

На правах рукописи



БЕЛОНОЖКО ЛИДИЯ НИКОЛАЕВНА

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ
ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ**

Специальность: 22.00.06 – социология культуры

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Тюмень, 2017

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет».

Научный руководитель: **Ткачева Нина Алексеевна**
доктор социологических наук, доцент

Официальные оппоненты: **Кононова Татьяна Михайловна**
доктор социологических наук, доцент, зав. кафедрой иностранных языков ФГБОУ ВО «Тюменский государственный институт культуры»
Попова Ольга Ивановна
кандидат социологических наук, заместитель директора (по учебной работе), доцент кафедры управления персоналом Уральского института управления - филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

Защита состоится «1» декабря 2017года в 09.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.273.03 при Тюменском индустриальном университете по адресу: г. Тюмень, ул. Мельникайте 70, ауд.812.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотечно-информационном центре ФГБОУ ВПО «Тюменский индустриальный университет» по адресу: г. Тюмень, ул. Мельникайте, 72, а также на сайте ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»:

<https://www.tyuiu.ru/1028-2/folder-2008-11-28-2437/zasedanija-dissertatsionnykh-sovetov/dissertatsionnyj-sovet-d-21227303/belonozhko-lidiya-nikolaevna-22-00-06/>

Автореферат разослан «__» _____ 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических наук,
доцент

Л.В. Ребышева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Российское общество за последние десятилетия претерпело несколько этапов реформирования. Многие традиционные для России ценности, такие как коллективизм, труд, равенство и другие, были поставлены под сомнение, когда открытый для демократических и либеральных взглядов социум и отдельные социальные группы стали противопоставлять себя духовно-нравственным идеалам, сформированным под воздействием многовековой российской истории и культуры. Демократизация всей системы общественных отношений, стремительное вхождение страны в мировое сообщество обусловили изменение содержания социализации индивидуума – произошло смещение вектора от коллективистского сознания к формированию свободной и самодостаточной личности. Произшедшие перемены, выдвинув личность на передний край социальной жизни, вызвали и внутреннюю рассогласованность, противоречивость и нестабильность ее духовно-нравственных ценностей.

Амбивалентность и сложность духовно-нравственного становления и развития личности предопределены рядом факторов. Во-первых, процессами глобализации и переходом развитых стран к постиндустриальному обществу, что способствовало, с одной стороны, унификации ценностных ориентаций личности, а, с другой, их вестернизации. Во-вторых, преобразованием базовых институтов социализации, особенно семьи и школы, агенты которых, воспитывая молодое поколение, вынуждены были вырабатывать новые стратегии адаптации к изменяющейся реальности, что привело к кризису межпоколенной трансмиссии традиций и социокультурных ценностей. В-третьих, переходом к информационному типу культуры, основанному на стремительном росте влияния средств массовой информации, рекламы, виртуальной среды, а также значении их социализирующих функций. В-четвертых, экспансией информационных технологий во все сферы общественной жизни – политическую, экономическую, социокультурную.

Происходящие в современном обществе изменения имеют в качестве своего катализатора нарастающие в геометрической прогрессии информационные потоки, передаваемые по многочисленным каналам, доступность которых для разных слоев общества постоянно возрастает.

Являясь проводником модернизации, средства массовой информации постепенно подменяют и вытесняют традиционные институты просвещения и социализации. Однако познавательная активность общества постепенно сменяется информационно-потребительской активностью, когда любой информационный повод содержит в себе и оценку, и критику, и руководство к действию – то есть ответ на любой поставленный вопрос уже транслируется по каналам массовой коммуникации, исключая необходимость мыслительной активности, нивелируя свободу и самодостаточность личности. В результате многократно возрастает риск того, что индивид будет получать и адаптировать деструктивные сигналы, транслируемые многочисленными информационными каналами, сдерживающие его духовно-нравственное развитие.

