

На правах рукописи

Павлычева Елена Дмитриевна

**Влияние электронных масс-медиа на социальную
идентификацию подростков**

**Специальность 22.00.04. – Социальная структура, социаль-
ные институты и процессы**

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

Москва – 2006

Работа выполнена на кафедре социологии и социальной работы Московского государственного университета сервиса

Научный руководитель: Аникеева Ольга Александровна
кандидат исторических наук,
доцент

Официальные оппоненты:

09-06841

Гегель Людмила Арнольдовна
доктор социологических наук,
профессор
Замараева Зинаида Петровна
кандидат социологических наук

НПБ им К.Д. Ушинского
РАО

Ведущая организация: кафедра социологии культуры,
образования и воспитания
Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

в 14⁰⁰ часов на
12.150.03 в Москов-
ском университете по адресу: г.
Москва, ул. Мясницкая, 20
Зал заседаний Ученого
Совета.

Библиотеке МГУСа
Ленинский район, пос.

2006 г.

Бухтерева О.С.

Бухтерева О.С.

Общая характеристика работы.

Актуальность темы исследования. Начало третьего тысячелетия вместе с последними десятилетиями века XX называли «веком информации», «веком коммуникаций». Первый переворот был связан с переходом от восприятия реальности, основанного на непосредственном наблюдении, к восприятию, опосредованному носителем информации (преимущественно бумажной), сегодня совершается переход к аудиовидео восприятию. Социальные последствия такого перехода многообразны и неоднозначны. Они связаны с формированием медиа-культуры, влияние которой на сознание и поведение людей, особенно подрастающего поколения, должно стать предметом научного изучения. Кроме очевидных достоинств этот процесс таит много опасностей. По данным социологических исследований подростки проводят перед телевизором и компьютером в среднем от 3 до 5 часов в сутки. Состав программ, содержание фильмов, передач и компьютерных игр имеет большое значение в процессе социализации и социальной идентификации.

Формирование личности – многосторонний, длительный и противоречивый процесс. В нем соединяются неповторимость личности, ее индивидуальность, «единственность», с одной стороны, а с другой – включенность в целое, в семью, в группу, социум. Каждый человек уникален, но он же представляет собой частичку своей культуры, традиций и исторического опыта народа, к которому принадлежит.

Как интегрируются в одном и том же человеке разные по природе и существу своему элементы личностного и безличного поведения, как осуществляется выбор поведения, сдвиг от поведения межгруппового к межличностному и внутриличностному, есть ли разрыв и противоречие в этих уровнях общения, как формируется целостность личности и какие факторы оказывают влияние на этот процесс – ответ на эти и многие другие вопросы дает теория социальной идентичности. Поиск близких по духу людей,

идей, значимых групп, образцов для подражания очень важен в течение всей жизни человека, но особенно значимым он становится для подростков. В социализации и социальной идентификации современного подростка большую роль играет потребляемая ими видеопродукция: телепередачи, игровые и анимационные фильмы, компьютерные игры. Носителями этой информации стали такие виды масс-медиа, как телевидение, компьютерные программы, видео. Влияние их изучается в социологии недавно, однако проблема оказалась столь значимой, что исследования разворачиваются очень активно, при этом много проблем пока еще не исследовано.

Степень изученности проблемы. Теоретические аспекты проблемы социальной идентичности изучались в трудах Г.Тарда, Ж.Пиаже, Дж.Мида и Ч.Кули, М.Мид, П.А.Сорокина, Т.Парсонса, Р.К.Мертон, П.Бурдьё и др. Наибольшее внимание в современной американской социологии привлекает концепция социального научения А. Бандуры.

В российской науке наиболее заметными работами, посвященными социальной идентичности, стали работы Л.С.Выготского, А.Р.Лурия, А.Н.Леонтьева. Вопросы, прямо или косвенно связанные с проблемами социальной идентификации, получили освещение в работах И.С.Кона, Ю.А.Левады, В.Т.Лисовского, В.Чупрова, В.А.Ядова.¹ Дальнейшее изучение проблемы связано с трудами психологов, социальных психологов и педагогов (В.С.Агеев, А.Г.Асмолов, Т.А.Куликова, Р.С.Немов и др.).² На

¹ Кон И.С. Ребенок и общество. - М.: Наука, 1988; Лисовский А.В., Лисовский В.Т. В поисках идеала: Диалог поколений. - Мурманск, 1994; Социальная идентификация личности: годичный отчет за 1993 г. /Под ред. В.А. Ядова. М., 1993; Социология в России /Под ред. В.А. Ядова. - 2-е изд., перераб. и доп. М., 1998; Чупров В. И., Быкова С.Н. Молодежь России: на пороге рынка между бедностью и нищетой //Социс. - 1991, № 9; Этнос. Идентичность. Образование. М.: ЦСО РАО, 1997; Ядов В.А. Социальная идентификация в кризисном обществе //Социологический журнал. - 1994, № 1; Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности. //Социальная психология: Хрестоматия. /Сост. Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. - М., 2000.

² Агеев В.С. Социальная идентичность личности. //Социальная психология: Хрестоматия. - М., 2000; Асмолов А.Г., Ковальчук М.А. О соотношении понятия установки в общей и социальной психологии. //Там же; Баклушинский С.А., Белинская Е.П. Развитие представлений о понятии «Социальная идентичность» //Там же; Шихирев П.Н. Социальная установка //Там же; Алферов А.Д. Психология развития школьника. Ростов н/Д, 2000; Ильина С.В. Влияние пережитого в детстве насилия на возникновение личностных расстройств //Вопросы психологии. 1998. № 6; Куликова Т.А. Семейная педагогика и домашнее воспитание. М., 2000.

