

**Гомбоева Ольга Олеговна**

**Роль телевидения в формировании ценностных ориентаций  
современного студенчества  
(на материалах Республики Бурятия)**

Специальность 22 00 04 – социальная структура,  
социальные институты и процессы

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук



003173254

A handwritten signature in black ink is written over a diagonal line.

Улан-Удэ – 2007

Работа выполнена на кафедре философии  
Бурятского государственного университета

**Научный руководитель:** доктор философских наук, профессор  
**Осинский Иван Иосифович**

**Официальные оппоненты:** доктор философских наук, профессор  
**Балханов Иван Гаврилович**

кандидат социологических наук, доцент  
**Бадмаева Людмила Владимировна**

**Ведущая организация:** Восточно-Сибирский государственный  
технологический университет

Защита диссертации состоится 14 ноября 2007 г в 12 00 часов на заседании диссертационного совета Д 212 022 01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора наук при Бурятском государственном университете по адресу 670000, г. Улан-Удэ, ул Смолина, 24 «а», конференц-зал

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Бурятского государственного университета

Автореферат разослан 12 октября 2007 г

Ученый секретарь диссертационного совета  
доктор философских наук. доцент

 Кузнецова А М

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования** определяется необходимостью анализа специфики воздействия телевидения как средства массовой информации на формирование ценностных ориентаций современного студенчества Социальная информация все больше оказывает влияние на социальное, культурное развитие личности Она играет все большую роль в социализации студенческой молодежи, преемственности социально-культурных и духовных ценностей и традиций различных поколений Воздействие телевидения на массовое сознание студентов обусловлено следующим Во-первых, ценностные ориентации студентов находятся в процессе развития, а потому требуют некоторого времени для обретения устойчивости, в связи с чем испытывают зависимость от внешних информационных факторов, среди которых существенным является телевидение Во-вторых, студенчество представляет интерес как поколение, которое в недалеком будущем займет место основной производительной и социальной силы общества, а следовательно, ее ценности будут во многом определять духовную культуру всего общества

Столь же немаловажным представляется анализ содержательной деятельности телевидения и выполняемых им функций Для студентов имеет значение не только информационный аспект влияния телевизионных каналов, но и нравственно-духовный потенциал, степень гуманизма и демократизма транслируемых передач

Не менее актуально социальное исследование специфики процессов влияния телевидения на студенческую аудиторию, принадлежащую к разным национальным культурам, профессиональным и демографическим группам Современный процесс превращения отечественного телевидения в сферу «свободного предпринимательства» вызвал бурное развитие массовой культуры и обусловил переход телевизионной продукции в категорию товара Это произошло стихийно, без надлежащего научного обоснования, без опоры на мировой опыт в теории коммуникации, и самое главное, без учета особенностей национальной культуры Коммерциализация телевидения не могла не отразиться на формировании ценностных ориентаций Это повлекло за собой переоценку ценностей современного студенчества

Изменения в системе телевидения как центрального, так и регионального уже сегодня оказывают влияние на развитие духовной жизни студентов Телевидение тиражирует новые образцы и модели поведения людей, которые в обыденно-практическом сознании человека выступают ориентиром повседневной деятельности, выражают позицию личности в системе культуры Однако многообразие современных телевизионных форм и технологий осложняет процесс восприятия зрителем получаемой информации Актуальность поставленной проблемы обусловлена также новыми тенденциями в развитии современного общества, деятельностью социокультурных институтов и СМИ, ведущее место среди которых принадлежит телевидению

**Степень научной разработанности проблемы.** Различным аспектам, связанным с проблемой влияния телевидения как важнейшего средства массовой информации в современном российском обществе, посвящены монографии и научные статьи общего, социально-философского и междисциплинарного характера Наибольшее количество источников и теоретических концепций связано с темой истории и методологии массовых коммуникаций Ряд научных трудов посвящен техническим особенностям функционирования средств массовой коммуникации К ним относятся работы Р Ф Абдеева, Н Винера, Ю И Воронцова Другое направление представляют труды отечественных и зарубежных исследователей В Ю Борева и А В Коваленко, Д Джованнини, П Кууси, К Леви-Строса, М Маклюэна, А Моля, Л В Петрова, Г Г Почепцова, в которых анализируется процесс исторического развития средств массовой коммуникации, передача информации и ценностей культуры

Немало исследований посвящено семиотическому анализу массовых коммуникаций Ю М Лотман, Ч. Моррис, Р Барт

Воздействие «массовой культуры» на массовое сознание рассматривается в трудах Г К Ашина, Б Н Карцевой, Л В Петрова, Х Ортеги-и-Гассета, Г Гуарда, Р Мертона, П Лазарсфельда.

