

На правах рукописи



Васильев Олег Анатольевич

**ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СМИ
В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ СОЦИУМЕ**

22 00 04 – социальная структура,
социальные институты и процессы



Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Краснодар
2007

Работа выполнена в Краснодарском университете МВД России на кафедре философии и социологии

Научный руководитель: доктор социологических наук, доцент
Епифанцев Сергей Николаевич

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук, профессор

Хагуров Айтөч Аюбович

Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар,

кандидат социологических наук, доцент

Кошкин Петр Петрович

Краснодарский университет МВД России,

г. Краснодар

Ведущая организация: Кубанский государственный университет

Защита состоится 13 ноября 2007 г. в 10 00 часов на заседании диссертационного совета КМ 203.017.01 по философским и социологическим наукам при Краснодарском университете МВД России по адресу 350005, г. Краснодар, ул Ярославская, 128, зал заседаний диссертационного совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Краснодарского университета МВД России

Автореферат разослан 10 октября 2007 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат социологических наук



С Г Черников

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Вектор развития общественных процессов во второй половине XX – начале XXI вв во многом определяется воздействием эффектов глобализации. Проявляясь как комплекс взаимосвязанных процессов, глобализация протекает в нескольких измерениях: экономическом, политическом, культурном, коммуникационном. Именно последний аспект глобализации, согласно оценкам большинства ученых, предстает в качестве важнейшего ее измерения¹. Анализируя основные социологические концепции глобализации (как отечественные, так и зарубежные), можно сделать вывод, что большинство исследователей склонны рассматривать культурно-коммуникационные аспекты глобализации в качестве важнейшего ее измерения, в первую очередь, в силу масштабов их влияния на сознание и поведение широких слоев населения различных стран мира.

Характерной особенностью рубежа XX и XXI веков является бурный процесс информатизации всех сфер общества. В связи с этим наблюдается рост значимости новых информационных технологий, особенно в области СМИ, или масс-медиа. Происходящая в настоящее время революция в информационных технологиях (дигитальная революция) абсорбирует значительные достижения электроники, математики, философии, психологии и экономики, что приводит к кардинальным изменениям в развитии информационных технологий, возникших и совершенствующихся вместе с эволюцией человеческого общества. Отечественные ученые В.Б. Бритков и С.В. Дубовской указывают, что «современное общество наполнено и пронизано потоками информации, которые нуждаются в обработке. Поэтому без информационных технологий, равно как и без энергетических, транспортных и химических технологий, оно нормально функционировать не может»². Насыщенность социального мира мощными и интенсивными информационными потоками не только значительно изменила его, но и привела к возникновению ряда новых проблем, связанных с использованием в СМИ таких новейших информационных технологий, как электронные средства хранения, обработки и распространения информации, телекоммуникационные, компьютерные технологии, WEB-технологии и др.

¹ Делягин М. Мировой кризис: общая теория глобализации. М.: 2003.

² Бритков В.Б., Дубовской С.В. Информационные технологии в национальном и мировом развитии // Общественные науки и современность. 2000. № 1. С. 146.

Во второй половине 1990-х годов складывается новая система, которая характеризуется интеграцией различных средств коммуникации (компьютерные коммуникации, телекоммуникации и др.) и своим интерактивным потенциалом. Система мультимедиа охватывает на Западе практически все сферы жизни – производство, семью, образование, здравоохранение, индустрию развлечений и туризма. Эта новая коммуникационная система внесла существенные изменения в современную культуру, превратив ее в информационную.

В целом, в Европе, так же как в Америке или в Азии, мультимедиа поддерживают, даже на ранней стадии своего развития, социально-культурную структуру, которая характеризуется *широкой социальной и культурной дифференциацией*, ведущей к сегментации пользователей/зрителей, читателей/слушателей, и *ростом социальной стратификации среди пользователей*. Выбор мультимедиа будет ограничен не только людьми, имеющими время и деньги для доступа, и странами с достаточным рыночным потенциалом; решающими в использовании взаимодействия для блага каждого пользователя будут культурные и образовательные различия.

Наконец, *самая важная черта мультимедиа состоит в том, что они охватывают в своей сфере большинство видов культурного выражения во всем их разнообразии*. Распространение мультимедиа нивелирует различия между аудиовизуальными средствами и печатными средствами массовой информации, общедоступной и высокой культурой, развлечениями и информацией, образованием и пропагандой.

Современные СМИ не только оказывают положительное влияние на общество путем воздействия на массовое сознание, но и осуществляют подрывную деятельность против общества, государства и личности. В своей известной монографии «Метаморфозы власти» Э. Тоффлер пишет о роли современных электронных СМИ следующее: «Эта новая система СМИ есть одна из причин роста (а также реакции на этот рост) новой экономики, основанной на знании, она представляет собой квантовый прыжок в тех способах, в которых человечество использует символы и образы. Никакая часть этой обширной паутины не может быть полностью изъята из нее. В свою очередь, это и делает ее потенциально опасной, и не только для остающихся где-нибудь в мире

Чаушеску, но и для всех держателей власти Новая система СМИ является акселератором сдвигов, происходящих в системе власти»¹

Таким образом, с одной стороны, современные СМИ предстают потенциально и актуально опасными не только для держателей власти, но и для общества в целом и для личности в частности.

Вместе с тем вряд ли можно отрицать наличие позитивных эффектов коммуникационного развития современности таких, как создание благоприятных условий для расширенного диалога культур, формирование толерантности, рост информационных и образовательных ресурсов обществ, попадающих в орбиту информационной революции. При этом средства массовых коммуникаций выполняют роль общего коммуникативного поля, органично связанного с отдельными культурными регионами и потребительскими рынками, без объединения которых невозможно существование современного глобального общества.

Степень научной разработанности проблемы. Ряд современных авторов с резко критических позиций рассматривает последствия влияния средств массовой коммуникации на характер и содержание культурных процессов. В этом направлении выделяются работы Ю.С. Борцова, В.Ю. Борева, С. Кара-Мурзы, А.В. Коваленко, Ю.С., В.С. Поликарповых, Е.В. Поликарповой, А. Тарасова и др.

Широк круг работ современных российских авторов, рассматривающих взаимосвязи трансформаций социума и культуры и изменения характера деятельности различных социальных институтов (в том числе СМИ), отражение мировых социально-экономических и социо-культурных тенденций в современной российской культуре. Среди этих работ назовем исследования таких авторов, как А.А. Гаврилов, И.Г. Дубов, Г.Е. Зборовский, Н.Б. Кирилова, Н.Н. Козлова, Е.Ш. Курбангалеева, З.А. Малькова, О.А. Митрошенков, Л.И. Михайлова, Г.М. Мкртчян, Н.Е. Покровский, А.В. Рябов, А.А. Хагуров, И.Г. Хангельдиева, Т. Чередниченко, И.О. Шевченко, Е.А. Шуклина и др.