философском уровне проблема изучалась в работах Л.Г.Ионина, А.В.Толстых и А.П.Огурцова. Проблемы социальной идентичности через призму влияния искусства медиакультуры активно изучаются культурологами и искусствоведами, социологами культуры (Е.А.Бондаренко, М.Жабский, В.А.Монастырский, И.А.Полуэхтов, Ю. Фохт-Бабушкин). Наибольший вклад в разработку проблемы влияния масс-медиа на социальную идентичность подростков внесли социологи. Именно в их прикладных исследованиях выявляются научно обоснованные показатели этого влияния, выявляется его природа, определяется степень опасности (Н.Брушлинская, А.Б.Гофман, А.А.Грабельников, И.Гусаченко, Т.Н.Кувенева, А.Г.Манаков, Г.Петрусь, В.С.Собкин).¹

Особо надо отметить большой вклад социологических исследований, проведенных К.А.Тарасовым и А.В.Федоровым.² Немало исследований посвящено масс-медиа и их влиянию в контексте проблем коммуникации и информатизации.³ Вместе с исследованиями социализации и ценностных ориентаций современных подростков это позволяет проследить преемст-

¹Ионин Л.Г. От моностилистической к полистилистической культуре. Современное развитие России //Социодинамика культуры. М., 1993. Вып. 2: Социокультурная дифференциация; Огурцов А.П. Постмодернистский образ человека и педагогика //Человек. - 2001. - №3; Толстых А.В. Грядущая культура: гримасы идентичности //Вопросы философии - 1997. - № 2; Брушлинская Н. Насилие на телеэкране и в жизни //Российская Федерация сегодня. - 2002. - № 6; Гофман А.Б. Дилеммы подлинные и мнимые, или о культуре массовой и немассовой //Социс - 1990. - № 8; Грабельников А.А. Дети и средства массовой информации; Гусаченко И. Насилие на экране/Зеркало недели. - 2003. - № 29. Петрусь Г. Агрессия в компьютерных играх //Компьютера - 2000. - № 4; Собкин В.С., Хлебникова М.В., Грачева А.М. Насилие и эротика на российском экране: опыт контент-анализа телевизионных трансляций//Образование и информационная культура. Социологические аспекты./Ред. В.С.Собкин. - М., 2000.

²Тарасов К.А. Эффект воздействия насилия в художественных фильмах на подрастающее поколение. Автореф. дис. ... кандидата социолог. наук. М., 2000; Он же. Насилие в фильме и предрасположенность юных зрителей к его моделированию в жизни/Кино: реалии и вызовы глобализации /Ред.М.И.Жабский. - М., 2002; Федоров А.В. Права ребенка и проблемы насилия на российском экране. Таганрог, 2004; Он же. Проблемы аудиовизуального восприятия//Искусство и образование. - 2001. - № 2; Он же. Проблемы меднавосприятия и развития аудитории в области медиакультуры//Прикладная психология. - 2002. - № 2.

³Еляков А.Д. Современная информационная революция //Социс. - 2003. № - 10; Жабский, М., Коробичин В. Свобода и ответственность в телевидении//Высшее образование в России. - 2002. - № 3; Терин В.П. Основные направления исследования массовой коммуникации. - М., 1999; Цимбаленко С.Б., Шариков, А.В., Щеглова С.Н. Российские подростки в информационном мире. - М., 1998; Юдина Е. Насилие в документальной телереальности //Высшее образование в России. - 2002. - № 3.

³Еляков А.Д. Современная информационная революция //Социс. - 2003. № - 10; Жабский, М., Коробичин В. Свобода и ответственность в телевидении//Высшее образование в России. - 2002. - № 3; Терин В.П. Основные направления исследования массовой коммуникации. - М., 1999; Цимбаленко С.Б., Шариков, А.В., Щеглова С.Н. Российские подростки в информационном мире. - М., 1998; Юдина Е. Насилие в документальной телереальности //Высшее образование в России. - 2002. - № 3.

венность и инновационность в их становлении.¹ Современных ученых тревожит бездумное копирование худшего американского опыта.²

Предостережение звучит и в работах самих зарубежных социологов и психологов (прежде всего англо-американского происхождения). Переводы их работ во многом оказались созвучны российским исследованиям, они имеют очень большое значение.³ Но большинство научных работ по интересующей нас проблематике осталась не переведенной.⁴

Изучение поставленной проблемы в современной социологической литературе показывает, что она имеет и теоретическое, и большое прикладное значение. Вместе с тем, остаются не решенными проблемы, связанные с влиянием медиапродукции на социализацию детей и подростков. Решение этих проблем возможно через изучение социальной идентификации этой социально-демографической группы.

Целью исследования стало изучение влияния современной аудио-видеопроодукции на самоидентификацию подростков.

Поставленная цель предопределяет и **задачи исследования**:

- проанализировать современные концепции социальной идентификации в целом и социальных проблем современных школьников, связанных с идентификацией и самоидентификацией, в частности;
- выявить систему факторов влияния на социальную идентификацию подростков в современной России, роль и место масс-медиа в ней;

¹ Винтин И.А. Особенности социального самоопределения старшеклассников //Соисс. - 2004. - № 2; Шевченко Д.А. Проблемы социальной самоидентификации учащейся молодежи //Соисс. - 2004. - № 1.

² Покровский Н.Е. Российское общество в контексте американизации //Соисс. -. 2000. - № 6; Халилов В.М. Голливуд и проблема насилия//США - Канада: Экономика, политика, культура. – 2002. - № 8.

³ Брайант Д. Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М. - СПб. - Киев, 2004; Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М., 1998.

⁴ Bandura. A. Social cognitive theory of mass communication. Mahwah, NJ: Erlbaum. 1994; Bandura. A. Self-efficacy mechanism in human agency. American Psychologist. 1982. 37(2); Cannon C. Media Violence Increases Violence in Society. CA: Greenhaven Press, 1995; Cantor J. Children's Attraction to Violent Television Programming.. N.Y., Oxford University Press, 1998; Comstock G. New emphasis in research on the effects of television and film violence. New York, Academic. 1985; Freedman J.L. Media Violence and Its Effect on Aggression: Assessing the Scientific Evidence. Toronto-Buffalo-London: University of Toronto Press, 2002; Gerbner G. Communities Should Have More Control over the Content of Mass Media. CA: Greenhaven Press, 2001; Hoekstra S.J., Harris R.J. & Helmick A.L. Autobiographical memories about experience of seeing frightening movies in childhood. Media Psychology, 1999, 2(2); Perry D.K. Theory & research in mass communication: Contexts and consequences. Mahwah, NJ: Erlbaum. 1996

- изучить социологические параметры и методы исследования влияния медиа-продукции на социальную идентичность подростков;

- дать характеристику рынка предложений медиа-продукции, презентации референтных групп, моделей поведения и мотиваций, отраженных в аудио-видеопродукции;

- показать влияние медиа-продукции на социальную идентификацию подростков;

- выработать рекомендации по снижению вредного воздействия электронных аудио-видеоматериалов на психику детей и подростков.