Большой пласт психологической и соционихологической литературы связан с изучением мотивов, ценностей, в соответствии с которыми люди выбирают, интерпретируют содержание телевизионной продукции Применение информационно-психологических методов воздействия на психику человека рассматривается в изданиях Э Аронсона, А Маслоу, В Одайника, З Фрейда, К Юнга

Структура коммуникативного процесса исследуется в работах американских авторов, среди которых Х. Лассуэл, В. Липпман, У Шрамм

Особое значение имеет изучение процесса формирования личности в структуре коммуникативного процесса. Это происходит на основе передачи и приема информации, ее интерпретации и усвоения. Успех социализации личности зависит от того, в каком объеме и с какой глубиной будут восприняты ценности культуры

Обобщенный опыт разработки теории ценности в зарубежной и отечественной философии представлен в трудах М Вебера, ГП Выжлецова, М С Кагана, П Козловски, Т Парсонса, В Н Сагатского

Специфика телевизионной коммуникации, жанровые особенности обозначены в трудах В. Вильчека, О Нечай, В Саппака

Теоретические аспекты телевизионной коммуникации в сфере различных гуманитарных наук и ее воздействие на аудиторию рассмотрены в работах таких российских исследователей, как В Ю Борев, Ю П Буданцев, Б А Грушин, Т М Дридзе, И Дзялошинский, А Иголкин, В С Коробейников, Г С Мельник, Ж Т Тощенко, А А Чичановский, А В Коваленко, И С Мелюхин, Л В Петров, Э А Поздняков, Г Г Почепцов, Б М Сапунов<sup>1</sup>

Изучению функционирования телевидения, его роли в социокультурных и духовных процессах уделялось существенное внимание иностранными учеными. Эти проблемы разрабатывали такие крупные исследователи, как А Моль, Г Лассуэлл, Х Хоркхаймер, Г Шиллер, Ю Хабермас, Г Маклюэн, Ч Сэндидж, Р Чадлин и др<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Борев В Ю , Коваленко А В Культура и массовая коммуникация – М , 1986, Буданцев Ю П Социология массовой коммуникации – М , 1995, Мельник Г С Масс – медиа психологические процессы и эффекты – СПб , 1996, Мелюхин И С Информационное общество истоки, проблемы, тенденции развития – М , 1999, Петров Л В Массовая коммуникация и культура – М , 1998, Поздняков Э А Философия культуры – СПб 1999 Почепцов Г Г Теория и практика коммуникации – М , 1998, Сапунов Б М Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации – М ,1998, Терин В П Массовая коммуникация Исследование опыта Запада – М , 1999 и др

<sup>2</sup> Моль А Социодинамика культуры – М 1973, Шиллер Г Манипуляторы сознанием – М 1980, Сэндидж Ч С и др Реклама теория и практика – М , 1996, Чадлин Р Психология влияния – М , 1997, Habermas J Theorie des Kommunikativen Handeln – Frankfurt am Main 1973 McQuail D Mass Communication An Introduction – London, Sage, 1994

Исследования телевизионной массовой коммуникации способствовали более глубокому раскрытию взаимосвязей между телевидением и различными социальными группами общества, телевизионной информацией и индивидом, а также доказали необходимость дальнейшего развития социально-философской мысли в условиях приобретения человеческой цивилизацией нового глобального измерения своего единства

Немаловажен тот факт, что понятие телевизионной коммуникации возникло в конце 40-х – начале 50-х годов в русле концепций «массового общества» и «массовой культуры», когда вследствие бурного развития электронных средств массовой информации стало усиливаться явление «телевизионной культуры». В настоящее время данные проблемы нашли отражение в монографиях, учебных пособиях и статьях Т А Алексиной, Г Н Вачнадзе, И Дзялошинского, А Юровского

Проблема изучения телевизионной аудитории, в том числе студенческой, стала активно изучаться в Советском Союзе и странах социалистического содружества начиная с 70-х годов<sup>1</sup>. Задача повышения эффективности влияния телевидения на формирование гуманистических, духовных, нравственных, эстетических и познавательных интересов молодежи становится еще более значимой по мере демократизации российского общества. Система средств массовой информации, отвечающая требованиям современного демократического общества (плюрализм, независимость, уважение прав человека, обеспечение основных прав и свобод), лишь формируется в России. Результаты прикладных исследований проблем организации и восприятия телевидения освещаются в целом ряде работ отечественных авторов<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи – М, 1989, Коган Л Н и др Телевизионная аудитория структура, ориентации, культурная активность – Свердловск, 1973, Массовая информация и общественное мнение молодежи/ под ред В Л Осовского – Киев, 1990 Чубайс И Б Воздействие телевидения на формирование общественного мнения автореф канд филос наук – М, 1979, Исследование проблем молодежи в ГДР/ под ред Ю Е Волкова и др – М, 1976, Человек социалистического общества и процессы массовой коммуникации Советско-венгерские исследования массовой коммуникации – Будапешт, 1983

<sup>2</sup> Лукницкий С П Средства массовой информации в системе управления современной Россией автореф дис канд социол наук – М, 1999, Богомолова Н Н Социальная психология печати радио и телевидения – М, 1991, Нанешвили Б Д Исследование восприятия ведущих телевизионных программ молодежной аудито-

О роли СМИ высказываются ведущие социологи и политологи западного мира, среди которых Р Арон, З Бзежинский, У Ростоу, Э Тоффлер и другие

К числу наиболее известных специалистов по проблемам СМИ, пропаганды и общественного мнения следует отнести таких, как Б Берельсон, Л Богарт, Д Томпсон, Б Хеннеси. В их исследованиях последовательно реализован деятельностный подход, позволяющий комплексно, системно анализировать общество, личность, СМИ и образ жизни