Вопросы критики коммуникационно-информационного пространства современности глубоко разрабатывались представителями Франкфуртской школы –Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фроммом, М. Хоркхаймером, составившими фундаментальную базу критического анализа аксиологического содержания культуры индустриального общества.

¹ Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2001. С. 423

Более радикально эти подходы были развиты в работах представителей постмодернистской философии Р Барта, Ж: Батайя, Ж. Бодрийяра, Ж Делеза, Ж. Дерриды, Ж -Ф. Лиотара, М. Фуко, У Эко и др. В их работах, во многом определяющих методологическую логику в современных науках о культуре и обществе, получает развитие линия критического деконструктивизма и антиаксиологизма, ведущая к релятивистскому пониманию исторических форм культуры и содержания культурных процессов современности.

К анализу данных тенденций в современном гуманитарном знании и массовом искусстве обращаются многие отечественные исследователи – Н.В Голик, П С Гуревич, Д.В Затонский, Н М Зоркая, И.П. Ильин

Альтернативный постмодернизму подход к пониманию социальных и культурных трансформаций современного общества, опирается на ставшие современной классикой работы Д. Белла, Э. Гидденса, Дж Гэлбрейта, П. Дракера, Э Тоффлера, Дж. Ритцера, Ю. Хабермаса, А. Этциони и других авторов, работающих в рамках парадигмы «постиндустриального/информационного общества». Перечисленным авторам присущ определенный футурологический оптимизм в прогнозировании тенденций развития современного общества.

В отечественной социологии в этом направлении выделяются исследования Центра изучения постиндустриального общества под руководством В. Иноземцева.

Основные подходы к пониманию характера глобализационных процессов, определяющих специфику многих социально-экономических и социо-культурных тенденций современности, были заложены в работах П. Бергера, У. Бека, Ф. Броделя, И Валерстайна, С. Хантингтона, Р. Штихве и др. Среди отечественных ученых, обращающихся в своих исследованиях к анализу тенденций и последствий процесса глобализации выделяются работы О В Братимова, Ю.М Горского, М Г Деягина, В.И. Добренкова, А.А. Коваленко, А.И Кравченко, С.Л. Удовика, В.Я. Яковца и др.

Среди работ современных отечественных и зарубежных ученых достаточно много исследований, посвященных критическому анализу формирования глобального общества потребления, акцентирующих внимание на социально-экономических и социокультурных деформациях, сопровождающих данные процессы. Отчасти теоретической базой этих исследований являются классические исследования генезиса буржуазного общества

ва В. Зомбарта и Т. Веблена Среди современных авторов этого направления, выделяются работы Я У Астафьева, П Бюккенена, Дж. Де Граафа, М Г Делягина, А. Зиновьева, А Панарина, В В. Радаева, И Рамоне, Г А. Трофименко

Таким образом, тема роли и места СМИ и СМК в формировании глобальных процессов современности разрабатывается с самых различных позиций. Вместе с тем, с нашей точки зрения, большинство публикаций по проблемам роли и места СМИ в современном обществе опирается на несколько ключевых классических теорий в данной области и носит, как правило, теоретико-умозрительный характер. Другими словами, наблюдается недостаток комплексных конкретно-социологических исследований проблемы трансформации роли СМИ как социального института в глобализирующемся социуме

Объектом диссертационного исследования являются СМИ (средства массовой информации) как социальный институт систем власти, социального контроля и социализации.

Предметом исследования выступает трансформация роли и места СМИ, их институциональной эффективности и содержания функционирования в глобализирующемся социуме.

Целью работы является выявление институциональных трансформаций СМИ, происходящих в современном обществе в связи с процессами глобализации

В рамках реализации поставленной цели необходимо решить ряд исследовательских задач:

определить социальные функции СМИ в современном обществе;

выявить предпосылки институционализации СМИ в индустриальном и постиндустриальном обществе;

проанализировать сущность глобализации как фактора институциональной трансформации СМИ;

осуществить исторический анализ функционирования институтов СМИ в советском обществе;

выявить характерные черты функционирования отечественных СМИ в условиях трансформации современного российского общества,

проанализировать (на основании результатов социологических исследований) влияние СМИ на характер поведения и образ жизни современной российской молодежи (на примере школьников и студентов Краснодарского края)

Теоретико-методологическую базу исследования составили классические работы по теории массовой информации и коммуникативистике, теории информационного и постиндустриального общества. В своем понимании природы СМИ автор опирался на ставшие классическими работы М. Макклюза, У. Эко, М. Кастельса, Т. Умсао, а также современных отечественных ученых – М. Делягина, С. Кара-Мурзы, В. Поликарпова.

Понимание природы постиндустриального и информационного общества определило знакомство автора с работами Д. Белла («Грядущее постиндустриальное общество»), П. Дракера («Посткапиталистическое общество»), О. Тоффлера («Футурошок», «Третья волна»).

Общий авторский подход к институциональному анализу формировался под влиянием работ коллектива Института проблем глобализации (М. Делягин). Общая методология исследования основана автором на синтезе принципов структурно-функционального анализа и современной коммуникативистики.

При разработке теоретико-методологической части работы автором также использовались методы анализа научной литературы, посвященной проблемам информатизации, постиндустриализма, глобализации, метод концептуального синтеза, при анализе эмпирических данных использовался метод анкетного опроса по репрезентативной выборке.

Эмпирическую базу исследования составили материалы трех крупных исследовательских проектов, реализованных в 2005–2007 гг. на базе Аналитического центра изучения проблем социальной сферы (г. Краснодар) при поддержке Краснодарского отделения Института социологии РАН. Научным руководителем проектов являлся кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН Т.А. Хагуров. Автор входил во все три исследовательские группы в качестве аналитика, непосредственно участвуя в разработке и пилотаже опросного инструментария, проведении опроса, математической обработке данных и написании итоговых отчетов.

Новизна диссертационного исследования заключается в том, что в работе:

определены социальные функции СМИ в современном обществе,

проанализированы основные аспекты институциональных трансформаций СМИ в индустриальном и постиндустриальном обществе,

показана сущность глобализации как фактора институциональной трансформации СМИ,

осуществлен исторический анализ функционирования институтов СМИ в советском обществе;

выявлены наиболее характерные черты функционирования отечественных СМИ в условиях трансформации современного российского общества;

осуществлен эмпирический анализ влияния СМИ на характер поведения и образ жизни современной российской молодежи (на примере школьников и студентов Краснодарского края)

На защиту выносятся следующие положения:

1. В современном обществе медиа-структуры выполняют функцию «срачивания» социальных структур, задавая систему относительно стабильных когнитивных, нормативных и оценочных координатах, необходимых для нормального функционирования подсистем и институтов социума.