Нередко деструктивное влияние средств массовой информации на духовно-нравственную сферу сегодня принимается как данность, и даже неизбежность. Это предопределяет исследовательский интерес к вопросам установления причинно-следственных связей между падением нравов и духовной деградацией, с одной стороны, и проводимой некоторыми СМИ информационной политики, основанной на массивном транслировании негативных социальных практик и манипулировании общественным мнением. Также нет однозначного ответа на вопрос о том, какие механизмы можно использовать для создания условий успешной социализации личности и формирования основ ее духовно-нравственного развития. Вполне очевидно, что ранее применявшаяся политика информационного рестрикционизма противоречит принципам свободы слова, базовым принципам правового государства, а это значит, что поиск необходимо вести в направлении корректирования информационного контента демократическим способом.

Сказанное позволяет констатировать, что проблематика роли средств массовой информации в формировании духовно-нравственной личности является актуальной.

Степень научной разработанности темы. Междисциплинарность вопросов духовно-нравственного становления и развития личности отчетливо прослеживается в практике их исследования социологами, философами, педагогами, теологами и политологами.

Так, теоретико-методологические основы идентификации духовности и нравственности как социальных и культурных феноменов восходят к ранним воззрениям философов и богословов о смысле человеческого бытия, цели существования индивида и общества. В данном контексте несомненный интерес представляют философско-религиозные труды Н.А. Бердяева, В.В. Зеньковского, В.В. Розанова, В.С. Соловьева, обосновывающие истоки духовности¹. Духовная и психологическая сущность личности, основы ее нравственного становления и развития нашли отражение в исследованиях социологов и психологов Л.С. Выготского, Л.Н. Когана, И.С. Кона, А.Н. Леонтьева². В значительной степени актуальные воззрения, сформулированные на основе анализа эволюции духовности и нравственности, представлены в работах Л.Ю. Айснер, В.И. Бакштановского, И.А. Бокачева, Р. Вутноу, И.В. Ерофеевой, Л.Г. Исаевой, К. Лейманна, Ж.Т. Тощенко, И.Ю. Фомичева, А.А. Попова, Ю.В. Согомонова и других исследователей³.

¹Бердяев Н.А. Философия свободного духа. – М.: Республика, 1994. – 480 с.; Зеньковский В.В. История русской философии. – М.: Академический проект, Раритет, 2001. – 880 с.; Соловьев В.С. Чтения о Богочеловечестве / Под ред. Л.А. Абышко. – М.: Изд-во Олега Абышко, 2010. – 352 с.

²Выготский Л.С. Психология. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – 1008 с.; Коган Л.Н. Всестороннее развитие личности и культура. – М.: Знание, 1981. – 63 с.; Кон И.С. Открытие «Я». – М.: Политиздат, 1978. – 367 с.; Леонтьев А.Н. Потребности личности // Лекции по психологии. – М.: Смысл, 2000. – 509 с.

³Айснер Л.Ю. Содержательность понятия духовности в единстве образовательного и духовного поля культуры // Вестник КрасГАУ. – 2010. – № 6. – С. 185-188; Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Социология морали: нормативно-ценностные системы // Социологические исследования: научный и общественно-политический журнал. – 2003. – № 5. – С. 8-20; Исаева Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества. – Дисс. канд. филос. н. – Уфа, 2005. – 148 с.; Попов Е.А. Социология духовной жизни: проблемы концептуализации // Социологические исследования. – 2012. – № 4. – С. 122-126; Фомичев И.Ю. Профессиональная этика как постмодернистская форма институционализации морали. – Тюмень: ТИУ, 2016. – 198 с.;

Методологическим подходам, условиям и механизмам формирования духовно-нравственных установок личности посвящены труды Ю.А. Алешиной, С.И. Булаха, А.Л. Горбачева, А.Я. Данилюка, Д.Б. Казанцевой, А.М. Кондакова, Н.В. Маховой, Н.Г. Хайруллиной, В.А. Тишкова⁴. В этих работах дается анализ характера воздействия основных институтов социализации на формирование системы ценностей, соответствующих панкультурным нормам духовного и нравственного гуманизма.