Следует отметить, что истории телевизионной журналистики, а также ее сущности и актуальным проблемам посвящены работы А Вартанова, В С Егорова и В Л Цвика. Е В Побerezникова и Я Н Засурский рассматривают телевидение как интерактивное поле взаимодействия и общения, влияющее на формирование ценностных ориентаций

**Объект диссертационного исследования – телевидение как социальный институт**

**Предмет диссертационного исследования – характер влияния телевидения на формирование ценностных ориентаций современного студенчества**

**Цель и задачи исследования.** Целью данного исследования является выявление основных тенденций и факторов влияния центрального и регионального телевидения на студенческую аудиторию, а также выяснение, какие именно программы формируют те или иные ценностные ориентации у современных студентов, на материалах Республики Бурятия

Для осуществления сформулированной выше цели были определены задачи

- раскрыть социальное содержание понятия «ценностные ориентации»,
- определить специфику телевидения как социального института,
- выявить основные функции современного российского телевидения в формировании ценностных ориентаций и социокультурных интересов современного студенчества,

- раскрыть процесс коммерциализации телевидения, повлекший за собой переоценку ценностей современного студенчества,
- определить основные направления воздействия программ центрального телевидения на формирование ценностных предпочтений студентов,
- выявить влияние регионального телевидения на формирование ценностных ориентаций студентов, опираясь на результаты анкетирования и интервью студентов республиканских вузов,

**Методологическая основа исследования** Теоретико-методологическую основу диссертации образуют принципы сравнительного анализа, а также диалектические, общенаучные методы познания, труды российских и зарубежных ведущих специалистов, которые изучали влияние телевидения на формирование социальных, культурных и духовных ценностных ориентаций студенчества

**Гипотеза исследования.** С учетом накопленной информации, полученной в результате проведенного исследования, за основу исследуемой гипотезы принимается предположение о том, что телевидение оказывает неоднозначное влияние на ценностные ориентации современного студенчества. Характер данного влияния зависит от типа транслируемых передач. Наряду с негативным и разрушающим духовную основу воздействием программ, содержащих насилие, стремление к большим деньгам, можно выделить программы, положительно влияющие на формирование таких ценностных ориентаций, как важность получения образования, семья, патриотизм, любовь и сопереживание ближним. Современный телевизионный продукт ориентирован на духовно-нравственное развитие личности студента в гармоничном сочетании со стремлением упрочить материальную основу существования

**Эмпирической базой исследования** послужили результаты социологического исследования, проведенного в высших учебных заведениях города Улан-Удэ в 2006 г., а также интервью, проведенного в 2007 году. В рамках эмпирического исследования использовалась специально разработанная анкета

Обследованием были охвачены четыре государственных вуза. Восточно-Сибирский государственный университет, Бурятский государственный университет, Восточно-Сибирская государственная академия культуры и искусств, Бурятская государственная сельскохозяйственная академия

Общий объем выборки составил 600 студентов

**Научная новизна** исследования состоит в том, что в данном диссертационном исследовании

- раскрыты ценностные ориентации студенческой молодежи,
- выявлены основные жанры и тематическое содержание телепрограмм, а также их влияние на ценностные ориентации студентов,
- исследовано влияние центрального телевидения на студенческую молодежь с учетом социальной, демографической, профессиональной преемственности,
- проведен социологический анализ особенностей предпочтения телевизионной информации молодежной аудитории Республики Бурятия,
- установлены причины негативного и позитивного отношения студенческой молодежи к некоторым видам телевизионной продукции,
- определены условия, при которых телевизионная коммуникация положительно влияет на гуманистические, духовные функции студентов

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1 В связи с коммерциализацией телевидения как социального института произошли заметные изменения в системе ценностей современных студентов Спектр ценностей как положительных, так и отрицательных увеличился и стал иметь смешанный характер. Наряду с материальными ценностями студенты стали больше ориентироваться на ценности семьи, любви к Родине, ценности образования и самосовершенствования

2 Центральное телевидение на сегодняшнем этапе развития располагает большими возможностями и предлагает значительный выбор телевизионной продукции для удовлетворения образовательных, воспитательных, творческих потребностей современного студенчества

3 Историческое информационное развитие человеческого общества оказывает влияние на ценностные ориентации индивида. Если в советский период существования телевидение культивировало ударный труд во имя лучшего будущего, коллективную собственность и дружбу народов, то во времена дефолта главенствующую позицию занимали ценность денег, отчуждение от проблем близких и культ «золотого тельца». На современном же этапе развития общества телевидение формирует давно забытые ценности

любви, красоты, сопереживания, желания оказать помощь ближнему и т д

4 Несмотря на большое количество программ, показывающих насилие и обличающих людей в их неблаговидных поступках, телевидение по принципу обратной реакции продолжает тем самым формировать положительные ценностные ориентации, вызывая у зрителя подобными сюжетами жажду добра и созидания

5 Региональное телевидение находится на стадии своего развития и преодоления коммерческих и технических трудностей Однако, несмотря на это, региональное телевидение вполне удовлетворяет потребности студенческой аудитории, формируя при этом самые положительные ценностные ориентации