Важнейшими функциями СМИ становятся социализация индивидов и формирование легитимной картины мира. Масс-медиа формируют в обществе параметры видения реальности, которые используются как точки отсчета при обсуждении актуальных вопросов прошлого состояния системы, а также при выборе перспективных решений.

2. В условиях индустриализирующегося социума роль и значимость информационных институтов качественно меняется. Средства массовой информации приобретают все черты социального института, функции которого охватывают социетальный уровень. В эпоху развитого индустриального общества средства массовой информации фактически превращаются в субъект, формирующий массовые социально-политические, экономические и культурные предпочтения (между тем как массовая аудитория все более приобретает качества объекта). Результатом этого стал рост функциональной значимости экспертов в области информационного обеспечения.

3. Глобализацию правомерно рассматривать как один из ключевых факторов, определяющих характер и содержание социальных процессов современности. При этом культурно-коммуникационные аспекты глобализации предстают в качестве важнейшего ее измерения, широко охватывая разнообразные социальные группы во всем мире. Эти эффекты глобализации, связанные с распространением глобальных средств массовых коммуникаций, определяют не только характер, но и содержание

формирующейся глобальной культуры, становясь одним из ключевых институтов социализации и социального контроля

4. Характер развития отечественных информационных институтов во многом определяется спецификой политической традиции. В этом отношении следует отметить регулируемую роль центральных структур в институционализации СМИ. Функции СМИ в основном сводились к обслуживанию официальной политики, ее легитимации, что было особенно заметно в советскую эпоху.

Вместе с тем индустриальный характер советского общества определил рост функционального влияния СМИ до социетальных масштабов. Особенно успешным их влияние следует признать в начальный период существования советской системы, когда масштабы общественных задач требовали максимальной мобилизации усилий социальных субъектов. С другой стороны, к концу советской эпохи эффективность мобилизационной и интеграционной функций СМИ снижается. В последние годы советской эпохи в результате смены политического курса актуализировались функции СМИ в плане обеспечения общественной поддержки. Именно средства массовой информации оказались в то время основным источником распространения новых идеологических веяний (либерально-демократические идеи).

5. Современные отечественные СМИ недостаточно эффективны в решении задач национальной интеграции. Более успешной выглядит их деятельность в аспекте включения российского социума в процессы экономической и культурной глобализации. Тому, по мнению автора, имеются следующие объяснения:

а) преодоление изоляции страны в результате рыночных реформ вынуждает российское общество принимать правила, навязываемые глобальным экономическим и культурно-информационным пространством;

б) российские финансово-олигархические группы, контролирующие основные средства информации, не заинтересованы в изоляционизме, поскольку их экономический (корпоративный) интерес предполагает широкие внешние контакты.

6. Эмпирический анализ влияния СМИ на молодежь показывает, что, широко внедряя стандарты массовой потребительской культуры, средства информации способствуют социальной атомизации. Этому же способствует последовательная коммерциализация общественного сознания, подкрепляемая объективными фактами социальной действительности. В результате тотальное доминирование СМИ в системе институтов социализации приводит к устойчивым

дисфункциям процессов и институтов социального контроля, способствуя формированию в массовых масштабах непродуктивных жизненных установок, прежде всего, в молодежной среде

Теоретическая и практическая значимость работы определяется необходимостью глубокого исследования специфики СМИ в глобализирующемся социуме и особенностей информационного сопровождения социальных программ в современном российском обществе.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при формировании региональной информационной политики, разработке нормативных актов, регулирующих деятельность СМИ регионального и местного значения, формировании воспитательной политики учреждениями образования, ОПДН, департамента по делам молодежи и других заинтересованных структур. Результаты диссертационного исследования могут быть также использованы в целях практического совершенствования системы массовой коммуникации на краевом и районном уровнях. Материал, обобщенный и систематизированный в диссертации, может стать основой разработки спецкурсов по проблемам информатизации и СМИ в рамках подготовки студентов вузов по таким специальностям, как Организация работы с молодежью, Менеджмент организаций, Социология, Государственное и муниципальное управление, Связи с общественностью.

Апробация работы. Основные результаты исследования обсуждались и докладывались на кафедре философии и социологии Краснодарского университета МВД России. Выводы и основные положения диссертационной работы прошли апробацию на семинарах аспирантов и соискателей по месту выполнения соискателем диссертации, на всероссийских и региональных научно-практических конференциях, а также в процессе подготовки и проведения соискателем лекционных и семинарских занятий по дисциплинам социально-гуманитарного цикла. Результаты диссертационного исследования отражены в 4-х научных публикациях, в том числе, 3-х статьях и тезисах выступлений, 1 учебном пособии общим объемом 3,4 п.л.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы, а также приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** дается обоснование актуальности и степени научной разработанности темы, определяются цели и задачи исследования, характеризуются методы и методология исследования, указывается научная новизна, формулируются основные положения, выносятся на защиту, обосновывается теоретическая и практическая значимость диссертационной работы

В **главе I «Современные СМИ: сущность, институциональная специфика (теоретико-методологические основания исследования)»** предпринимается попытка обобщения имеющихся теоретических источников, касающихся механизмов институционализации средств информации в условиях усиливающихся глобализационных процессов. Ряд авторов (С. Московичи, Г. Шиллер, В. Пугачев) склонны считать информационные аспекты решающими в плане формирования международного культурного пространства, столь необходимого для глобализации.

Параграф 1.1. «СМИ как категория социологического анализа» рассматривает средства информации (телевидение, радио, пресса, кино, видео, DVD и Интернет) как явление, на которое возложена социальная роль, заключающаяся в обеспечении процесса производства и доведения сообщений до аудитории.

Масс-медиа формируют социальные представления о мире в различных его проявлениях, выступая в роли активных интерпретаторов происходящих событий. Аудитория (потребители информации) может иметь как максимально широкий социальный охват (телевидение, радио), так и сосредотачиваться в небольших группах населения (специализированные журналы). С середины XX в. отмечаются попытки всестороннего осмысления социального феномена СМИ (Г. Лассуэлл), что объяснялось расширением институциональных функций масс-медиа

Культурологический подход к деятельности СМИ (Дж. Гербернер, М. Морган, Н. Синьорелли) акцентирует внимание на культурных характеристиках воздействия масс-медиа на общество. Выявляются четыре основных функции масс-медиа.

- 1) трансляция информации (оповещение о событиях),
- 2) развлечение аудитории, которое достигается посредством наглядности и зрелищности медиа-продуктов,
- 3) убеждение, где на первый план выдвигается реклама, оказывающая воздействие на формирование ценностных ориентацией аудитории,

4) СМИ как агент социализации, выступающий в качестве передатчика культуры.

