный в советское время потенциал могущественного средства консолидации общества в разноязычном российском пространстве Так, единое российское информационное пространство создается сегодня вещающими из Москвы центральными каналами телевидения, которые принимаются на территории большей части страны (Я Засурский) Недостаточно активное использование населением кабельного и спутникового телевидение, а также значительно большее доверие, выказываемое общенациональному центральному телевидению, по сравнению с другими источниками информации, объясняет определение эфирного, общероссийского телевидения как компонента современных средств массовой информации, обладающего наибольшим потенциалом в формировании единого информационного пространства, «общей» идентичности

Рассматривая телевидение как значимый источник идентификации, автор исходил из понимания телевидения, как транслятора и творца культуры (Ж Бодрийяр), конструктора социальной реальности (В Куренной), следовательно, и социокультурных образцов, являющихся объектами идентификации В работе диссертант опирается на позицию Л Матвеевой, показывающей, что к «ТВ-герою», воспринимаемому телезрителями как личность, формируется отношение как к «значимому другому», поэтому он может быть использован как объект для идентификации с ним

Определяя возможности влияния телевидения на личность и общество, диссертант учитывал зависимость такого влияния от объективных условий жизни людей, нравственной атмосферы в социуме Автор приходит к выводу, что специфика социокультурных условий современной России и развитие новых информационных технологий дает телевидению потенциально большие возможности воздействия на личность и общество Важную роль здесь играет становление нового пространства, где главным социальным ресурсом становится информация (основным источником информации для большинства россиян является центральное телевидение) Значительную часть свободного времени подавляющее большинство наших современников тратят на потребление продукции

телевидения В условиях кризисного состояния традиционных трансляторов идентичности (семьи, школы) происходит возрастание доли оперативной информации (относительно структурной и фундаментальной)

Изменение пространственно-временной структуры общества в направлении концентрации и ускорения, изменение в типе культуры и социальной коммуникации, провозглашение неустойчивой идентичности как нормы, внедрение новых манипуляционных практик в деятельность телевидения (например, нейролингвистического программирования) приводит к появлению нового типа личности Так, «человек-локатор» обладает главной способностью – умением угадывать чужие ожидания (Д Рисмен), «информоман» - человек, привыкший к постоянному пребыванию в информационном поле, последствием чего является «ненасытная жажда» информации (М Князева), «видеоман» стремится как можно чаще сидеть у телевизора (Л Гримак)

Учитывая феномен информомана и видеомана, докторант не разделяет точку зрения исследователей, считающих, что проблемы «навязывания» со стороны СМИ не существует, так как за каждым сохраняется право выключить телевизор, когда ему захочется, а массовая культура, демонстрируют то, на что в обществе имеет место массовый спрос (А Флиер)

Важным фактором влияния является осознание манипуляционных практик, так как когда что-либо не воспринимается как навязывание, психологические механизмы защиты не срабатывают Здесь уместно показать, доверие к СМИ По результатам всероссийского опроса населения ROMIR Monitoring в 2006 г почти половина россиян (44%) на первое место по степени доверия к источнику информации ставят центральное телевидение Кроме того, по данным А Пилипенко, 90% телезрителей полностью или частично поддаются влиянию НЛП (полностью – 20%, частично – 70%)

Эффективные инструменты влияния, зависящие от личной этики специалистов по информационному управлению, могут быть использованы как на пользу людям, так и во вред им Однако большинство исследователей отмечает значительное нарушение психогигиены в практике современных СМИ

Докторант подчеркивает, что для оценки потенциала воздействия телевидения необходимо учесть и «кризис идентичности», обрушившийся на наших соотечественников после распада СССР Классики психологии и социологии убедительно доказывают, что расстроенная привычная система связей, соответствующее «кризису идентичности» значительно повышают порог воздействия всякого рода манипуляций

Отмечено, что манипуляционный характер современного телевидения затрудняет формирование гармоничной идентичности личности, условием становления которой является возможность личного поиска и изучения себя, при гибкой поддержке социальных институтов

Автор докторской работы исходит из позиции А. Федорова о праве граждан любой страны, входящей в информационное общество, на медиаобразование, призванное защитить личность от негативных эффектов