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что основные результаты и выводы данного исследования могут быть использованы для дальнейшей теоретической разработки проблемы формирования ценностных ориентаций современного студенчества, а также в качестве последующего анализа особенностей влияния телевидения на студенческую аудиторию прикладных исследований феномена телевизионной коммуникации

**Практическая значимость** работы определяется тем, что основные результаты диссертационного исследования могут быть использованы при социологическом анализе актуальных проблем массовой культуры и потребления ее продукции студенческой молодежью, а также в процессе анализа и решения комплекса социальных проблем, связанных с межкультурным диалогом Основные положения могут быть использованы при разработке спецкурса по социологии средств массовой коммуникации

**Апробация работы** Основные положения диссертационной работы обсуждались на ежегодной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов Бурятского государственного университета (декабрь, 2005 г ) По теме опубликовано четыре статьи

**Структура работы** Диссертационное исследование изложено на 155 страницах машинописного текста, состоит из введения, 2 глав, включающих 5 параграфов, заключения, литературы и приложения

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется состояние научной разработанности, определяются объект и предмет диссертационного исследования Сформулированы цель и задачи, гипотеза исследования и основные положения, выносимые на защиту, раскрывается научная значимость, теоретико-методологическая основа и эмпирическая база исследования Указываются формы апробации содержания работы, также представлена структура диссертации

Первая глава «**Теоретико-методологические основы исследования роли телевидения в формировании ценностных ориентаций современного студенчества**» включает три параграфа Данная глава посвящена анализу теоретико-методологических вопросов, касающихся исследования влияния телевидения на формирование ценностных ориентаций современного студенчества

Первый параграф «**Ценностные ориентации: сущность и основные подходы исследования**» посвящен анализу ценностной проблематики В этом параграфе рассматриваются основные подходы в исследовании ценностей, их главные функции и роли в процессе социализации личности

Автор в первую очередь раскрывает понятие «ценностей», которое является неоднозначным и имеет многоплановые определения у разных авторов Ценность, по Виндельбанду, есть идеал, носителем которого выступает сознание как источник норм<sup>1</sup>. Парсонс полагал, что ценности являются основой интеграции субъектов в общество посредством «взаимопроникновения между социальной и личностной системами»<sup>2</sup> Франкл вводит представление о ценностях как о смысловых универсалиях, кристаллизовавшихся в результате обобщения типичных ситуаций, с которыми обществу или человеку приходилось сталкиваться в истории<sup>3</sup>

Ценности составляют элемент культуры и лежат в основе нравственных принципов Их формирование происходит на основе отбора определенных видов поведения и опыта людей В результате

<sup>1</sup> Виндельбанд В Прелюдии – Спб , 1904 – С 26

<sup>2</sup> Парсонс Т Система современного общества пер с англ – М Аспект-пресс, 1998 – С 21

<sup>3</sup> Франкл В Человек в поисках смысла – М , 1990 – С 35

такого отбора появляется различие в иерархии систем ценностей поколения в рамках одной культуры

Во всем имеющемся разнообразии существуют различные подходы к классификации ценностей, которые не исключают, а скорее дополняют и расширяют друг друга

Так, в основу одной классификации положено целеполагание, так как существование ценностей прямо или косвенно связано с целенаправленной деятельностью людей, с осуществлением человеческих идей. Такой подход представлен в работах Милтона Рокича<sup>1</sup>

Виктор Франкл классифицирует ценности в зависимости от выбора индивидом пути осмысленной жизни. Основой его теории экзистенциального анализа является поиск смысла жизни человека<sup>2</sup>

О Г Дробницкий выделял два рода ценностей – предметные, которые выступают как потребности в определенных объектах, и ценности сознания или ценности представления. Первые есть объекты наших оценок, а вторые выступают в качестве высших критериев для таких оценок<sup>3</sup>

Автор констатирует, что в научной литературе существует немало классификаций ценностей. В них ценности структурируются по предмету и содержанию объектов, на которые они направлены. Соответственно, выделяются следующие классы ценностей социально-политические, экономические, нравственные и т д. Иная классификация представляет классы ценностей по субъекту отношения общества, класс, социальная группа, коллектив, индивид. К первой из названных классификаций можно отнести классификационную модель, предложенную В П Тугариновым. За основу классификации им взята структура общественных явлений, исходя из троиственного деления форм общественной жизни, и, соответственно, он получил материальные, социально-политические и духовные ценности<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Rokeach M. The nature of human values -NY , 1973 – С 5 (цит по Бойко В Ю Типология ценностных позиций и состояние кризисного сознания // Ценности социальных групп и кризис общества – М. Ин-т философии АН СССР, 1991 – С 60)

<sup>2</sup> Франкл В Человек в поисках смысла – М, 1990 – С 36

<sup>3</sup> Дробницкий О Г Наука и ценности: состояние проблемы и ее постановка // Философия науки – 1973 - №4 – С 14 – 18. Он же Проблема ценностей и марксистская философия// Вопросы философии – 1966 - №7

<sup>4</sup> Тугаринов В П Теория ценностей в марксизме – Л , 1968

Далее автор раскрывает понятия «ценностная ориентация» и «аттитюд», которые впервые ввели в социологию Уильям Томас и Флориан Знанецкий. Они отмечали, что индивид интериализует основные социальные ценности и осознанно руководствуется ими в своем поведении. При этом индивид не только свободно ориентируется на социальные ценности других, но и анализирует их и на этой основе формирует свои ценности, а также принимает участие в выработке ценностей группы.