Социально-психологический подход (Г Грачев) отмечает значительную степень влияния СМИ на уровень индивидов, социальных групп, общества в целом. В то же время этот подход предполагает наличие обратной связи, корректирующей содержательную сторону деятельности масс-медиа. Среди взаимодействующих со СМИ социальных субъектов выделяются индивиды, социальные группы, общество в целом. На индивидуальном уровне СМИ предоставляют информационную связь с окружающим миром, обеспечивают досуговые развлечения (на что ориентирует массовая культура), а также содействует отвлечению, необходимому для психической разгрузки. На уровне социальных групп СМИ предписывается реализация следующих основных функций: публичное представление и публичное оглашение интересов и намерений конкретных социальных групп, содействие конструированию нормальных взаимосвязей различных групп, предоставление возможности доступа к средствам массовой информации.

В плане социетальных функций СМИ прежде всего указывается на обеспечение социального контроля в обществе, которое достигается посредством навязывания моральной оценки, формирующей общественное мнение в нужном направлении¹. Важная роль отводится СМИ в деле информирования, образования и социализации. Наконец, деятельность СМИ должна способствовать конструктивному диалогу различных политических сил в обществе, из чего следует интеграционная функция СМИ.

Социологический подход описывает институциональную деятельность СМИ с точки зрения системных функций. Основная заслуга в этом отношении принадлежит школе структурного функционализма (П. Лазарфельд, Р. Мертон), а также теории систем (Н. Луман). В рамках названных подходов массовая коммуникация рассматривается как одно из средств поддержания общественной устойчивости и стабильности. Средства массовой информации формируют у аудитории определенные параметры видения реальности, которые принимаются за точки отсчета при обсуждении актуальных вопросов прошлого состояния системы, а также при выборе перспективных решений. При этом формируемая масс-медиа «базовая» реальность обычно отличается от реальности настоящей (виртуализация). Но именно на эту «базо-

¹ Грачев Г. Г. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М., 2003. С. 26.

вую» реальность ориентируются индивиды при формировании своих предпочтений и ожиданий

Масштабность социальных функций СМИ в современном обществе определяет значение контроля за этими институтами. Деятельность медиа структур обычно тесно связывается с политическими процессами (особенно на период выборов). Логика многих политических событий строится с учетом того, как эти события будут отражены в материалах СМИ «Новая система СМИ – пишет А Тоффлер, – является акселератором сдвигов, происходящих в системе власти»¹. Однако контроль за средствами массовой информации со стороны элитных групп, выражающих корпоративный, а не общественный интерес, превращает СМИ в деструктивную силу, произвольно перестраивающую массовое и индивидуальное сознание. При этом в контексте глобальных процессов указывается на наличие международного информационного пространства, подчиненного интересам мировой элиты

В параграфе 1.2. «Социальные предпосылки институционализации СМИ в индустриальном – постиндустриальном обществе» рассматривается эволюция информационных институтов в контексте модернизационных процессов

Толчок ускоренному развитию институтов средств массовой информации был дан индустриализацией. Усложнение и расширение социальных отношений требовало новых методов их духовного обоснования. Возникла потребность в специальных внешних источниках информации. Индустриальный социум обладает следующими характерными чертами, обусловившими необходимость создания расширенных информационных структур

1. В индустриальном обществе индивиды получают возможность более самостоятельного принятия решений. В качестве главного мотива социального поведения стал выступать индивидуальный интерес, предполагающий рациональное осмысление окружающей действительности. Эпоха индустриализма сформировала «внешне-ориентированного человека», в отличие от индивидов прошлого, сориентированных на традиции и семейные устоики (Д. Рисмен). Отсюда функции информационных источников стали пониматься значительно шире

2. Присущая традиционному социуму мировоззренческая целостность оказалась разрушенной, «к расщеплению религиозного видения мира присовокупилось разделение в политических

¹ Тоффлер Э. Метаморфозы власти М. 2001 С. 423

взглядах»¹ Рациональный тип политической легитимности (М. Вебер) был выражен в республиканской форме правления, опирающейся на выборный принцип, предполагающий определенное пропагандистское воздействие с целью формирования массового политического поведения. Конкуренция на идейно-политическом поприще соответственно давала толчок разрастанию распространяющих информацию институтов.

3. Концентрация индивидов в эпоху индустриальных трансформаций привела к феномену массовидного поведения. Тем самым усиливается роль коллективных социальных субъектов («толпа», «общественное мнение», «публика»). Общественная элита стремилась сделать поведение этих субъектов управляемым, подконтрольным, в чем зачастую крылся залог политического успеха в демократических обществах. Здесь одну из первостепенных ролей должны были играть средства массовой информации, формирующие коллективное мировоззрение.

Итак, в процессе индустриализации в обществе искусственно формируется нечто вроде коллективного сознания, питаемого внешней информацией. Но теперь в качестве объединяющего момента выступает не столько традиция, сколько общественное мнение, сформированное преимущественно внешними источниками (книгами, газетами, журналами). При этом, сила общественного мнения обратно пропорциональна силе традиции (Г. Тард)². В этом контексте институционализация СМИ становится насущной общественной потребностью. Связанная со средствами массовой информации социальная проблематика получила глубокое теоретическое осмысление уже в XIX в. Первыми о ней заговорили разработчики либерального проекта (Локк, Бентам, Милль), связывающие свободу слова, выраженную в свободе печати, с формой осуществления естественного права. Противопоставляя общество автономных индивидов государству, они видели в свободной и независимой прессе условие формирования общественного мнения – главного инструмента контроля и противодействия всевозможным злоупотреблениям со стороны правительственных структур.

Подобная проблематика в XX в. получила развитие в работах У. Липпмана. Он также отталкивался от положения, что демократический процесс тесно связан с функционированием институтов, обеспечивающих общество объективной информацией.

¹ Маннгейм К. Идеология и утопия // Диагноз нашего времени. М., 1994. С. 37.

² Почебут Л.Г. Социальная психология толпы. СПб., 2004. С. 40.

При этом распространяемая информация должна быть корректной и объективной, а также работать на уменьшение разрывов «между воспринимаемой средой и средой, предпринимающей необходимые действия»¹. Подобная задача по силам только профессионалам. Липпман уделяет много внимания вопросам социально-экономической и политической организации экспертов, занимающихся информационным обеспечением. Идея Липпмана относительно возрастания политической роли экспертов впоследствии получила новое звучание в теоретических разработках «информационного общества».

Институты массовой информации, поначалу затрагивающие в основном область политических отношений, затем быстро распространяются и на другие общественные сферы. Так, в условиях рыночной экономики получает развитие реклама, представляющая собой мощный стимул убеждения покупателя в необходимости покупки конкретного товара.

Стремление СМИ охватить как можно более широкие социальные масштабы подчиняет их деятельность определенным принципам. Важнейшим из них стало требование легкости и доступности информации в плане ее восприятия и усвоения. Содержание информации, а также характер восприятия этого содержания определяются каналом и средствами передачи информации (М Маклюэн)². В этом плане распространение аудиовизуальных СМИ («галактика Маклюэна»), представляющее собой передачу информации через звук и изображение (телевидение), ознаменовало значительный прорыв на пути упрощения ее восприятия, по сравнению с печатными технологиями.