Общетеоретические проблемы ценностей и ценностных ориентаций заложены в классических трудах М. Вебера, Э. Дюркгейма, К. Манхейма⁵. Фундаментальный вклад в разработку проблематики ценностных ориентаций молодежи внесли М. Мид, Д. Лукач, Д. Пантич, Т. Парсонс, П. Сорокин⁶. Эволюция духовных и нравственных ценностей российского общества исследована в работах Ю.Л. Воробьева, А.Г. Здравомыслова, В.К. Левашова, М.С. Кагана, Н.И. Лапина, Е.А. Мухиной, А.А. Попова⁷. Существенный вклад в разработку молодежной аксиологии был сделан в исследованиях В.В. Гаврилук, Ю.Р. Вишневого, В.Т. Лисовского, Л.Л. Мехришвили, Е.Л. Омельченко, В.А. Ядова и др.⁸ Рискологиче-

Wuthnow R. Morality, spirituality and democracy // *Society*. – Mar./Apr. 1998. – pp. 35-43; Lehmann C.S. The Relevance of Spirituality and Reasoned Action for Adolescent Moral and Immoral Behavioral Intentions // *Pro Quest Dissertations and Theses*; 2011. – 115 p.; Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 543 с.

⁴Алешина Ю.А. Методологические подходы в формировании духовно-нравственной культуры специалистов современного общества // *Вестник МГОУ. Серия «Педагогика»*. – 2011. – №3. – С. 15-19; Булах С.И. Формирование нравственного сознания личности курсанта вуза МВД РФ средствами массовой информации. – Дисс. к.пед.н. – Барнаул, 2002. – 198 с.; Горбачев А.Л. Психологические условия и механизмы духовно-нравственного развития личности студентов. – Автореф. дисс. к.психол.н. – Нижний Новгород, 2009. – 24 с.; Казанцева Д.Б., Алексева И.А. Особенности формирования духовных ценностей личности и ценностей современного общества. // *Сборники конференций НИЦ «Социосфера»*. – 2010. – № 5. – С. 9-13; Махова Н.В. Формирование нравственной культуры студентов средствами массовой информации. – Дисс. к.пед.н. – М., 2004. – 188 с.; Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России. Проект (А.Я. Данилюк, А.М. Кондаков, В.А. Тишков) // *Вестник образования*. – 2009. – № 17. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vestnik.edu.ru/proect.html]; Хайруллина Н.Г., Ирнарзоров Р.И., Коровкина Н.В., Садретдинова Э.В., Шайхисламов Р.Б. Формирование общественности как основа конструирования российской идентичности // *Известия вузов. Социология. Экономика. Политика* – 2016. – № 4. – С. 74-78.

⁵Вебер М. Избранное. Образ общества. – М.: Юрист, 1994. – 702 с.; Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., А. Б. Гофмана. – М.: Канон, 1995. – 352 с.; Манхейм К. Социология культуры. М.; СПб: Университетская книга, 2000. – 501 с.

⁶Мид Дж. От теста к символу / Дж. Мид // *Американская социологическая мысль: Тексты*. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 215-224.; Парсонс Т. О социальных системах. – М.: Академический проект, 2002. – 832 с.; Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Пер. с англ. С.А. Сидоренко. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.; Пантич Д. Конфликты ценностей в странах транзита // *Социс*. 1997. № 6. С. 24-36; Лукач Д. К онтологии общественного бытия. Прологомены; Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1991. – С. 43-44.

⁷Мухина Е.А. Духовно-нравственные проблемы развития личности в современном российском обществе // *Вестник Майкопского государственного технологического университета*. – 2009. – № 3. – С. 35-37.; Лапин Н.И. Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России. Результаты мониторинга «Наши ценности и интересы сегодня» (1990-2002 гг.) // *Мир России. Социология. Этнология*. – 2003. – № 4. – С.120-159; Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – 223 с.; Воробьев Ю.Л., Попов А.А. Духовная жизнь пожилых людей в современном российском обществе: социологический аспект // *Вестник Самарского государственного университета*. – 2007. – № 1. – С. 57-63; Левашов В.К. Социализация государства – процесс, идущий через века // *Социология*. – 2014. – № 5. – С. 51; Каган М. С. Философская теория ценности. СПб: ТОО ТК Петрополис, 1997. – 205 с.