Объектом изучения является социальная идентификация школьников двух возрастных групп: средняя группа (5 – 9 классы, 11 – 14 лет); старшие школьники (10 – 11 классы, 14 – 17 лет).

Предметом выступает изучение влияния современных видеофильмов, компьютерных игр и телевизионных передач, просматриваемых школьниками, на их социальную идентификацию, на выбор жизненных ценностей и жизненного пути, на выбор «значимых других» и референтных групп, а также выработка рекомендаций по снижению отрицательного влияния медиа-продукции на социализацию подростков. В массиве аудио-видеопродукции выделены видеофильмы, компьютерные игры, телевизионные передачи, которые пользуются наибольшим спросом у школьников.

Теоретико-методологической базой диссертации выступают социологические концепции А.Бандуры, П.Бурдье, Р.К.Мертон, Т.Парсонса, П.А.Сорокина, в которых рассматриваются проблемы социализации личности, а также социологии СМИ, работы Л.С.Выготского, А.Р.Лурия, А.Н.Леонтьева. Большое значение имеют работы Дж.Кантора, К.Кэннона, Л.Лазарсфельда, Г.Д.Лассуэлла, Д.К.Перри, С.Стауфера, Л.Терстоуна, Ч.Р.Миллса, Р.Харриса и Р.Петерсона, посвятивших свои труды непосредственно влиянию масс-медиа, а также исследования российских ученых И.С.Кона, Ю.А.Левады, В.Т.Лисовского, В.Чупрова, В.А.Ядова.

Эмпирическая база диссертации включает самостоятельное социологическое исследование, проведенное автором в виде опроса 258 учащихся 5 – 11 классов (основная группа – 202 школьника г. Пушкино Московской области; дополнительная – 56 школьников из г. Сергиев Посад Московской области) на тему «Круг интересов подростков в сфере медиапространства (компьютерные игры, видеофильмы, телевизионные передачи)», тестирования 15 учеников младших классов (тема «Что мне нравится смотреть по телевизору и почему?»), группового интервью 23 школьников 8 – 9 классов (тема «Ценности в реальной жизни и в отражении телевидения»), опроса родителей, учителей, а также руководителей и педагогов художественных школ, работников компьютерных и Интернет-салонов (тема «Интересы наших детей и влияние на них медиапродукции» - 38 человек). Результаты сопоставлены с вторичным анализом материалов социологических исследований, проведенных российскими учеными в 1999 – 2004 гг. (А.В. Федоровым, К.А. Тарасовым, В.П. Териным). Дополнительным источником эмпирического материала послужили исследования, проведенные за рубежом, преимущественно англоязычными авторами.

Теоретические методы исследования: сравнительно-исторический и структурно-функциональный анализ, факторный анализ, методы анализа социальной структуры личности, методы изучения когнитивного научения в социализации и социальной идентификации личности, методы моделирования и социальной стратификации.

Эмпирические методы исследования: различные виды опроса: анкетирование, пилотный опрос, экспертный, интервью и беседа, социально-психологическое тестирование, эвристические методы; социологический анализ рейтинговых показателей различных видов видеопродукции, показателей спроса разных групп школьников на те или иные фильмы, игры, передачи.

Научная гипотеза. Социальная идентичность, которая формируется на основе медиа-продукции, нарушает социо-культурную преемственность, значительно снижая возможности формирования творческой, социально ответственной личности. При этом степень восприимчивости, как и поведенческая реакция разных групп подростков на одни и те же медиа-продукты, значительно различается. Они зависят от условий первичной социализации, биопсихических свойств личности подростка, от социальной среды. В современной России эти условия не благоприятны, поэтому и реакция еще более негативная, чем в сообществах со стабильной средой.

Научная новизна диссертации:

- влияние масс-медиа рассмотрено через призму социальной идентификации подростков, что позволяет выявить объективные критерии влияния масс-медиа на данную социально-демографическую группу;
- исследованы современные концепции социальной идентификации в российской и в зарубежной науке, выявлены новые концепции и подходы;
- изучена система факторов, влияющих на социальную идентификацию современных подростков, дана оценка роли масс-медиа в ней;
- дана оценка значимости позитивной социальной идентификации в социализации личности во время смены социокультурных парадигм;
- выявлены причины и механизмы негативного влияния масс-медиа на современную социальную идентификацию подростков;
- выявлены и раскрыты технологии преодоления этого негативного влияния на разных уровнях.

Положения, выносимые на защиту:

- бесконтрольное развитие масс-медиа под влиянием рыночных отношений неизбежно ведет к нарушению социализации и к снижению творческого потенциала подростков;
- отчасти проблема заключается в особенностях передачи и восприятия современной аудио-видеопродукции: яркость образов, легкость в вос-

приятии, пассивность времяпрепровождения, многочисленность моделей социальной идентичности, избыточность и опосредованность информации, помноженные на очень небольшой личный опыт и отсутствие сформированной способности нести ответственность за свой выбор делают аудиовидеопroduкцию маргинальной сферой, которая может дать значительный положительный эффект, а может способствовать разрушению личности;

- большая ответственность лежит на производителях медиа-продукта, выпускающих под видом свободы информации и свободы рынка фильмы, игры и телевизионные передачи, которые в большинстве стран имеют ограниченную сферу распространения и доступа;

- ценности и идеалы потребительства, агрессивность поведения, пропагандируемые в масс-медиа, вступают в резкое противоречие с интересами как отдельной личности, так и общества в целом;

- при этом потребности молодежи даже в такой социально-демографической группе как подростки, значительно выше предложений медиа-рынка; затушевывается познавательный интерес школьников и установка на активную социально-позитивную деятельность;

- обществу настоятельно требуется выработка общенациональной концепции медийной безопасности и разработка технологий снижения вреда от негативного воздействия масс-медиа на основе научно обоснованных положений.