СМИ Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, критического мышления В то же время, отмечено, что в России практически отсутствуют службы, проводящие регулярное изучение особенностей восприятия выходящих материалов, их социальных последствий, а большая часть публикуемых или транслируемых по электронным каналам материалам ориентирована на группы аудитории, имеющие частично адекватные или неадекватные навыки интерпретирования (самые многочисленные группы), причем отношение между коммуникатором и этими группами аудитории далеко не партнерские (Г Адамьянц) Это связывается с отсутствием социального и государственного заказа

Автор разделяет точку зрения И Климова, что основными задачами, которые необходимо ставить сегодня перед телевидением являются 1) формирование (рефлексия) «общей» идентичности, 2) работа с процессами коллективной памяти – передача, сохранение, распознавание и реконструкции фреймов социальной памяти, 3) разметка поля самоутверждения и саморегуляции, формирование образа будущего, 4) презентация пространства повседневности

Диссертант подчеркивает, что реализация телевидением указанных задач помогает в поиске ответов на вопросы «Кто я?», «Откуда я?», «Чем заниматься?», «Как жить?», то есть способствует становлению идентичности и является одним из важнейших условий преодоления негативных последствий «кризиса идентичности»

Определение эфирного и общероссийского телевидения, как компонента современных СМИ, обладающего наибольшим потенциалом (в сравнении с другими источниками идентификации) в формировании единого информационного пространства, «общей» идентичности, предполагает актуальность качественного изучения социокультурных образцов, транслируемых данным источником

В втором параграфе «Характер влияния современного российского телевидения на формирование идентичности личности» рассматривается субъективное восприятие аудиторией телевидения в целом, социокультурных образцов, транслируемых посредством последнего, в частности, что является важным аспектом исследования реализации телевидением адаптационной, идентификационной функции

Результаты нашего анализа подтверждают, что «ТВ – герой» и иные социокультурные образцы, транслируемые телевидением, необходимо понимать, как объекты для осознаваемой, либо неосознаваемой идентификации Виртуальные образцы вызывают желание подражания, перенимания внешних и внутренних черт виртуальных «героев», то есть являются значимыми источниками идентификации 51,72% респондентов отметили телевидение как основной источник, повлиявший на изменение их ценностей, мировоззрения 97,09% опрошенных считают, что телевидение способствует развитию определенных личностных качеств

Современное телевидение, являясь плюралистичным, казалось бы, насыщено разнообразными социокультурными образцами, однако, отмеченная респондентами недостаточная помощь в соотнесении себя с другими людьми и в выстраивании личных стратегий обозначает недостаток «значимых других», «ТВ - героев», чьи образы могли бы стать объектом осознанной позитивной идентификации. Последняя осуществляется с эзистенционально, аксиологически близкими, позитивно воспринимаемыми образцами. Преимущественно негативное восприятие телевизионной виртуальной реальности, восприятие ее, как «чужой жизни» затрудняет осознанную позитивную идентификацию с социокультурными образцами, транслируемыми телевидением, не способствует становлению гармоничной идентичности посредством последнего. По результатам проведенного нами опроса, только 14,92% респондентов отметили, что в их восприятии телевидение показывает «нашу жизнь» 65,29% дали «ТВ-героям» отрицательную характеристику. Положительную или нейтральную характеристику дали 34,71% опрошенных (открытый вопрос)

Среди основных качеств «героев» были упомянуты аморальность (безнравственность, цинизм, лицемерие, беспринципность, бессовестность) - 35,61%. Богатство, материальная обеспеченность, состоятельность (с негативным эмоциональным оттенком) - 32,87%. Образ политика, бизнесмена, олигарха, «оторванного от народа» указали 16,89% Жестокость, агрессивность, как основные черты «героев» отметили 16,43% Жажду денег, алчность - 14,15% Связь с криминальным миром (в прошлом или настоящим «криминальные авторитеты», «бандиты», «братья») - 13,69% Обладание властью, жажду власти - 14,61% Эгоистичность отметили 13,69% Наглость, развязность, распущенность - 10,5% Поверхностность знаний, отсутствие культуры - 10,05% Силу воли (с негативным эмоциональным оттенком) - 5,48% Самоуверенность - 5,48% 2,74% опрошенных отметили, что «героев» нет