В отечественной социологической литературе понятие ценностных ориентаций стало использоваться с середины 60-х гг. Первыми исследователями ценностных ориентаций считаются В. Б. Ольшанский, А. Г. Здравомыслов, В. А. Ядов. Ценностные ориентации, по мнению В. Б. Ольшанского, рассматриваются как устремление личности или группы к различным формам социальной значимости<sup>1</sup>.

А. Г. Здравомыслов и В. А. Ядов понятия ценностные ориентации связывали с психологическим понятием установки личности. Согласно их мнению, ценностные ориентации представляют собой установку личности на те или иные ценности материальной и духовной культуры общества. В них отражается жизненный опыт, накопленный личностью в ее индивидуальном развитии<sup>2</sup>.

Несколько позже исследователями было представлено уточнение этой дефиниции. Отмечалось, что ценностные ориентации – это «относительно устойчивое, социально обусловленное отношение человека к совокупности материальных и духовных благ и идеалов, которые рассматриваются как предметы, цели и средства для удовлетворения потребностей жизнедеятельности личности».

В заключение автор отмечает, что при анализе ценностных ориентаций на эмпирическом уровне надо учитывать, что последние состоят из трех компонентов: когнитивного, эмоционального, поведенческого. Следовательно, для фиксации одной ценностной ориентации надо получить информацию о каждом из них.

Второй параграф «Телевидение как социальный институт и его специфика в рамках современного общества» посвящен рас-

<sup>1</sup> Ольшанский В. Б. Личность и социальные ценности // Социология в СССР – Т 1 – М ,1996 – С 470-530

<sup>2</sup> Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Отношение к труду и ценностные ориентации личности // Социология в СССР – Т 2 – М 1996 – С 195-202

смотрению телевидения, его функций и специфике его воздействия на личность

В самом начале автор раскрывает понятие «социальный институт», отмечая, что каждый социальный институт характеризуется наличием цели своей деятельности, функциями и набором статусов и ролей. Целью создания социального института является удовлетворение определенной социальной потребности, которое достигается через выполнение соответствующих функций. Различают два вида функций: открытые (явные) и латентные (скрытые). Явные функции либо закреплены законодательно, либо существуют в виде декларации или кодексов, их важнейшим отличием, по определению американского социолога Р. Мертона, является то, что они изначально «входили в намерения и осознавались участниками системы»<sup>1</sup>. Скрытые функции являются «дополнительными» при формировании института: их выполнение не планируется и зависит целиком от сгущения внешних обстоятельств. Автор описывает разные подходы в исследовании социального института. В отечественной социологии существует общепризнанный подход относительно функционирования социального института в целом и нет согласия относительно функционирования института телевидения, в частности. Отчасти причина кроется в сложности и многогранности такого явления, как коммуникация, в сфере которого реализует свои возможности телевидение.

В отечественной литературе выделены 5 основных функций, позволяющих не только выявить основные направления деятельности телевидения, но и определить критерии работы телевидения:

1. Информирование

2. Воспитание

3. Организация поведения (прекращение, изменение или инспирирование какого-либо действия представителей аудитории)

4. Катализатор коммуникативной деятельности (усиление, поддержание, ослабление связей между представителями аудитории)

5. Создание определенного эмоционально-психологического тонуса (в частности, снятие напряжения) у представителей аудитории<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Американская социологическая мысль М., 1996 С. 428

<sup>2</sup> Грушин Й.Ф. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения – М. Знание, 1979

Каждая из функций решает определенный круг задач. Далее автор рассмотрел различные жанры телевизионных программ и характер их влияния на формирование ценностных ориентаций

В заключение автор делает вывод о том, что телевидение, с одной стороны, это важная сфера общественной жизни и средство духовного производства в современном обществе. В то же время в силу своих сущностных особенностей телевидение приобрело над людьми большую власть. Телевидение следует рассматривать как специфическое явление современной массовой культуры в органическом единстве всех его физических, материальных и социальных свойств. Превышение одной из этих сторон и функций телевидения приводит к искаженному восприятию его места и роли как в структуре средств массовой информации, так и в развитии общества. Следует также отметить, что процесс телевизионной коммуникации привлекает различные социальные группы, оказывая на них значительное влияние. Одной из таких групп является студенчество.

В третьем параграфе «Технология и методы исследования влияния телевидения на формирование ценностных ориентаций современного студенчества» особое внимание уделяется технологиям социологического исследования, которые являются связующим звеном между теорией и его рациональным практическим применением. Анализ методик и приемов исследования влияния телевидения на формирование ценностных ориентаций современного студенчества позволяет диссертанту определить собственную методологию социологического исследования.

Основным инструментом получения первичной социологической информации стала специально разработанная анкета, которая состоит из 65 вопросов и включает в себя 4 взаимосвязанных «смысловых» блока.