Теоретическая значимость исследования. Результаты исследования, проведенного в диссертации, могут оказать определенную помощь в разработке социологических концепций социализации и социальной идентификации личности, в изучении процессов формирования подростков и факторов влияния на этот противоречивый процесс. Определенный вклад может быть внесен в объяснение ряда девиаций, свойственных подросткам в настоящее время, в изучение взаимодействия масс-медиа с подростковой средой.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования ее результатов в работе педагогов общеобразовательных школ, социальных работников и социальных психологов, которые трудятся в школьных коллективах, в развитии медиа-образования как для учителей, так и для родителей. Возможно использование этих данных в выработке концепции медийной безопасности подрастающего поколения, а также законодательных и подзаконных актов в этом направлении. Результаты первичных и вторичных социологических исследований могут быть полезны в преподавании как школьных предметов, так и вузовских учебных курсов «Социология», «Социология личности», «Социология СМИ». «Социология детства», «Социология духовной культуры», в преподавании целого ряда педагогических и психологических дисциплин.

Апробация работы и практическое внедрение результатов исследования. Основные положения диссертационной работы были апробированы в докладах на методологических семинарах и конференциях как общероссийского так и международного уровней («Образ жизни различных групп населения, находящихся в трудной жизненной ситуации» (2004 и 2005 гг.), «История и культура повседневности» и «Актуальные проблемы социально-гуманитарного сервиса» (2005 г.), в ряде публикаций статей и выступлений в научных сборниках и в периодической печати, в практическом педагогическом опыте учителей Пушкинского и Сергиево-Посадского района Московской области.

Структура диссертации состоит из введения, двух глав и шести параграфов, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, охарактеризована степень изученности проблемы, определены цель, задачи исследования, объект и предмет, эмпирическая база исследования, положения, выносимые на защиту, показана научная новизна, практическая значимость исследования, приводятся результаты апробации диссертации.

Первая глава: «Социальная идентификация подростков как социальная проблема: теоретические аспекты и особенности ее реализации в современной России» состоит из трех параграфов.

В первом параграфе: «Изучение социальной идентичности в современной науке как важного компонента социализации личности» рассматриваются теоретические аспекты проблемы: концепции Г.Тарда (общественные процессы опираются на механизм подражания - социальную идентификацию личности); Ж.Пиаже (ранние стадии идентификации связанные с познавательной, аффективной и экспрессивной природой). Индивид посредством языка впитывает и усваивает систему правил и кодов, позволяющих ему общаться с себе подобными, обозначать свою принадлежность к одним группам и отчужденность от других; опосредует эмоциональным восприятием: через отношение к «другому» (подражание, зависимость, агрессивность), к «нам» (приобщение, противостояние), к действию (созидание, разрушение), или создавая видимость (раздвоение, имитация). Идентификация важна и для становления творчества (проект). Стремление обрести друзей, найти «своих», близких по духу людей, быть понятыми и принятыми, быть успешными и значимыми для других – естественные стремления молодых людей. Нарушение социализации и процессов самоидентификации в этот период чревато отчужденностью от окружающих, неадекватными реакциями на внешнее воздействие, отчуждением от самих себя (потере себя), отсутствию устойчивых ценностных ориентаций, считал Э. Эриксон. Последующие стадии в случае благоприятного развития могут привести к формированию высших нравственных чувств, творческой деятельности, «общечеловечности» личности, т.е. способности интересоваться судьбами людей за пределами «эго», задумываться о будущем, действовать в интересах многих, нести ответственность за происходящее в мире. Альтернативой выступают опасные социальные явления: эгоизм, отчуждение, агрессия, стремление манипулировать другими людьми.

ми, чувство бессмысленности жизни и безнадежности существования, одиночество, а нередко желание отомстить.

В параграфе рассмотрены концепции Дж.Миды, Ч.Кули (идентичность в системе «зеркального Я»), М.Мид (механизмы социокультурного наследования и мир детства), П.Сорокина (наследование и социальный контроль), Т.Парсонса (переменные стандарты ценностных конфигураций или типовые переменные действия в социальной структуре личности), П.Бурдьё («габитус» как система (или матрица) восприятия, оценки и действия, одновременно устойчивая и поддающаяся переносу, служащая основой для внутреннего внушения и инкорпорирования). Большое значение имеет концепция социально-когнитивного научения А.Бандуры (особое место виртуальных факторов идентификации).

Значительный вклад в разработку теории социальной идентичности внесли российские ученые Л.С.Выготский и А.Р.Лурия (культурно-историческая школа наследования), А.Н.Леонтьев (деятельностный подход), Л.И.Божович (факторы социализации и социальная идентичность), а также И.С.Кон, Ю.А.Левада, В.Т.Лисовский, В.Чупров, В.А.Ядов.

В настоящее время социологические аспекты включают изучение трех форм идентификации: 1 - прямое эмоциональное отождествление себя с реальным или вымышленным лицом, позволяющее копировать модели поведения, включая внешние признаки, привычки и манеры, а также внутренние установки; 2 - причисление себя к определенной номинальной (референтной) социальной группе, способствующее освоению ролевого поведения; 3 - причисление себя к реальной социальной группе, в результате которого принимается тип группового поведения, определенная мотивация деятельности, также как и система ценностей и внешние элементы поведения. Идентичность определяется в жизни каждого человека в течение нескольких этапов и представляет собой сложный конструкт. Исследователи выделяют две большие подсистемы идентичности: социальную идентич-

ность и личностную. Можно определить четыре типа социальной идентичности: гендерный (полоролевая идентичность); культурный; национальный (этнический), и собственно социальный. Таким образом, современная наука под социальной идентификацией понимает процесс соотношения своего «Я» и «значимых других» других в лице отдельных личностей, групп, социальных слоев; выбор (сначала бессознательный на основе подражания, а затем осознанный) целей, ценностей, смыслов жизни, моделей поведения и способов достижения поставленных целей.

Второй параграф: «**Факторы влияния на социальную идентификацию подростков в современной России**» классифицирует их по сферам влияния: 1 - социальные институты, которые максимально воздействуют на ребенка в процессе его становления (семья, образование); 2 - социальная среда, в которой формируется ребенок, круг общения и друзья, социальные связи и отношения, принятые в том или ином сообществе, с которым контактирует ребенок; 3 - социокультурные факторы, включая нормативную культуру, правила, обычаи, традиции, отношение к религии или тип конфессиональности; 4 - это мир искусства и мир масс-медиа, которые в последнее время настолько сильно влияют на социальную идентификацию, что заслуживают самостоятельного изучения именно в этом качестве.