Что касается позитивных характеристик 13,69% отметили красоту, спортивность, яркую внешность; 8,22% - образованность, 5,94% - ум, 5,94% - честность

Позитивные и нейтральные характеристики были представлены следующим рядом. 13,69% назвали «героем нашего времени» президента Путина, 13,69% отметили, как характеристику «ТВ-героя», целеустремленность; 11,6% - предприимчивость; 8,68% - независимость, раскрепощенность, 8% - умение приспосабливаться, 8% - успешность, 7,5% - известность, популярность, светскость, 4,57% - рациональность, pragmatичность, 4,57% указали определенных представителей шоу-бизнеса, 2,74% отметили, что современный «ТВ – герой» является воплощением «американской мечты»

Такие качества, как. справедливость, чувство долга, ответственность, воспитанность, духовность, смелость, патриотизм, профессионализм, индивидуализм, терпеливость, обаяние, активность, чувство юмора, чуткость, доброта, искренность, щедрость, серьезность, толерантность, трудолюбие, указали меньше, чем 2% респондентов

Критичное отношение к телевидению выразилось в увеличении, по сравнению с предыдущими годами, числа опрошенных, требующих установления цензуры 64,92% опрошенных нами считают, что на телевидении пора ввести цензуру, но не политическую, речь идет именно о нравственной стороне вопроса.

Вышеприведенные результаты вполне объяснимы, так как 54,97% респондентов согласны или скорее согласны, чем не согласны, что телевидение способствует порождению насилия и агрессии 46,41% - согласны или скорее согласны, чем не согласны, что телевидение не соответствуют общепринятым нормам морали

Исследовав качества, вызывающие наибольшее уважение у респондентов, а также проанализировав ответы на вопрос «Какие из ценностей современного общества представляются Вам наиболее важными?», автор находит наличие существенных противоречий между ценностями, лежащими в основе социокультурных образцов, преобладающих в информационном пространстве телевидения и ценностями аудитории С нашей точки зрения, данное противоречие объясняет негативное восприятие экранной продукции, восприятие ее, как нечто «чуждое»

Среди качеств, вызывающих наибольшее уважение 62,98% респондентов отметили честность 51,93% указали трудолюбие 38,12% - профессионализм 37,57% - целеустремленность 36,46% - предприимчивость. 32,60% опрошенных выбрали справедливость 26,52% указали образованность 23,48% - чувство долга Самоконтроль указали, как качество, вызывающее уважение, 23,20% респондентов Бескорыстие выбрали 19,34% Чуткость отметили 17,96% Умение приспосабливаться - 15,75% 13,54% отметили терпеливость 11,33% - аккуратность Инициативность и гостеприимство отметили по 9,94% опрошенных Щедрость - 9,39% Деловитость - 5,80% Богатство - 5,52% 5,52% указали рационализм

Отмечая, какие из ценностей современного общества наиболее важны, 63,81% опрошенных отметили нравственность Наиболее характерно для лиц старше 41 года, с высшим образованием, женщин 62,71% респондентов отметили категорию «законность» Категорию «совесть» выбрали 61,60% респондентов 44,75% респондентов указали категорию «патриотизм» Наименее характерно для лиц со средним специальным образованием Наиболее характерно для лиц старше 50 лет 40,61% указали свободу выбора убеждений и поведения 34,25% респондентов среди наиболее важных ценностей современного общества выбрали терпимость к иным народам и культурам 33,15% наиболее важной ценностью назвали веру в Бога 29,56% отметили категории «независимость» 23,20% - прибыльность труда 21,55% - неприкосновенность частной собственности. 12,71% - благотворительность 9,94% указали, среди наиболее важных ценностей современного общества подчинение традициям 8,29% - личное богатство 4,97% - «самопожертвование»

Что касается мнения респондентов о личностных качествах, развитию которых способствует современное телевидение, 69,58% отметили, что телевидение стимулирует стремление к материальному благосостоянию