⁸Гаврилук В.В., Мехришвили Л.Л. Роль образа будущего в выборе жизненных стратегий современной российской молодежи // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*, 2015. – С.52-55; Вишневский Ю.Р., Шапко В.Т. Актуальные проблемы социологии молодежи. – Екатеринбург: УрФУ, 2010. – 679 с.; Лисовский, В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. – СПб: СПбГУП, 2000. – 508 с.; Омельченко Е.Л. Герои нашего времени: Социологические очерки. –

ская концепция Ю.А. Зубок и В.И. Чупрова способствовала пониманию процессов социализации и трансформации ценностей в современных условиях⁹.

При исследовании трансформации ценностей и ценностных ориентаций молодежи ученые обращают внимание на новые основы функционирования современного общества. В трудах Д. Белла, в которых рассматривается постиндустриализм или «информационное общество», З. Баумана, характеризующего модерн и постмодерн, работах Д. Ваттимо, Н. Лумана, выделяющих постмодернизм (гиперреальность), концентрируется внимание на идее, что основные направления развития цивилизация обусловлены новейшими средствами коммуникации¹⁰.

Нельзя не отметить теорию информационного общества (М. Кастельс, У.Дж. Мартин), постулирующую роль средств массовой информации в обеспечении позитивной или негативной динамики информационно-культурного пространства социума посредством реализации разнообразных стратегий кодирования, направления и интерпретации транслируемых сигналов в интересах определенных социальных групп¹¹. В этой связи интерес представляют работы А. Моля, Д. Баррата, Н.А. Нехаевой, О.М. Барбакова и др., посвященные исследованию механизма воздействия средств массовой информации на общественное мнение¹². Проблемы ценностного основания массового сознания интерпретировались Г. Лебоном, Г. Маркузе¹³. В отечественной науке этими вопросами занимались С. Кара-Мурза, И.В. Ерофеева, В.В. Шалини другие исследователи¹⁴.

Отводя особую роль в динамике духовно-нравственного развития современного общества средствам массовой информации, исследователи в зависимости от избранного подхода рассматривали их как социальный институт, как институт социализации и самопозиционирования отдельных социальных групп в обществе, как элемент национальной и мировой культуры, средство трансляции норм и паттернов поведения.

Ульяновск: Изд-во «Средневожский научный центр», 2000. – 260 с.; Ядов В.А. Ценности в кризисном социуме // Психологический журнал, 1991. – № 6. – С. 154-167.

⁹Чупров В. И., Зубок Ю. А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. – Второе издание. – М.: Наука, 2003. – 161 с.

¹⁰Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 290 с.; Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Перевод с англ. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 2004. – 788 с.; Vattimo G. The transparent Society: Translated by David Webb. Cambridge: Polity, 1992. – 37 p.; Луман Н. Реальность масс-медиа / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. - М.: Праксис, 2005. – 256 с.

¹¹Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.; Мартин У. Информационное общество // Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник / АН СССР. ИНИОН, 1990. – № 3. – С.115-123.

¹²Нехаева Н.А. Способы разрушения сознания человека в дискурсе «четвертой власти» и формирование «человека одного измерения» // Известия Томского политехнического университета. – 2008. – Т. 312. – № 6. – С.141-144; Моль А. Социодинамика культуры / пер. Б.В. Бирюкова. – М.: Прогресс, 1973. – 406 с.; Barrat D. MediaSociology.L.; N.Y.: Routledge, 1994; Boyd-Barrel O., Braham P. P. (eds.) Media, Knowledge, and Power. London: Croom Helm, 1987; Barbakov O.M., Kiselyov V.G. Methodology of carrying out social experiments in virtual space / Tyumen State University Herald. - № 8. - 2012.

¹³Лебон Г. Психология народов и масс; Пер. с фр. М.: Акад. Проект, 2012. – 248 с.; Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества. /Пер. с англ. А.А. Юдина – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 526 с.