В контексте семейного воспитания лично-именное наследование предполагает непосредственную передачу значимых навыков, знаний и ценностей, умений и моделей поведения – без опосредующих систем. В диссертации приводятся данные современных социологических исследований семьи как фактора социальной идентификации (изучение ценностной сферы, уровня конфликтности, характера психологических взаимоотношений в семье, степени взаимопонимания, готовности детей и подростков подражать, наследовать установкам родителей). Образование как фактор идентификации оказалось, пожалуй, в самом тяжелом положении: перегрузка учителей, высокий уровень профессиональных требований без

соответствующего обеспечения ресурсами, что повышает психологическую нагрузку и при этом снижает качество работы учителя. Данные качественных и количественных социологических исследований, приведенные в диссертации, подтверждают вывод о том, что влияние образования на идентификацию значительно уменьшилось. Влияние на подростков такого фактора идентификации как социальная среда рассмотрено через общение со сверстниками. В этом возрасте усиливается активность подражания, направленная на усвоение образцов. Общение представляет большую ценность, хотя оно становится сложнее как с родителями, так и с ровесниками: наблюдается состояние тревожности, неуравновешенности, фрустрации, уход в мир фантазий, реакция оппозиции, отказа от общения с родителями и учителями, нередко – агрессия. Состояние подростковой среды сегодня неблагоприятно, что подтверждается многочисленными социологическими исследованиями. Отсутствие возможности найти применение силам в соответствии со своими устремлениями – эти и многие другие черты сделали подростков легкой добычей манипуляторов.

Самый сложный объект исследования, который является одновременно самым ярким фактором влияния на социальную идентичность, – это мир искусства и мир масс-медиа. Большой практический опыт формирования мировоззрения подростков на примере исторических, литературных киногероев имела советская педагогика. Умение общаться на языке искусства – один из самых сильных факторов влияния на социальную идентификацию. Однако есть «эрзац-язык» – упрощенная замена языка искусства – массовая культура. Сегодня этот опыт реализуется стихийной практикой подражания популярным персонажам кинобоевиков и сериалов, а также реальным персонажам, презентуемым в телепередачах.

Третий параграф **«Социологические параметры в изучении влияния медиа-продукции на социальную идентичность»**. По содержанию масс-медиа можно разделить на жанры: информационный (он исторически

возник первым), художественный и публицистический. Масс-медиа – это не только определенные жанры, но и определенные виды носителей (печатная продукция: газеты, журналы, дайджесты; аудио-видеопродукция: радио, кино, телевидение, видео). Аудио-видеопродукция распространяется при помощи медиа-сервиса, которое включает все виды обслуживания населения, основанные на использовании компьютерных технологий: интернет-салоны, компьютерные залы, прокат видеоаппаратуры и видеозаписей, собственно, весь рынок медиа-услуг. По этой причине в изучении воздействия аудио-видеопродукции на потребителей в большой степени надо учитывать политику и тактику продаж медиа-фирм и медиа-магнатов. Самое широкое понятие – «медиа-культура». Оно представляет собой систему, включающую субъект создания медиа-продукции, объект-адресат (зрители, слушатели, читатели), способ передачи или воздействия, а также принципы существования системы, способы взаимодействия, каналы обратной связи (они значительно различаются и конкретизируются в процессе изучения для каждой конкретной страны, компании масс-медиа, вида или жанра масс-медиа). Понятие «медиа-культура» знаменует собой сопровождение), но и от того, кто и как воспринимает передачу (каков его эмоциональный, интеллектуальный, духовный потенциал, уровень единства таких сфер жизни как экономика, политика, культура, преломленные в масс-медиа; как и в других культурных пространствах, в медиа-культуре есть свои уровни – от элитарного до массового, есть и свои субкультуры.

Влияние разных жанров и элементов структуры медиа-пространства зависит не только от самой медиа-продукции (замысел, цель, качество исполнения, видеоэффекты и звуковое образование и уровень личной культуры). Социологические исследования, проведенные Ч.Р. Миллсом и Р.К. Мертоном, доказывали, что власть СМИ – это реализация политической власти элиты; исследования П. Лазарсфельда проясняли модель двухступенчатого потока массовой коммуникации; работы Г.Д. Лассуэлла показывали

ли три важнейшие функции, выполняемых масс-медиа: контроль состояния социальной среды, формирование общественной реакции на события, передача культурных ценностей. Для анализа содержательной части используется контент-анализ (наличие, отсутствие или количество отдельных характеристик медиа-сообщений, которые могут способствовать определенному типу медиавоздействия). Другой перспективный подход – семиотический, изучает медиа-текст как знаковое производство. В параграфе рассмотрен опыт анализа воздействия определенных кинофильмов на социальные установки детей с помощью серии социальных экспериментов (Р. Петерсон и Л. Терстоун).

В этой сфере есть проблема репрезентативности исследований: выход определен в «трех критериях каузальности Д.К. Перри»: 1 - предполагаемая причина и предполагаемое следствие должны коварьировать (соизменяться); 2 - предполагаемая причина должна предшествовать во времени предполагаемому следствию; 3 - устранение альтернативных факторов (хорошо спланированный опрос должен одновременно выявить несколько потенциальных источников определенного вида поведения и роль медиавоздействия как модулятора). Результаты показали, что достоверность может быть достигнута только при системном подходе: социологические методы должны быть дополнены методами тестирования, экспериментальными методами, должны быть достаточно продолжительными, наконец, проверяемыми многократно. Хороший результат дают лонгитюдные и мониторинговые исследования.

В параграфе рассмотрена основная проблематика исследований, в которой явно доминирует проблема агрессивности медиа-продукции. По данным социологических исследований примерно 60% американских телепрограмм и 90% фильмов изобилуют сценами драк и насилия. В вечерних телепрограммах в среднем показывается 5 сцен насилия в течение одного часа, а в течение дневных передач – до 18 в час. Даже в мультфиль-

мах в среднем происходит 26 ярко выраженных насильственных действий (в основном – драк). Компьютерные игры в большинстве своем основаны на насилии – 85% из них наполнены кровавыми сценами и нацелены на уничтожение врага, они отличаются исключительной жестокостью. Американский школьник к моменту окончания начальной школы, успевает увидеть по телевидению 8 тыс. убийств и более 100 тыс. сцен насилия. В одном только фильме «Крепкий орешек – 2» было отснято 264 убийства.