58,25% указали на развитие стремления совершенствовать свою внешность 39,16% - стремления выделиться за счет яркой индивидуальности 25,57% респондентов отметили, что телевидение способствует появлению чувства неудовлетворенности собой и достигнутым. По мнению 23,30% опрошенных, телевидение стимулирует стремление развивать свои творческие способности

Из 17,48% респондентов, выбравших ответ «другое», 15,5% указали ряд отрицательных качеств (агрессию, жестокость, жажду наживы, вседозволенность и тому подобное)

Диссертант исходит из позиции, что виртуальное пространство телевидения отражает социокультурные противоречия, существующие в современном российском социуме, являясь проводником мировоззрения постмодерна, глобальной потребительско - достижительской культуры, о чем свидетельствует западная «экспансия» (от отдельных программ до ценностных критерии), жанровое распределение, личностные качества ТВ-героев, культурируемые телевидением 75,82% респондентов согласны или скорее согласны, чем не согласны с тезисом об ориентации человека на западные стандарты и ценности, посредством телевидения

63,26% респондентов ответили, что не согласны или скорее не согласны, чем согласны, что современное российское телевидение способствует объединению общества Телевидение не реализует в полной мере задачи по объединению общества, формированию «общей» идентичности, артикуляции социальной памяти, что не способствует преодолению «кризиса идентичности», более того, создает серьезную угрозу девальвации самобытной отечественной культуры, разобщенности российского общества

Наши данные подтверждают данные ФОМ, что в целом наши соотечественники негативно воспринимают обилие на экране продукции западного производства, отмечая не только ее, зачастую, низкое качество, но и считая, что российская культура должна развиваться по своему пути

Становлению гармоничной идентичности, как совокупности непротиворечивых, устойчивых представлений личности о себе и своем положении в обществе, не способствует и мировоззренческая нестабильность, репрезентуемых посредством современного телевидения, героев, суперменов, «звезд», олицетворяющих собой идеал силы, успеха, благополучия. Данная нестабильность, «текучесть» образцов идентификации является отражением культуры постмодерна Телевидение поддерживает тенденцию воспроизведения субъективной реальности в виде упорядоченного хаоса систем знаний

Несмотря на критичное отношение к телевидению, наши результаты (сходные с результатами исследований других авторов), говорят о значительных затратах времени на потребление телепродукции Косвенно это может являться подтверждением теории информомана и видеомана Возникает противоречие высокий рейтинг развлекательных зрелищ должен говорить об удовлетворенности зрителя, однако по данным настоящего исследования это не подтверждается Мы находим объяснение в следующей реплике одного из респондентов (о телевизоре) «Как развлекательный ящик

он отнимает время, позволяет убить время Свою функцию он выполняет Но после остается чувство досады и раздражение»

Несмотря на недостаток позитивно воспринимаемых, аксиологически близких социокультурных образцов – объектов идентификации, транслируемых телевидением, идентификация может происходить и «стихийно», не вполне осознанно, создавая «навязанные» идентичности Молодежь, в условиях кризиса идентичности, разрушения преемственности поколений способна легче усваивать любые навязываемые социокультурные образцы, благодаря открытости сознания

Результаты исследования подтверждают гипотезу нашей диссертационной работы о значительно более лояльной и позитивной оценке деятельности телевидения молодежью, по сравнению со старшими возрастными группами Диссертант связывает это с большим разрывом между ценностями старшего поколения и ценностями, транслируемыми современным телевидением Несоответствие между качествами, вызывающими наибольшее уважение, и социокультурными образцами, транспортируемыми телевидением, наиболее ярко выражено у лиц с высшим образованием и лиц старше 41 года. Эти категории респондентов выражают телевидению меньше доверия и наиболее негативно оценивают деятельность последнего Молодежь, респонденты со средним и незаконченным высшим образованием в целом более лояльны к телевидению, что повышает потенциал его воздействия на личность молодых людей Данные изменения находят отражение в исследованиях Р Ахметьяновой, М Лисаускене, отмечающих, что возрастная когорта, рожденная в годы перестройки, в условиях открытости России мировому информационному пространству, оказалась более подвержена воздействиям Запада, успела впитать в себя его потребительские стандарты По оценке Н Цветаевой, «эпоха перемен» принесла необходимость «жить в отрезке сегодняшнего дня» Действительно, как бы парадоксально это не выглядело, по данным нашего исследования, молодежь значительно меньше интересуют перспективы страны на будущее, чем старшее поколение