Важным принципом массовости транслируемой информации считается отсутствие сложных идей. С момента своего появления СМИ ориентировались прежде всего на вкусы и типичные заботы среднего обывателя, стремящегося в первую очередь к развлечению. Усиление подобной тенденции отразилось в теоретических разработках феномена «культуриндустрии» (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе), важнейшей функцией которой выступает формирование массовых потребностей как таковых. Это ведет к унификации и стандартизации индивидуальных особенностей («Одномерный человек» Г. Маркузе)

¹ Липпман У Общественное мнение М, 2004 С 363–364

² Маклюэн М Понимание Медиа внешние расширения человека Москва - Жуковский «Канон-Пресс-Ц», Кучково Поле 2003

Таким образом, в условиях индустриализации наиболее важные аспекты эволюции информационных институтов заключаются в следующем

1. Средства массовой информации приобретают такие функциональные масштабы, которые охватывают индивидуальное, групповое и социальное измерение

2. С утверждением капиталистических отношений и массового производства информационные институты активно включаются в политические, социально-экономические и культурные механизмы. Они фактически превращаются в субъект, формирующий массовые предпочтения. Отсюда рост социальной значимости информационных экспертов

3. В индустриальную эпоху средства массовой информации все сильнее заявляют о себе на глобальном уровне. Базисом формирования мировой системы выступали экономические процессы, нуждающиеся в определенном духовно-идеологическом обосновании.

Период с начала 1970-х до конца 1980-х годов представляется теоретикам постиндустриализма тем историческим этапом, который обусловил становление нового общества. Многие исследователи называют данный период информационной революцией. Технологический прогресс все более явным образом воплощается в самостоятельном существовании информации и знаний, которые приобретают исключительно важную роль в производственном процессе. В постиндустриальном обществе СМИ непосредственно интегрируются в глобальный технологический процесс, а ключевым социальным ресурсом становится ресурс информации.

С информационной революцией связана трансформация отношений собственности в производственной сфере, а именно замещение частной собственности личной собственностью (Т. Сакая). Личная собственность на средства производства используется для создания информационных продуктов, технологий, программного обеспечения, нового теоретического знания и новых медиа-технологий. Это обусловило расширение «класса интеллектуалов», отличающихся от остальных, занятых принципами организации своей деятельности, ее нематериалистическими мотивами. Основным качеством современного интеллектуала представляется его личностная уникальность, незаменимость.

Ряд современных социологов (М. Кастельс, Д. Белл, Э. Тоффлер) признают, что интеллектуальная собственность и интеллектуальный капитал не менее важны для постиндустриальной эпохи,

нежели частная собственность и денежный капитал для буржуазного общества. Ключевым же фактором распространения и генерирования этих ресурсов становятся СМИ, что обуславливает их особую роль в процессе глобализации экономической, политической и культурной сфер жизни современного общества.

Параграф 1.3. «Глобализация как фактор распространения массовой потребительской культуры: тенденции и характер влияния» раскрывает роль информационных средств в глобализационном процессе, что помогает выработать методологию исследования функциональной специфики институтов СМИ уже применительно к российскому социуму.

В рамках параграфа глобализация рассматривается как социальное явление и определяется как комплекс взаимосвязанных процессов, одновременно реализующихся в целом ряде сфер жизни людей во всем мире. Общий смысл, вкладываемый в понятие глобализации, связан с формированием общемирового (глобального) экономического, политического, культурного и, соответственно, информационного пространства.

Глобализация с культурно-коммуникативной точки зрения представляет собой процесс вовлечения различных обществ и локальных культур в единое коммуникационное пространство на основе таких информационных каналов и сфер, как международное телевидение и кинематограф, пресса, массовая беллетристика, Интернет, радио и другие средства массовых коммуникаций (СМК). Подобная среда предполагает отношения культурного обмена. Чтобы этот обмен состоялся и стал регулярным (именно это и предполагает глобализация), помимо налаженных каналов коммуникации, необходим минимум культурной общности: языка, сходства (хотя бы схематичного) картин мира, некоего набора ценностей и символов, основные значения которых разделялись бы участниками коммуникации. Следует признать, что именно коммуникационная глобализация делает возможной глобализацию в других сферах. Следовательно, культурно-коммуникативная составляющая представляет собой системообразующий фактор глобализационных процессов.

Фактически задачей глобальной коммуникации выступает не столько культурная унификация, сколько нейтрализация культурных различий в контексте западной культурной экспансии.

В настоящий момент мировой рынок медиа 1990-х гг. рассматривается в виде трехъярусной структуры. *Первый ярус* составляют десять ведущих компаний в области индустрии развле-

чения и соответствующей программной продукции, а также глобальные сети распространения (News Corporation, Time Warner, TCI и др.) *Второй ярус* составляют около 30 крупных компаний, уступающих по величине компаниям первой группы в 2–5 раз. Активность названных компаний сосредоточена в основном на региональных или специализированных медиа-рынках. *Третий ярус* образуют тысячи относительно небольших национальных производителей. Наиболее развитыми мировыми рынками медиа являются рынки звукозаписи, киноиндустрии, книгоиздания. Ведущими субъектами международного медиа-рынка выступают компании, находящиеся в США¹.

В качестве ключевого глобального СМИ рассматривается телевидение, которое определяется как один из «...мощнейших факторов глобализации современного общества»². Глобальные масс-медиа опираются прежде всего на информационные и развлекательные программы (например, MTV). Все глобальные СМИ принадлежат определенным группам интересов – государственным структурам или частному капиталу. Соответственно, информация, передаваемая ими, носит по определению пристрастный характер, т.к. содержит интерпретации действительности в интересах своих владельцев. При этом важным условием глобальных новостей выступает тенденция к упрощению и однозначности (подсказке) в подаче материала. Это отчетливо просматривается практически во всех выпусках новостей, на всех глобальных каналах (Э. Аронсон, Э. Праткинс)³. Ключевыми темами глобальных развлекательных каналов, стимулирующих гедонизм аудитории, оказываются *обогащение, секс и насилие*, как в наибольшей степени притягивающие массового потребителя и в первую очередь молодежь⁴.

Определяя роль глобальных СМИ как института современной глобальной культуры, следует зафиксировать два основных эффекта. Во-первых, в соответствии с законами массовой психологии, можно наблюдать тенденции к отказу от сложной и рафинированной культурной информации в пользу более простой и легкой, носящей поверхностный и гедонистический характер. Во-

¹ Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., 2003. С. 186–188.

² Добренков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология. В 15 т. Т.4. Социальные институты и процессы. М. ИНФРА-М, 2004. С. 927.