1 Просмотр программ частотность просмотра, количество времени на просмотр, наиболее предпочтаемые каналы, жанры, современные проблемы, оценка профессионального уровня, отношение к рекламе

2 Ценностно-ориентационные вопросы показ шокирующих сцен насилия, отсутствие запретных тем, степень влияния телевидения на распространение наркомании, алкоголизма, СПИДа, а также влияние телевидения на ценностные ориентации и развитие культуры

**3 Материальное положение студентов. доход, жилищные условия, возможность приобретения материальных благ, самооценка материального положения**

**4 Социальное происхождение интеллигенция или выходцы из рабочих, образование родителей, место жительства**

После проведенного анкетирования мы также сочли нужным провести интервью, опросив при этом еще 55 студентов, представителей разных вузов и специальностей. Интервью – это способ сбора информации, построенный как исследовательское общение с индивидом по схеме «вопрос - ответ» и связанный с «непосредственным наблюдением за личностью». Интервью как вид исследования позволяет осуществить сочетание метода опроса и наблюдения. В зависимости от степени формализации различают стандартизованные интервью, когда всем респондентам задают одни и те же вопросы в одной и той же последовательности, свободные интервью, протекающие в форме беседы на заданную тему. В процессе нашего интервью мы задавали вопросы, касающиеся влияния телевизионных программ на ценности, на выбор дальнейшего жизненного пути. Мы пытались выяснить, какие конкретно программы формируют те или иные ценностные ориентации у современных студентов.

В нашем исследовании, которое проводилось в течение 2006 г., приняло участие 600 респондентов. В это число вошли студенты очного отделения всех вузов города Улан-Удэ, таких как Бурятский государственный университет, Бурятская сельскохозяйственная академия, Восточно-Сибирский государственный технологический университет, а также Восточно-Сибирская академия культуры и искусств. Проектирование выборочной совокупности производилось на основе статистических данных, предоставленных студенческими отделами кадров университетов.

**Вторая глава «Особенности формирования ценностных ориентаций студентов в современных условиях телевидения»** включает в себя два параграфа. Глава посвящена анализу процесса формирования ценностных ориентаций у современного студенчества разными телевизионными программами центрального, а также регионального телевидения.

**В первом параграфе «Специфика формирования центральным телевидением ценностных ориентаций у современного студенчества»** показано, каким образом программы центральных телеканалов влияют на формирование ценностных ориентаций студен-

тов Автор отмечает, что современное студенчество – поколение, воспринимающее телевидение как нечто само собой разумеющееся, выросшее на свободе слова, образовательных программах, кино-классике, не только советской, но и зарубежной, и проводящее у телевизора большую часть свободного времени Основная отличительная черта современного студенчества – это информированность Однако та информация, которой располагает современное студенчество, дает ему основания не только для оптимизма и социальной активности, но и преподносит не совсем благовидные образцы поведения Реальную основу и содержание жизни современного студенчества составляет его частная жизнь, где попытки выжить и как-то упрочить свое положение дополняются активным общением с друзьями, семейными проблемами, развлечениями и саморазвитием Доминирующими в системе ценностей становятся деньги, материальное благополучие и ценности индивидуального характера Социологические исследования научно-исследовательского центра при институте молодежи, в свою очередь, фиксируют распространение индивидуалистических ценностей в сознании молодежи, а именно стремление к успеху, к достижению высокого социального положения, известности и славе, высокую инициативность, готовность к риску В сфере межличностных связей и отношений растет влияние принципов конкурентной борьбы, преимущества частных, индивидуалистических интересов Все чаще молодые люди видят в других соперников, конкурентов, уверены, что каждый должен жить сам по себе, не интересуясь «чужими» делами Значение коллективистских ценностей в сознании студенческой молодежи резко упало

Автор констатирует, что нравственные нормы, как и правовые, лишь в определенной мере формируют ценностные ориентации индивида Они возводят в общее правило только то, что в нравственных отношениях постоянно повторяется и является в них общим, те наиболее существенным, абстрагируясь от эмпирических форм и случайных обстоятельств Поэтому они по форме и содержанию воспринимаются индивидом как бы уже готовыми Но индивид может и сам формулировать нравственные требования, реализация которых позволила бы ему обрести совершенство, определить образ наиболее ценного и величественного в человеке В качестве таких высших форм нравственных ценностей выступает идеал

Далее автор отмечает, что в системе телевидения за последнее время произошли значительные изменения, которые не могли не

отразиться на ценностях современного студенчества. Данные изменения продиктованы процессом его коммерциализации, который способствовал переоценке ценностей у современного студенчества. Спектр ценностей увеличился, а влияние телевидения стало противоречивым и неоднозначным. Как выясняет автор, наряду с ценностями индивидуального характера, такими как самореализация, достижение материального благополучия, стремление к карьере, можно выделить и другие ценности, к которым стремится современное студенчество. Семья, любовь к родному краю, добroе отношение к людям и животным,уважение и дружба - эти ценности долгое время оставались невостребованными, однако в начале нового тысячелетия они вновь возымели свою значимость среди студентов. Приведенный социологический опрос показал, что современные студенты остались верны гуманистическим направлениям, высоконравственным качествам личности. Об этом свидетельствуют ответы и на пункт анкеты, в которой предполагалось отметить те черты, которые не нравятся современной молодежи. Здесь также четко выявились наиболее негативная, не принимаемая респондентами черта – жестокость (87,8%). Затем идет безразличие к судьбам других людей, равнодушие (60%), половая распущенность (34,9%), пристрастие к спиртным напиткам (33,9%), отсутствие духовности (28,2%), склонность к иждивенчеству (28%), отсутствие чувства долга (27,6%).