¹⁴Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 832 с.; Ерофеева И.В. Роль современных средств массовой информации в трансформации российской духовности. – Дисс. к.филос.н. – Чита, 2003. – 156 с.; Шалин В.В., Тамбиянц Ю.Г. Цивилизационная идеология на современном этапе // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 6. – С. 10-17.

В контексте проблематики настоящего диссертационного исследования наибольший интерес представляют вопросы институциональных особенностей и моделей функционирования российских средств массовой информации, которые достаточно подробно отражены в работах В.В. Заморского, Н.А. Скобелиной, А.И. Черных, Х. Де Смаеле¹⁵.

Исследованию роли средств массовой информации как института социализации, формирования идентичностей и как фактора влияния на духовную культуру посвящены работы Н.К. Алексаньян, Н.А. Галактионовой, И.В. Ерофеевой, Л.Г. Исаевой, Т.В. Канюховой, И.И. Новиковой, К.В. Рубчевского, С.В. Толмачевой, А.В. Чаевича и ряда других исследователей¹⁶.

Проанализированный в настоящем диссертационном исследовании массив фундаментальных, теоретико-методических и эмпирических трудов позволяет констатировать, что вопросы формирования сбалансированной системы отношений «средства массовой информации – духовно-нравственное развитие личности и общества» на уровне монографических исследований разработаны недостаточно полно. Таким образом, выбор темы обусловлен ее социокультурной значимостью, а также недостаточной разработанностью в научной литературе ряда аспектов теории и практики взаимодействия средств массовой информации с политикой духовно-нравственного возрождения России. Практическая потребность в исследованиях по формированию информационной политики государства и определению механизмов ее реализации определили объект, предмет, а также обусловили постановку цели настоящего исследования.

Объект исследования – духовно-нравственное развитие личности в современном российском обществе.

Предмет – влияние средств массовой информации на духовно-нравственное развитие личности.

Цель исследования заключается в формировании общественного идеала современных средств массовой информации в контексте обеспечения духовно-нравственного развития личности.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Уточнить теоретические и операциональные особенности категориального аппарата.

¹⁵Скобелина Н.А., Сухова А.С. К вопросу о механизме контроля за деятельностью СМИ // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2007. – № 4. – С.56-57; 244. De Smaele, H. Media and the Information Climate in Russia // Europe-Asia Studies, Vol. 59, No. 8 (Dec., 2007), pp. 1299-1313; Заморский В.В. Конструктивное и деструктивное воздействие виртуальной информационно-коммуникационной среды на ценности современной молодежи // Этносоциум и межнациональная культура, 2014. – № 5 (71). – С.62-70; Черных А.И. Социология массовых коммуникаций [Текст] /А.И. Черных. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

¹⁶Чаевич А.В. Роль средств массовой информации в процессе политической социализации российской молодежи // Сервис plus. – 2007. – № 2. – С. 77-83; Толмачева С.В. Влияние рекламы на молодежную аудиторию // Вестник ЧелГУ. – 2015. – №9 (364). – С.56-59; Рубчевский К.В. СМИ и проблема развития личности // Философия и общество. – 2006. – № 1. – С. 117-131; Новикова И.И. Роль и место средств массовой информации в развитии информационного общества // Власть. – 2009. – № 8. – С. 36-39; Исаева Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества. – Дисс. канд. филос. н. – Уфа, 2005. – 148 с.; Ерофеева И.В. Роль современных средств массовой информации в трансформации российской духовности. – Дисс. к. филос. н. – Чита, 2003. – 156 с.; Алексаньян Н.К. Трансформация роли средств массовой информации в современном российском обществе // Теория и практика общественного развития. – 2009. – № 1. – С. 89-96.

2. Раскрыть сущностный и содержательный аспекты духовно-нравственного развития личности.

3. Идентифицировать роль средств массовой информации в совокупности институтов социализации и факторов развития духовно-нравственных основ личности.

4. Выявить наиболее значимые элементы духовно-нравственного развития личности и характер влияния на их формирование средств массовой информации по результатам социологических исследований.