³ Аронсон Э., Праткинс Э.Р. Эпоха пропаганды (механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление). СПб. прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.

⁴ Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999.

вторых, проникновение масс-медиа в повседневную жизнь людей ведет к изменению базовых механизмов восприятия мира. Восприятие на основе слова и логики должно замещаться восприятием на базе аудио- и видео-образов и эмоций. С перечисленными особенностями тесно связаны и такие характерные черты глобальной культуры, транслируемые институтами СМИ, как *стандартизация и унификация*. Эти эффекты помимо сферы материального потребления не в меньшей степени действуют в культурно-духовной сфере, чему способствует ряд причин. Это воздействие «глобальной американизации» (большинство глобальных СМИ – американские); упрощение подачи информации и ориентация на развлечение, стандартизирующие характер и содержание медиа-продукции; коммерческий характер деятельности глобальных СМИ, что заставляет их ориентироваться на «массовый сбыт» своей культурной продукции

Таким образом, эффекты глобализации, связанные с распространением глобальных СМИ, следует рассматривать как один из ключевых институтов социализации и социального контроля. Методологические основания для исследования институтов СМИ в российских условиях выглядят следующим образом

С одной стороны, постсоветское российское общество все активнее включается в глобализационные процессы, утверждающие определенную иерархическую структуру международного социального пространства. Глобальная коммуникация работает на упрочение данной структуры, а отечественные медиа-структуры в определенной мере являются отражением глобального информационного контекста

С другой стороны, российские СМИ следует рассматривать как элемент национальной политической системы, из чего вытекает два значимых момента. Во-первых, на динамику отечественных средств массовой информации оказывают влияние сложившиеся политические традиции, что предполагает рассмотрение особенностей развития медиа-институтов в предшествующий исторический период. Во-вторых, специфика нынешней политической и экономической ситуации в России задает определенную корректировку деятельности средств информации.

В главе II «Институциональные функции средств информации в современной России» определяется роль СМИ в трансформационных механизмах постсоветского социума. Для этого осуществляется попытка выявить эволюционную динамику

СМИ, чтобы уточнить влияние фактора политической традиции. Затем проводится анализ функционального состояния средств массовой информации в современной России с учетом данных эмпирических исследований, проведенных с участием автора.

Параграф 2.1. «Институты СМИ в советском обществе» содержит описание развития отечественных институтов информации, на основании которого выявляются присущие российским СМИ тенденции.

Развитие средств массовой информации в советский период зачастую связывается с идеологическим диктатом. Но уже в предшествующий период были заложены политические, социальные, культурные и технические основания для эволюции информационно-коммуникационных институтов. Изначально фактором появления российских массовых печатных изданий служили идеологические задачи, обеспечивающие легитимность существующего общественного строя и поддержку официальной политики. Эта тенденция значительно усилилась в советскую эпоху. Главной особенностью советских СМИ справедливо считается подверженность централизованному контролю и управлению со стороны вышестоящих органов¹. Само функционирование институтов массовой коммуникации происходило на базе принципа партийности и жесткой заданности идеологическим схемам. Это предполагало наличие системы контроля за содержанием информации, ее дозирование, цензура и санкции.

Функциональную роль советских СМИ следует дифференцировать с исторической точки зрения. На начальном этапе существования советского общества задачи форсированной индустриализации требовали мобилизации общественных ресурсов. Отсюда возникла необходимость мощной идеологической составляющей, апеллирующей к национальному коллективному сознанию. Таковой стала коммунистическая доктрина, внедряемая за счет комплексного воздействия средств информации. Следует отметить как систематическое воздействие технических средств (радио, кинематограф, плакаты, печатная продукция), так и содержательные аспекты идеологического воздействия (опора на национальную мифологию). Кроме того, были обеспечены соответствующие интеллектуальные возможности объектов информационного воздействия (образовательный уровень).

¹ Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. М., 2004. С. 151.

Специалистами отмечается высокий уровень доверия к публикациям СМИ в данный исторический период¹. Положение стало меняться в 1970–1980-е гг., охарактеризованные как эпоха стагнации. Усовершенствование технических возможностей трансляции информационных сообщений в указанный период (распространение телевидения) не обеспечило того же эффекта пропагандистского воздействия, как в сталинские десятилетия, что объясняется следующими причинами.

1 Содержательная сторона коммунистической идеологии все более превращалась в догму. Вместе с тем объективная ситуация все более расходилась с декларируемыми идейными положениями².

2. Расшатыванию советских идейных догматов активно способствовала западная пропаганда, располагающая рядом каналов, обходившими советские структуры идеологического контроля: а) бытовые вещи западного производства, б) картины повседневного быта за рубежом, представленные на экране; в) рассказы людей, побывавших в зарубежных странах³.

3. Методы идеологической обработки населения были неэффективными, зачастую приводили к противоположным результатам.

С середины 1980-х гг. роль средств массовой информации вновь возрастает, что следует связывать с новым политическим курсом М. Горбачева («перестройка»). Масштабы общественных преобразований предполагали опору на мощный аппарат СМИ. На рубеже 90-х гг. либерализация политической сферы отразилась на функционировании СМИ, а также на их правовом статусе (Закон о печати и других СМИ). Права на учреждение СМИ получили граждане (или объединения граждан), а также предприятия, учреждения, организации или государственные органы. Цензура была отменена. Информационные институты, как и в советскую эпоху, взяли на себя функцию агитации, просвещения и организации во имя истинных целей и ценностей, каковыми теперь стали считаться демократия и рынок⁴.

В параграфе 2.2. «Информационные аспекты российского трансформационного процесса» рассматривается роль средств информации в преобразовательном процессе либерально-

¹ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. М., 2004. С. 152.

² Кара-Мурза С. Г. Историческая память и проект будущего // Кара-Мурза С. Г. Второе предупреждение. Неполадки в русском доме. М., 2005. С. 34.

³ Почепцов Г. Г. Информационные войны. Киев, 2000. С. 141–142.

⁴ Засурский И. Масс-медиа второй республики. М., 1999. С. 54.

демократического уклона Первоначально определяется суть отечественной трансформации Согласно распространенному мнению, произошедшие сдвиги на отечественном социальном пространстве носят революционный характер Они представляют собой реальную попытку возвращения в цивилизованное сообщество (Стародубовская И , Мау В , Ясин Е , Гайдар Е и др) Другая точка зрения признает катастрофическим характер экономических и политических преобразований российского общества, а в ходе анализа причин обращается внимание на культурно-цивилизационный фактор (С Кирдина, С Кара-Мурза). Согласно данной позиции принципиальные культурно-традиционные различия не дают эффективно прижиться западным институтам на российской почве, приобретая зачастую деструктивный характер.