Автор отмечает, что большинство опрошенных студентов согласились с тем, что телевидение помогает студентам определиться в выборе жизненных приоритетов, формируя при этом ценности самореализации и развития личностных качеств, а также семейные ценности, помочь ближним и дружба. К числу телепрограмм, положительно влияющих на формирование ценностных ориентаций, относятся программы, связанные со спортивной тематикой. Опираясь на полученные результаты опроса, диссертант отмечает, что программы спортивной тематики значительно усиливают и формируют такую ценность, как патриотизм, любовь и гордость за свою Родину. В основном такая тенденция наблюдается среди городских студентов с факультетов технической направленности. В данном случае, как отмечает автор, студенты выражают свое желание идти в ногу со временем, которое диктует свои правила, принципы и лозунги, важнейшим из которых для молодежи является здоровый образ жизни и отказ от вредных привычек. Программы о спорте оп-

ределенно полезны, поскольку именно они демонстрируют пути улучшения физического состояния человека, повествуют о жизни чемпионов и направляют тем самым зрителей к упорядочиванию жизненного ритма и достижению поставленных целей. По всей видимости, студенческая молодежь охотно восприняла идею о том, что хорошее здоровье – это одна из самых главных ценностей и залог жизненного успеха.

Наряду с тем, что телевизионные программы ориентируют студентов в положительном отношении, существует и другая сторона ценностного ориентирования. По мнению автора, значительная часть телевизионной продукции формирует негативные ценностные ориентации, такие как разобщенное поведение, дурной вкус, и внушиает ложные представления о реальности. Регулярный показ бедствий и случаев насилия способствует тому, что студенческая молодежь начинает обобщать подобную информацию, определяя ее как типичную для нашего общества. Тем самым ценности осознания трагичности происходящего утрачивают свою значимость, уступая место равнодушию, а потом и сформировавшейся агрессии. Согласно полученным данным, автор выделяет плюсы и минусы ценностного ориентирования в результате показа насилия и кровавых сцен на телевидении. Из вышеупомянутых результатов можно заключить, что, с одной стороны, у студентов формируются ценности сопререживания, сплоченности и мирного существования, с другой стороны, чувство незащищенности, а порой и безысходности перед будущим, что очень плохо оказывается на дальнейшей жизнедеятельности студентов.

Тем не менее, опираясь на полученные данные, автор заключает, что центральное телевидение в целом преподносит положительные образцы поведения для современных студентов, формируя важные ценностные ориентации добра, взаимопомощи, защиты слабых. Телевидение развивает лидерские качества личности, нацеливая студентов на полную самореализацию. Результаты нашего анкетирования свидетельствуют о том, что число положительных ценностных ориентаций, формируемых современным телевидением, значительно возросло по сравнению с прошлыми годами. Современные студенты стали больше времени уделять самообразованию, чтению, а также самовоспитанию. Благодаря телевидению спектр ценностных ориентаций современного студенчества расширился. Как показали исследования автора, наряду с материальными ценностями и

стремлением к выгоде студенты ставят на первое место такие нравственные ценности, как семья, любовь, искренность, домашний очаг, любовь к Родине На сегодняшнем этапе перед студентами возникло большое количество возможностей получения информации из области образования, искусства, науки и техники в целом посредством телевидения

Во втором параграфе «**Влияние регионального телевидения на формирование ценностных ориентаций у студентов**» рассматривается влияние программ республиканских телеканалов на ценности студенчества Автор отмечает, что в Бурятии на сегодняшний день функционируют три местных телеканала БГТРК, Ариг Ус, Тивиком Самым популярным по данным опроса является Ариг Ус (59%), вторую позицию по популярности занимает Тивиком (43%), а на третьем месте расположился канал БГТРК (26%). Анализируя деятельность самого популярного и любимого регионального канала Ариг Ус, автор констатирует, что данная телекомпания использует в практике свой комментарий основных событий центральных каналов, однако это происходит лишь в тех случаях, когда это каким-либо образом может отразиться на социально-общественной жизни нашего региона В целом же программная служба данной телекомпании следит за тем, чтобы в новостях отражались наиболее значимые и важные события местного масштаба как живут люди в Улан-Удэ, в районах Республики Бурятия и даже в Монголии. Такая политика телекомпании должна только приветствовать аудитории, которая получает и местные новости и находится в курсе основных событий, смотря центральные каналы ОРТ и РТР Телеведущие иногда забывают, что пример положительного творческого начала необходим человеку для саморегуляции в обществе Ведь главное не только предоставить информацию о событиях в столице, но и не забыть при этом о социально-экономических проблемах в регионах страны, которые требуют своего освещения в новостях Можно также отметить, что региональное телевидение способствует ознакомлению студентов с историческим и культурным достоянием Республики Бурятия Многие программы на местных телеканалах, используя прием сенсационности, повествуют об уникальных явлениях, потрясающих ученых всего мира, например, загадка вечной жизни ламы Итыгелова Большое количество телепередач знакомит студенческую молодежь с памятниками культуры, бесценными экспонатами, которые есть только в Бурятии, например, таких как Ат-