Современное телевидение не способствует формированию гармоничной идентичности личности, основанной на ценностях самобытной отечественной культуры Налицо недостаток позитивно воспринимаемых, аксиологически и экзистенциально «близких» социокультурных образцов в рамках экранной продукции, что дистанцирует, отчуждает зрителей от телевизионной «виртуальной реальности», затрудняя осознанную позитивную идентификацию посредством последней ТВ-герои представлены крайне малым набором социальных ролей Кроме того, феномены информомана и видеомана, «субъект-объектные» отношения телевидения и аудитории затрудняют личный поиск в изучении себя, открывая широкие возможности для манипуляций В рамках телевизионного пространства не просматривается направленность на формирование «общей» идентичности через представление о национальной культуре и истории, ощущение причастности каждого человека к социальному целому, артикуляцию социальной памяти В целом, телевидение, не обладая социальной ответственностью и гуманистической направленностью на

сглаживание социокультурных противоречий современного общества, не способствует стабилизации, консолидации общества, сохранению и защите самобытной отечественной культуры, не осуществляет в полной мере гибкую поддержку личности в идентификации, ориентации в социокультурном пространстве

Существующее положение может быть изменено в рамках реализации государственной культурной политики идентичности, при наличии социального и государственного заказа к телевидению

В заключении подведены итоги работы, сформулированы основные выводы и предложения по решению проблемы, рассмотренной в диссертации

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Овсянникова, Н А Проблема культурной самоидентификации россиян в свете глобализации мировой культуры [Текст] / Н А Овсянникова // Культура как фактор развития личности материалы межрегиональной научно-практической конференции / ред А И Лазарева - Курск. КГМУ, 2004. - С. 24-26 (0,2 п л)

2. Овсянникова, Н А Проблемы самоидентификации россиян сквозь призму социокультурной модернизации России [Текст] / Н А Овсянникова // Россия на рубеже веков: история и современность: материалы II Всероссийской научно - теоретической конференции / ред Н Л Авиловой - Курск Курский государственный технический университет, 2004 - С 114-116 (0,3 п л).

3 Овсянникова, Н А Становление российской самоидентификации в условиях разобщенности общества [Текст] / Н А Овсянникова // Человек и общество на рубеже тысячелетий международный сб науч тр / под ред О И Кирикова – Выпуск 28 – Воронеж Воронежский государственный педагогический университет, 2005 - С 15 - 18 (0,3 п л)

4 Овсянникова, Н А Потенциал воздействия средств массовой информации на личность в реальном российском социуме [Текст] / Н А Овсянникова // Актуальные проблемы науки в России материалы всероссийской научно – практической конференции / под ред В А Плоткина – Выпуск 3 Том 2 – Кузнецк Кузнецкий институт информационных и управленческих технологий, 2005 - С. 89 - 92 (0,22 п л)

5 Овсянникова, Н.А. Идентичность «на перепутье» («столкновение культур». традиции и современность) [Текст] / Н А Овсянникова // Федерация Научный журнал о проблемах политики, экономики, социологии и права / ред Е А Казначеева – № 16 (30) – Москва www tezarus com, 2006 - С 59 – 64 (0,36 п л)

6 Овсянникова, Н А Современные методы прикладной информатики как источник идентификации россиян (на примере телевидения) [Текст] / Н.А Овсянникова, П Ф Кравчук // Вестник московской академии рынка труда и информационных технологий / ред Ю Г Шатракова - № 16 (38) - Москва Мартит, 2006 - С 83-87 (0,37 п л , собств 0,3)

Подписано в печать 12 10 07г
Отпечатано ИП Иванов А В , г Курск, ул Чехова, 11/52
Заказ № 44 от 12 10 07г Тираж 70 экз