Наконец, точка зрения, придерживающаяся традиций мир-системного анализа (Кагарлицкий Б Ю , Глазьев С.Ю , Делягин М Ю. и др.). Сторонники упомянутой позиции склонны рассматривать преобразования в России как отражение общемировых глобализационных тенденций, в то же время натолкнувшихся на определенную специфику социокультурного контекста Результатом произошедших перемен явился не индустриальный рывок, но восстановление на российской почве периферийного капитализма, выступающего в качестве необходимого элемента мировой экономической системы. Отсталость «периферии» является необходимым условием процветания «центра»¹. Отсюда следует, что дефицит финансовых ресурсов, «бегство» капиталов и сырьевой характер отечественной экономики являются закономерным следствием российского статуса в мировой системе

Общий момент, вычленяемый в приведенных позициях, заключается в том, что результатом трансформационного процесса стала интеграция России в мировое сообщество, которое понимается как глобальная экономическая система Однако экономический фундамент нуждается в соответствующей политической и культурно-идеологической надстройке Обеспечением последней занимаются глобальные СМИ Таким образом, российская духовная среда испытывает воздействие международного информационного пространства Возникает вопрос о степени и характере этого воздействия, что устанавливает комплексный анализ отечественных информационных институтов.

Параграф 2.3. «Современная российская молодежь и СМИ (по материалам эмпирических исследований)» написан

¹ Кагарлицкий Б Ю Реставрация в России М, 2003 С 35

по материм трех крупных исследовательских проектов, реализованных в 2005–2007 гг на базе Аналитического центра изучения проблем социальной сферы (г Краснодар) при поддержке Краснодарского отделения Института социологии РАН. Научным руководителем проектов являлся кандидат социологических наук, научный сотрудник Института социологии РАН Т.А. Хагуров. Автор входил во все три исследовательские группы в качестве аналитика, непосредственно участвуя в разработке и пилотаже опросного инструментария, проведении опроса, математической обработке данных и написании итоговых отчетов. Впоследствии, анализируя отдельные блоки материалов отчетов и эмпирических массивов, автор выделил материалы, которые непосредственно имеют отношение к влиянию СМИ на молодежь. Именно эти данные и составили основное содержание данного параграфа.

Первое исследование «Проблемы современной школы» проводилось по заказу и при поддержке Управления общего и профессионального образования администрации г. Краснодара в январе 2005 г.

Исследование проводилось методом анкетного опроса; в рамках исследования были опрошены учителя, школьники (9–11-х классов) и их родители 20-ти школ г. Краснодара. Выборка школ была сформирована совместно с Управлением общего и профессионального образования администрации г. Краснодара и включала в равной степени школы трех типов: «успешные», «средние» и «отстающие» в каждом административном округе г. Краснодара.

Целью исследования было выявление комплекса проблем школ г. Краснодара глазами учителей, школьников и их родителей.

Общее количество респондентов, охваченных исследованием, составило 2023 чел. Данная величина выборки позволяет экстраполировать результаты исследования на всю генеральную совокупность – учителей, учащихся и их родителей школ г. Краснодара.

Второе исследование «Из школы в ВУЗ - 2006» также проводилось по заказу и при поддержке Управления общего и профессионального образования администрации г. Краснодара. Сроки проведения исследования: апрель–сентябрь 2006 г.

Исследование проводилось методом анкетного опроса; в рамках исследования были опрошены:

1) учителя, школьники 11-х классов и их родители 20-ти школ г. Краснодара (выборка школ по структуре повторяла предыдущую, однако охватывала другие школы);

2) студенты 1-х курсов четырех государственных и четырех негосударственных вузов г. Краснодара

Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить структуру ценностей, жизненных принципов и профессиональных планов выпускников школ и первокурсников г. Краснодара 2006 г.

Общая эмпирическая база исследования составила 1530 анкет, что позволяет с гарантией обеспечить статистическую надежность выводов. При этом статистически значимых расхождений в ответах выпускников и первокурсников зафиксировано не было, поэтому в итоговом отчете они были представлены в рамках одной группы.

Третий проект «Мониторинг проблем с поведением и нравственностью несовершеннолетних по Краснодарскому краю, 2007» был реализован в апреле-июне 2007 г. по заказу и при поддержке Прокуратуры Краснодарского края.

Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить наиболее значимые проблемы с поведением, нравственностью, мировоззрением и образом жизни «трудных» подростков в сравнении с обычными учащимися школ.

«Трудным» подросткам задавался ряд специфических вопросов: относительно характера совершенных правонарушений, реакции на них органов контроля и воспитания, случаев и актов совершения противоправных действий, употребления наркотиков и т. п. В то же время подробно изучались образ жизни и структура интересов «трудных» подростков, их мировоззрение, характер ценностных ориентаций. Опрос проводился в 10 районах Краснодарского края. Однако в итоговом отчете данные были представлены без разбивки по районам. Это было связано с тем, что (в силу ряда технических причин) уровень достоверности результатов опроса по районам аналитической группой оценивается как недостаточный для надежных статистических выводов.

Общее количество анкет составило 354 шт. (только «трудных» подростков).

В диссертации последовательно рассмотрен ряд специально выделенных фрагментов каждого из перечисленных исследовательских проектов, касающихся влияния СМИ на ценности и мировоззрение современной молодежи, места различных СМИ в структуре свободного времени молодежи, характера транслируемых СМИ моделей поведения и образцов для подражания.

Один из вопросов был обращен к родителям и учителям школ и касался оценки поведения и нравственности их детей и воспитанников.

Большая часть родителей считает, что дела с поведением и нравственностью их детей обстоят средне – не очень хорошо, но и не очень плохо – доля средних оценок – 64%. В подобных ответах нет ничего удивительного, они вполне укладываются в рамки нормального распределения и отражают, очевидно, среднее мнение большинства взрослых относительно современных детей – «они, конечно, не ангелы, но и не законченные злодеи».

Более интересны результаты анализа ответов родителей на вопрос о причинах проблем в поведении и нравственности современных школьников

Причины, называемые родителями, тоже отнюдь не новы, а, напротив, отражают «старые», но по-прежнему актуальные проблемы:

- нехватку времени у родителей на воспитание детей;
- дурные примеры со стороны шоу-бизнеса и СМИ,
- трудности с выбором идеала, образца для подражания.

Таким образом, в ответе на данный вопрос СМИ входят в число значимых (негативно значимых) факторов поведения, что явно противоречит продемонстрированному выше стремлению рассматривать их в качестве незначимого агента социализации.

Сравнивая ответы родителей с ответами учителей можно увидеть, что 70% учителей оценивают поведение и нравственность своих учеников не лучшим образом («5» и ниже по 10-балльной шкале). В этом блоке вопросов (как и в других) учителя более категоричны и строги в своих оценках

В то же время мнение учителей о причинах и источниках проблем с поведением и нравственностью современных школьников незначительно отличается от мнения родителей.