лас тибетской медицины, древние иконы и т д Тем самым при помощи приема убеждения формируются этнические ценности и национальное самосознание К сожалению, на сегодняшний день региональное телевидение не может предложить своей аудитории большой выбор программ высокого качества и разнообразие телеканалов В эфирной сетке вещания программ местного телевидения не такое большое количество, как того хотелось бы Так же существование той или иной программы не является стабильным, несколько пробных выпусков и ее уже не существует В основном это объясняется нехваткой денежных средств на финансирование того или иного телепроекта, на приобретение необходимого телеоборудования В условиях нашего региона программы существуют в основном за счет размещения рекламы, поэтому в случае отсутствия рекламодателей программа считается невыгодной, то есть она не оправдывает затрат эфирного времени, которое очень дорого стоит. Руководителям местных телеканалов еще многое предстоит сделать в целях совершенствования работы регионального телевидения, поскольку именно региональное телевидение может в большей степени способствовать формированию положительных ценностных ориентаций современного студенчества.

Согласно результатам социологического исследования, автор отмечает, что программы регионального поведения в большинстве своем формируют ценности милосердия, любви к детям и сопереживания 11% опрошенных выделяет программу «Сам себе хозяин», т к считают ее полезной для людей, привыкших трудиться, облагораживать свое место проживания Данная программа формирует ценности домашнего очага, уюта, любви к окружающей среде По мнению 21% студентов, трансляции концертов звезд бурятской эстрады положительно способствуют развитию таких ценностей, как творчество, хороший музыкальный вкус 30% выделяет фестиваль молодых талантов «Белый месяц» как полезную программу, формирующую интерес к творчеству и искусству в целом По мнению 19% студентов, трансляции интервью с великими деятелями бурятской культуры формируют ценностиуважения к истории и гордости за родной край 46% испытывает большой интерес к политическим программам, которые формируют политическую и социальную активность, а также развивают чувство гражданского долга 37% студентов отмечает программу «Власть и мы», которая формирует у студентов чувство ответственности, политической грамотности и социальной справедливости В сетке бурятского вещания также встречаются программы, которые ориентируют студентов на

здоровый образ жизни и способствуют формированию чувства патриотизма В основном это программы о спорте, о достижениях бурятских спортсменов По мнению 33%, программа «Абитуриент» обладает немалой пользой, рассказывая о различных учебных заведениях нашего города и повествуя об интересных фактах студенческой жизни Безусловно, эта программа способствует формированию ценностей образования, целеустремленности, усидчивости и трудоспособности

Диссертант в исследовании приходит к выводу, что региональное телевидение оказывает влияние также на социальную ситуацию в республике Местное телевидение старается объединить людей разных национальностей в их стремлении к лучшему Студенты в целом отмечают созидательное влияние регионального телевидения на формирование ценностных ориентаций, и в доказательство этому можно привести следующие примеры По их мнению, телевидение старается внушить молодому поколению, что главная задача каждого гражданина заключается в том, чтобы быть полезным своей республике и городу В целях воспитания на телезкране показывают героические судьбы людей, которые спасли чьи-то жизни, достижения выдающихся личностей, прославивших Бурятию

В **заключении** диссертации подводятся итоги исследования, формулируются его основные результаты и выводы

**Основные положения и выводы диссертации изложены в следующих публикациях:**

1 Гомбоева, О О К вопросу о понятии «средства массовой информации» / О О Гомбоева // Вестник Бурятского госуниверситета Сер 5 Философия, социология – Улан-Удэ Изд-во Бурят госун-та, 2005 – Вып 11 – С 187-190 (реферируемое издание)

2 Гомбоева О О К вопросу о понятии «средства массовой информации» / О О Гомбоева // Труды молодых ученых и аспирантов Бурятского государственного университета – Улан-Удэ Изд-во Бурят госун-та, 2006 – С 112-115

3 Гомбоева О О К вопросу об изучении роли массовой коммуникации в процессе межличностного взаимодействия / О О Гомбоева // Проблемы межкультурной коммуникации в преподавании иностранных языков материалы междунар науч конф (1-2 июня 2006 г) – Улан-Удэ Изд-во Бурят госун-та, 2006 – С 71-74

4 Гомбоева О О К вопросу об изучении языка СМИ. / О.О. Гомбоева // Проблемы межкультурной коммуникации в преподавании иностранных языков материалы междунар науч конф (15-16 апреля 2004 г) – Улан-Удэ Изд-во Бурят госун-та, 2004 – С 97-100

Подписано в печать 10 10 07 Формат 60x84 1/16  
Уч -изд л 1,06 Усл печ л 1,33 Тираж 100 Заказ № 2209

Издательство Бурятского госуниверситета  
670000, г Улан-Удэ, ул Смолина, 24а