Результаты исследования агрессивности подростков под влиянием масс-медиа описываются рядом теорий: 1 - теорией моделирования поведения (эксперименты американской социологической ассоциации National Televisions Violence Study в 1997 – 1999 гг., а также исследования С.Хекстра, Р.Харриса и А.Хелмика в 1999 г.). 2 - теорией социального научения: исследования А.Бандуры показали, что научение путем наблюдения включает четыре процесса: внимание, запоминание (сохранение), моторное воспроизведение и мотивация, причем последний процесс становится доминирующим при его социальной интериоризации. 3 - теорией культивации: Н.Бюркель-Ротфус и С.Мейз тестировали школьников на изменение восприятия окружающей среды после просмотра сериалов; оказалось, при постоянном просмотре сериалов, оценки их изменяются и приближаются к оценкам телегероев, или отражают реальности «мыльных опер», а не реальности социальной среды, где обитают сами ученики.

Часто сторонники насилия на экране ссылаются на незначительность количественных показателей, связанных с повторением актов агрессии. Исследователи Г. Комсток (1985 г.) и Страсбургер (1995 г.) полагают, что даже минимальная зависимость должна быть учтена. Предположим, что 0,001% просмотревших боевик, стали вести себя агрессивнее. Американская телеаудитория – это более 200 млн. человек, и такой ничтожный процент это уже 200 человек. Осталось только выяснить – насколько агрессивнее стало поведение этих зрителей.

Российская социология в последние годы сделала очень крупные шаги в изучении взаимодействия масс-медиа с различными социальными институтами общества, со средовыми факторами, в изучении влияния на становление личности, особенно в подростковом возрасте. Можно выделить ряд проблем, изучающихся в нашей науке: 1 – изучение места и роли масс-медиа в эпоху глобализации; 2 – информационная революция и ее аспекты: соотношение аудиовизуальной и письменной культуры, социокультурные, средовые и идеологические последствия смены парадигм восприятия, понятие информационного общества и его последствия для всех сфер жизни общества; 3 – влияние масс-медиа на подрастающее поколение, на социализацию детей, на образование и воспитание. Российских ученых также волнует проблема агрессивности, но кроме этого изучаются проблемы содержания телевизионных программ, влияние на социальную идентичность, состав референтных групп, влияющих на потребителей, развлекательность многочисленных программ.

Вторая глава диссертационной работы: **«Масс-медиа как фактор влияния на социальную идентификацию подростков»**. В первом параграфе **«Медиа-рынок видеопродукции и проблема предпочтений подростков»** сопоставляются данные о потреблении медиа-продукции. В исследованиях международного уровня с участием России (проект Eurodata TV, и др.), учитываются жанры видеопродукции: кинопоказ, новостные передачи, развлекательные и спортивные программы. Показатель времени среднесуточного телепотребления в России вырос за последние шесть лет с 188 мин до 208 мин. Лидирующие позиции в топ-листах занимает кинопоказ – 42-45% времени телесмотра, развлекательные программы – 30-33%; новости – 7-18%; спортивные передачи – 7-8 %.

Самостоятельное социологическое исследование, проведенное автором диссертации, имело целью выявить предпочтения подростков в сфере масс-медиа и их социокультурные последствия. Опрос касался предпочте-

ний в просмотре телепередач, фильмов, компьютерных игр. В массиве аудио-видеопроодукции выделены видеофильмы, компьютерные игры и молодежные телевизионные передачи, которые пользуются наибольшим спросом у школьников подросткового возраста. Результаты исследования обобщены в данном параграфе, а также (графически) – в 20 приложениях.

Опрос показал, что 30,7 % школьников предпочитают в свободное время чтение книг, телевизор выбрали 31,7%, компьютерные игры – 38,1%. Кроме того, ученики посвящают свое свободное время спорту, прогулкам, а также дополнительным занятиям (музыкальная или художественная школа, подготовка к поступлению в вузы). Частота телесмотрения по самооценке выглядит следующим образом: почти половина - 40% смотрит телевизор ежедневно, другая половина – только тогда, когда есть интересующая их телепередача. Более 5 часов ежедневно смотрят телевизор 17,3% учеников, от 3 до 5 часов - 16,3%, менее 1 часа – 18,3%; большая часть – 46% смотрит от 1 до 3 часов в день.

Абсолютное большинство опрошенных (74,7%) ежедневно играет в компьютерные игры. Ежедневная норма компьютерных игр в часовом измерении выглядит следующим образом: менее часа играют 26,7%, от 1 часа до 3 играют 28,7%, от 3 до 5 часов – 11,9%, более 5 часов ежедневно играют 9,9%, столько же уклонились от ответа. Определенный интерес представляет выбор учеников по жанрам телепередач: на первом месте развлекательные передачи, включая знаменитый КВН и юмористические передачи, - 38,1%; на втором – познавательные передачи (о животных, передачи «Умники и умницы», «Самый умный» и т.п.) – 31,7%; на третьем – реалити-шоу («Дом – 2», «Последний герой», «Обыск и свидание» и т.п.) – 23,3%; на четвертом – спортивные передачи (10,8%); на пятом – новости (7,4%). Самые популярные каналы – СТС, Муз-TV и MTV.

По этим результатам можно сделать выводы: во-первых, довольно высок познавательный интерес школьников, во-вторых, высокий рейтинг

реалити-шоу требует дополнительного исследования, которое также было проведено автором. Объясняя этот феномен, старшеклассники заявили, что героями этих передач выступают такие же молодые люди, как и они сами (т.е. налицо идентификация), которые озабочены «такими же, как у нас» проблемами, они «просто живут», и при этом «их показывают по телевидению, они знамениты, а кто-то из них еще и разбогатеет». Вместе с тем, опрос экспертов, а также контент-анализ некоторых передач установил, что содержание этого «потока жизни» ниже всяких оценок. Предпочтения в телевизионных передачах, жанрах фильмов довольно разнообразны, но опрос дает ясно увидеть развлекательный уклон. В диссертации предпринята попытка выяснения причин этого явления. По опросам экспертов, (учителя, родители, работники компьютерных салонов и Интернет-клубов) выделены две причины: одна – стремление «отдохнуть», «расслабиться» после школы, (школьная жизнь современного ученика действительно нелегка); вторая – неспособность к серьезному духовному и интеллектуальному труду, неразвитость вкусов, ограниченность культурных потребностей, подражание далеко не лучшим образцам.