Так, большинство учителей считает, что проблемы поведения и нравственности современных детей происходят (наиболее значимые ответы):

- от того, что у родителей не хватает на них времени;
- от того, что их со всех сторон окружают дурные примеры, навязываемые шоу-бизнесом и СМИ;
- от того, что в стране нет общей идеи, идеологии.

Таким образом, хотя родители и учителя не относят СМИ к ключевым агентам социализации, де-факто они признают мощный потенциал воздействия последних на сознание и поведение

современной молодежи При этом оценки характера этого воздействия формулируются представителями старших возрастных групп в подчеркнуто негативных тонах.

Ряд вопросов был обращен непосредственно к самим школьникам и студентам, которые отмечали, что в структуре их свободного времени значительное место занимает просмотр теле- и видеофильмов.

Известно, что экранные и книжные герои часто служат для молодежи кумирами и образцами для подражания. Кому же будет подражать сегодняшние 9-11-класники?

Вопросы, относительно любимых героев (из фильмов и книг).

Вопрос, который задавался респондентам, формулировался следующим образом: 1) Назовите своего любимого писателя/актера, 2) Назовите своего любимого персонажа из книги/фильма. Ответы на эти вопросы позволяют увидеть, откуда молодежь берет образцы для подражания, кто для сегодняшних школьников является эталоном Результаты анализа представлены ниже

Лидерами рейтинга (более 10 голосов) по перечисленным категориям стали.

герои зарубежных кинофильмов.

Вин-Дизель из к/ф "Форсаж";

Герои «Властелин колец»;

герои отечественных кинофильмов:

А. Белов и другие герои сериала "Бригада";

Антон Городецкий и другие герои фильма "Ночной дозор";

Кот ("Бумер");

зарубежные актеры:

Арнольд Шварценеггер;

Бред Пит;

Джеки Чан,

Джим Керри;

сказочные, детские персонажи:

Шрек;

Человек-паук

Характерно, что максимум симпатий набрали герои сериала «Бригада» – бандиты (показанные в сериале весьма привлекательно). Интересно, что встречаются детские и сказочные персонажи – большая их часть приходится на 9-е классы: дети пока еще отчасти остаются детьми.

Книги.

Практически половина респондентов (44,4%) не смогли назвать любимую книгу или героя, другими словами почти половина школьников просто не читают. Многие респонденты (21%) указывали в своих ответах персонажей русской классики. Еще 11% респондентов указали сказочных, детских персонажей – это эпатаж, стремление скрыть тот факт, что большинство из них не читает. Таким образом, школа приобщает к литературе (в рамках программы) пятую часть школьников. Самостоятельно читают около 13% – те, кто указал современную отечественную и западную литературу. Наиболее популярные жанры – детективы и фантастика. Это вполне согласуется с данными, полученными в опросах относительно свободного времени школьников.

На вопрос «Твой любимый персонаж из книги (рассказа)» были получены следующие ответы:

Не смогли назвать любимую книгу/героя	339
Отечественная классика 19–20 вв.	163
Современная отечественная литература	39
Детская литература	84
Современная западная литература	67
Зарубежная классика XIX–XX вв.	70
Библейские персонажи	1
Всего	763

В целом, анализируя данный массив ответов, можно сказать, что конструктивных героев и кумиров у современных школьников мало. Их внимание захватывают современные, активно тиражируемые СМИ развлекательные персонажи, демонстрирующие силу, индивидуализм, сексуальность, беззаботность и экстравагантность. При этом телевидение и DVD пользуются большей популярностью, нежели чтение, даже развлекательное.

Таким образом, СМИ имеют явный приоритет в системе воспитательных и социализирующих воздействий по сравнению с родителями.

Об этом же свидетельствуют данные табл. 1.

Таблица 1

Самое интересное и полезное для себя ты узнаешь...

Варианты ответов	Кол-во	Процент отнosit.	Процент общий
По телевидению	115	15,2	34,3
По радио	47	6,2	14,0

От родителей и родственников	109	14,4	32,5
От одноклассников в школе	101	13,3	30,1
Из журналов, газет	54	7,1	16,1
От друзей в своей компании	130	17,1	38,8
В Интернете	48	6,3	14,3
Из книг, учебников	47	6,2	14,0
От учителей в школе	61	8,0	18,2
Не могу сказать точно, где	28	3,7	8,4
Другое	19	2,5	5,7
Всего	759	100,0	226,6

19 пропущенных значений, 335 валидных значений

Учитывая популярность телевидения как средства массовой информации, интересно узнать, что именно подростки предпочитают смотреть

Анализ ответов на этот вопрос показал, что лидерами рейтинга являются: музыка, клипы; фильмы (предпочтение – боевики и комедии); спортивные программы и реалити-шоу.

Что касается чтения, то, к числу популярных занятий среди подростков его отнести нельзя. Менее 10% читают книги (не учебники, а для собственного интереса) регулярно. Следует заметить, что большинство психологов справедливо указывает на вытеснение книги телевизором как на одну из главных причин снижения уровня интеллекта подростков, снижения показателей школьной успеваемости, примитивизацию когнитивно-эмоциональной сферы личности.

В целом же эмпирический анализ влияния СМИ на характер поведения и образ жизни современной российской молодежи (на примере школьников и студентов Краснодарского края) показал, что в современных российских условиях СМИ оказываются одним из главных фактов и институтов социализации молодежи, заключающая в себе мощный потенциал влияния на характер поведения и образ жизни подрастающего поколения. Ключевыми темами среди транслируемых масс-медиа (в наибольшей степени привлекающими молодежь) оказываются *обогащение, секс и насилие*, стимулирующие гедонизм аудитории. Таким образом, влияние СМИ на современную российскую молодежь в значительной мере оказывается негативным и более действенным, нежели влияние семьи и школы.

В заключении обобщаются основные результаты и выводы диссертационного исследования

Основное содержание работы отражено в следующих публикациях:

1. Васильев О А. СМИ в условиях глобализации // Социально-гуманитарные знания. 2007. № 7 0,4 п л.

2. Васильев О А Социальные предпосылки институционализации СМИ в индустриальном-постиндустриальном обществе // Общество. политика, экономика, право Научный ежегодник Вып 1. 2007. 0,5 п л.

3 Васильев О А. Глобализация как фактор распространения массовой потребительской культуры тенденции и характер влияния // Актуальные социально-политические и правовые проблемы развития российского общества: Материалы I-ой Всероссийской научной читательской конференции молодых ученых. Краснодар. ООО Издательский дом «ХОРС», 2007 0,7 п.л

4. Васильев О.А. Институциональные функции средств информации в современной России. Учебное пособие. Краснодар. Краснодарский университет МВД России, 2006. 1,8 п.л

Подписано в печать 09 10 2007 Усл печ л 1,0
Тираж 100 экз Заказ 542

Краснодарский университет МВД России
350005, Краснодар, ул Ярославская, 128