Не менее проблематичным оказался и выбор компьютерных игр. Для выявления основных элементов количественных характеристик автором диссертации было проведено опрос 56 пользователей компьютерных игр в возрасте от 10 до 16 лет. Результаты анализа показали, что только 10,7% подростков предпочитали компьютерные игры, не содержащие никаких сцен насилия (игры на спортивную тему); 60,71% подростков выбирали в основном игры, включающие интерактивные сцены разнообразных убийств; 42,86% опрошенных предпочитали игры, основанные на интерактивных сценах драк разной степени жестокости; 39,18% школьников выбирали компьютерные игры, изображающие интерактивные сцены катастроф. Данные проведенного исследования были сопоставлены с данными, полученными при проведении близких по тематике исследований (А.В.

Федорова: «Школьники и компьютерные игры с экранным насилием», и К.А. Тарасова: «Насилие в фильмах: катарсис или мимесис?»). Определены результаты, дана типология факторов, которые предопределяют выбор компьютерных игр, содержащих насилие, сделан вывод об агрессивности современной «кинодиеты» в целом.

Требование совершенно убрать насилие с экранов и из произведений искусства – абсурдно, невозможно будет даже изучить биографию А.С. Пушкина, погибшего на дуэли. Но именно в произведениях искусства достигается катарсис – освобождение лучших свойств человека – сопереживание, стремление к совершенствованию, к достижению высоких гуманных целей, стремление помогать и защищать своих близких или всех, кто нуждается в помощи. Но понятие катарсиса может относиться именно к произведению искусства, но никак не к игре, которую затевает подросток, включая компьютер, в то время как ему нечем заняться. Вероятно, оценивая влияние медиапродукции, правильнее говорить об усилении любых (особенно – ярко пережитых) эмоций под воздействием художественного или медиатекста. Следовательно, массированное обращение к негативным эмоциям не снимает, но усиливает их.

Второй параграф: «Проблема выбора «референтных групп» и «значимых других» под влиянием масс-медиа», также построен на самостоятельном социологическом исследовании, в ходе которого выяснялось: во-первых, как воспринимают медиа-продукцию сами подростки и на какие условные референтные группы ориентирует их получаемая аудиовидеоинформация, во-вторых, насколько медийная продукция соответствует установкам и жизненным ценностям современных подростков и молодежи, в-третьих, какую роль играет масс-медиа в жизни современной молодежи и подростков. Основные условные группы, которые являются постоянными участниками телевизионных передач, оказались представлены «звездами» шоу-бизнеса, певцами, актерами, топ-моделями; на втором

месте – спортсменами; на третьем – политиками и предпринимателями. Их значимые качества определялись в ходе тестирования (метод: «закончи предложение...»). Источники доходов не особенно заботят школьников, хотя практически все заявили, что телегерои много работали или тренировались, но на вопрос, значит ли это, что другие люди (учителя, врачи, их собственные родители) трудятся мало – вразумительного ответа нет). Создается впечатление, что это обстоятельство (источник средств) либо вообще остается за скобками, либо приписывается «госпоже удаче». Некоторые старшеклассники уверенно заявляют, что источник определенно – не трудовой, но это их не настораживает. Надо признать, что мнение это достаточно широко распространено и во взрослой среде. Многочисленные фильмы, сюжеты которых строятся принципиально в стороне от любого вида деятельности и особенно деятельности творческой, могут только закрепить эту установку.

Стремление быть признанными, понятыми, обеспеченными и благополучными – естественные стремления, особенно свойственные подросткам. Это возраст, которому свойственно стремление к достижению, самоопределению, к индивидуализации, а также к романтизации и максимализму. По ряду психологических причин подростки дистанцируются от родных, стремятся выйти за пределы семейных традиций, запретов и поощрений, найти близких по духу и целям ровесников. Если это происходит в социуме со сложившимися правилами и ценностями, положительный результат высоковероятен. Но в обществе, в котором разрушена система запретов (санкций законодательных, общественных, повседневных), где разрушена одна система норм (пусть далеко не безупречных, но общепризнанных), а другая еще не скоро определится, допустить такую разнузданность, которая господствует в масс-медиа – крайне опасно.

Пропаганда потребительства сама становится весьма агрессивной, причем в самом крайнем его виде – в виде стремления к удовлетворению

самых примитивных материальных потребностей. Возможность социальных альтернатив – других способов организации жизни человеческого общества – отрицается, оценивается скептически или высмеивается.

В параграфе дана классификация социальных групп подростков по типам медиавосприятия (дифференцированный оценочный показатель, типология реакций и установок, собранная в трех таблицах): 1- первая группа – благополучные, позитивно социализированные подростки с определенной системой ценностей и положительных установок, проживающие в нормальной семье; 2 - вторая группа – проблемные подростки (опыт социализации в основном положительный, но требования, предъявляемые к подростку довольно велики, он не справляется с ними, как результат проявляются различные акцентуации характера, в том числе в негативной форме), кроме того, возможно негативное влияние внешней среды; 3- третья группа – группа риска, социализация негативная или маргинальная. Возможны проблемы, связанные с негативными по преимуществу проявлениями акцентуации характера, очень легко поддаются влиянию негативной среды. Анализ восприятия медиа-продукции показывает, что именно последняя группа оказывается наиболее уязвимой. Закрепление общения с медиатекстом на самом примитивном уровне оказывает и обратное влияние – оно не только *продуцируется* низким уровнем знаний и личностного развития, но и в обратном порядке – *фиксирует как желательный и достаточный* этот низкий уровень.

Третий параграф: «Технологии нейтрализации негативного влияния масс-медиа на детей и подростков». По результатам проведенного теоретического и конкретно-социологического исследования в диссертации предложены меры, которые могли бы снизить негативное влияние масс-медиа.

1. При всей свободе рыночных механизмов, во многом определяющих развитие СМИ, важная роль принадлежит государственному контролю:

требуется разработка законодательных основ регулирования деятельности всех СМИ и производителей медиа-продукции, а также экономических мер со стороны государства в области медиа. В этом стоит обратиться к опыту зарубежных стран.

2. Развитие основных функций общественного контроля коммуникативных процессов со стороны институтов гражданского общества. Опыт доказывает: если граждане не способны оказывать существенное влияние на печатную и электронную прессу, то ни законодательство о СМИ, ни саморегулирование внутри профессионального сообщества работников прессы не могут повысить ответственность коммерчески ориентированной журналистики перед обществом.

3. Одним из очень важных и эффективных инструментов влияния на медиа-пространство является медиакритика. Именно она способна дать взвешенную оценку медиа-продукции, формировать вкусы зрителей, способствовать созданию более качественного видеопrodukта и развитию социально ответственных масс-медиа.

4. Выход видится также в продвижении на компьютерный рынок познавательных и развивающих программ, увлекательных игр, в активизации движения медиа-образования. Результаты проведенного автором опроса показали, что познавательные передачи, особенно о природе, передачи игровые, но построенные на познавательном интересе, имеют достаточно высокий спрос.

5. Необходимо вновь обратиться к письменной культуре, в том числе и как к социальной технологии предотвращения негативного влияния масс-медиа. Жизненно важно найти тот самый педагогический «ключ без права передачи», который позволит открыть дорогу к сердцу подростка, к миру его эмоций, научить его культуре чтения, дать почувствовать тот огромный потенциал, который раскроется во взаимодействии читающей лично-

сти и личности писателя. Но главное в том, чтобы общество могло подтвердить – да, такой потенциал не только есть, но он и востребован!

6. Развитие самых разных игровых технологий. Опыт советского периода в развитии медийного воспитания чаще критикуют по идеологическим мотивам. Но, наверное, проблема не в том, что было мало детских замечательных программ, и не в их качестве, и даже не в том, что часть их была идеологически ангажирована. Возможность выбрать свой путь, свой вариант детских программ, свою, но позитивную систему ценностей, может помочь оживить многие из забытых проектов. Игра – она не терпит принуждения, играть по приказу нельзя. Но нельзя и лишить ребенка, подростка возможности играть, надо только дать возможность играть в те игры, которые сделают его (ребенка, подростка) понятным, принятым, счастливым.

7. Социальная работа в сфере образования (как и социально-педагогическая и социально-психологическая) – эти технологии снижения негативного влияния масс-медиа просто невозможно недооценить. Главным выводом проведенного исследования стал тот, что *наиболее уязвимыми перед лицом негативной медиа-продукции стали подростки из группы риска*. Именно выявление этой группы (которое необходимо во всех отношениях – в их реабилитации, адаптации) в защите подростков от нарастания агрессии, растления, этической и эстетической деформации.

8. Медиаобразование требуется не только для детей, подростков и молодежи, но и для учителей и родителей. Исследования, проведенные в последнее время, показали, что родителям часто недостает дополнительных профессиональных знаний о проблемах воспитания в семье. Самым эффективным средством общения родителей, школы и профессионалов самого разного направления, усилия которых необходимы в достижении позитивного результата, стало кабельное телевидение, которое существует во многих крупных и средних городах, а в Подмоскovie – и в малых городах.

Для этого вида медиаобразования характерна оперативность, возможность прямой связи, адресность помощи и прочная связь с реальными проблемами подростков именно данного региона.

Как видим, социальные технологии позволяют сегодня найти выход даже в такой сложной ситуации, как влияние масс-медиа на социализацию и установление социальной идентичности подростков под влиянием масс-медиа, причем с участием и при непосредственной поддержке самих масс-медиа.

В заключении сделан вывод, что социальная идентичность как достижение, результат процесса идентификации, рассматривается как осознанная обретенная определенность, «равенство самому себе», осознанная соотнесенность со «значимыми другими» как реальными, так и символическими (в религии, искусстве, идеологии). При этом особое значение имеет внутренняя определенность, целостность, которая сама становится критерием, системой координат, определяющих жизненный путь личности. В условиях социокультурных трансформаций в современной России проблема идентичности приобретает не личностный, но общесоциальный характер. От ее решения во многом зависит судьба общества в целом.

Основные положения диссертации изложены в публикациях:

1. Павлычева Е.Д. Социализация и социальная идентичность в подростковом возрасте // Становление и развитие научных исследований социального сервиса. Материалы секции VII Международной научно-практической конференции «Наука – индустрии сервиса». 2002 г. М., 2002. 0,2 п.л.

2. Павлычева Е.Д. Влияние средств массовой коммуникации на агрессивность поведения детей и подростков: изучение в англо-американской социологии // Актуальные проблемы социологии и социальной работы: Материалы X научно-практической конференции «Наука – сервису». (Под общей редакцией д.ф.н., проф. П.Д. Павленка) – М., МГУС, 2005. 0,3 п.л.

3. Павлычева Е.Д. Немотивированная жестокость в поведении детей и подростков как социальная проблема // Образ жизни различных групп населения, находящихся в трудной жизненной ситуации. Материалы международной научно-практической конференции. //Под ред. д.ф.н., проф. П.Д. Павленка. Ч. 11. М., 2005. 0,5 п.л.

4. Павлычева Е.Д. Феномен насилия в компьютерных играх как социальная проблема // Образ жизни различных групп населения, находящихся в трудной жизненной ситуации. Материалы международной научно-практической конференции. // Там же. 0,3 п.л. (в соавторстве).

5. Павлычева Е.Д. Медиаобразование для родителей: проблема преодоления педагогической и психологической неграмотности //Гуманитарный сервис. X-я Международная научная конференция «Наука-сервису»: Материалы секций: «История и культура повседневности» и «Актуальные проблемы социально-гуманитарного сервиса»: Книга 3 /Под редакцией д.и.н., проф. В.Э. Багдасаряна, д.пед.н., проф. О.Я. Гойхмана, ГОУ ВПО «МГУС». – М., 2005, 0,7 п.л.

6. Павлычева Е.Д. Феномен насилия в компьютерных играх как социальная проблема // «Сервис plus». Периодический научно-популярный журнал Московского государственного университета сервиса – 2005. № 4 (5), 0,3 п.л. (в соавторстве).

Отпечатано на полиграфической базе издательства
Московского государственного университета леса
в полном соответствии с качеством представленного оригинал-макета

Подписано в печать 12.01.06. Формат 60х90 1/16. Бумага 80 г/м².
Ризография. Усл. печ. л. 1. Тираж 100 экз. Заказ № 13
141005, Мытищи-5, Московская обл., 1-я Институтская, 1, МГУЛ, Издательство.
Тел.: (095) 588-5762, 588-5348, 588-5415. Факс: 588-5109.