5. Определить основные предпосылки, условия и пути формирования общественного идеала средств массовой информации, способствующего духовно-нравственному возрождению личности в российском обществе.

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные изучению социокультурных процессов современных обществ, молодежи и ее духовно-нравственных ценностей, определенных аспектов влияния средств массовой информации на трансформацию духовно-нравственного развития личности. Особое внимание было уделено концепциям, раскрывающим ценностные основания социокультурной динамики и социализации личности: изменения структуры социального сознания личности Э.Дюркгейма¹⁷; концепция С. Томаса и Ф. Знанецкого¹⁸, раскрывающая функциональное значение дефиниций «социальная ценность» и «социальная установка»; концепция конкретного социально-культурного контекста формирования и функционирования различных форм мышления и знания П. Бергера и Т. Лукмана¹⁹.

Методологическая база исследования опирается на общенаучные и общесоциологические методы диалектики, анализа и синтеза, сравнения, междисциплинарного и системного подходов, структурно-функционального анализа, моделирования, а также на традиционные методы социологического исследования: статистический обзор, анализ документов, методы графического представления информации.

Эмпирическая база исследования представлена: данными федеральной и региональной статистики о развитии средств массовой информации; нормативно-правовыми актами и законодательными инициативами в сфере регулирования духовно-нравственного развития и информационного пространства в России; вторичным анализом результатов социологических исследований Института социально-политических исследований РАН, Фонда «Общественное мнение», Всероссийского центра изучения общественного мнения и др.; результатами авторского социологического исследования уровня духовно-нравственного развития личности и роли средств массовой информации в обеспечении его динамики.

¹⁷Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., А. Б. Гофмана. – М.: Канон, 1995. – 352 с.

¹⁸Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки // Американская социологическая мысль: Тексты / Под В. И. Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 496 с.

¹⁹Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания [Текст]. / П. Бергер, Т. Лукман; пер. с англ. Е.Д. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 256 с.

Достоверность результатов проведенного анализа, теоретическую и практическую обоснованность основных выводов и положений диссертационной работы обеспечили методы количественного и качественного исследования:

– анкетный опрос – исследование влияния средств массовой информации на духовные и нравственные ценности личности. С этой целью было опрошено население гг. Тюмени, Тобольска, Ялуторовска, Заводоуковска и Ишима (N=385) с использованием районированной выборки. При этом структура выборочной совокупности соответствовала генеральной совокупности.

– экспертный опрос – экспертами выступили субъекты, имеющие непосредственное отношение к регулированию сферы духовно-нравственного развития личности и информационного пространства социума: представители органов государственной власти и местного самоуправления, представители средств массовой информации (N=213).

Научная новизна работы определяется спецификой авторского подхода к исследованию проблематики влияния средств массовой информации на духовно-нравственное становление и развитие личности:

1. С позиции социологии осмыслено содержание категорий «нравственность», «мораль», «духовность», а также уточнены понятия «ценности», «ценностные ориентации», «ценностные установки». Поливариативность трансформации ценностных ориентаций обусловила принятие конструкта базовых духовно-нравственных ценностей как высших принципов норм и идеалов, к достижению которых стремится личность и общество.
2. Установлено преимущественное значение духовно-нравственного становления личности в определении направления и динамики развития социума в конкретно-исторических условиях с позиции принятия, сохранения и трансляции молодым поколением общечеловеческих гуманистических ценностей для конструирования национальной идентичности в современном российском обществе.
3. Выделены и описаны агенты и институты социализации, доказано возрастающее социализирующее влияние средств массовой информации, в результате которого личность вырабатывает потребности, интересы, ценности, формирующие ее ценностные ориентации и морально-нравственные установки.
4. Выявлена связь между духовно-нравственным развитием социума и содержанием транслируемых средствами массовой информации ценностей и установок. Доказано, что снижение уровня духовно-нравственного развития запускает рекурсивный механизм девальвации запрашиваемого от средств массовой коммуникации информационного контента.
5. Подтверждено на основе социологических исследований возрастающее влияние средств массовой информации на духовно-нравственные ценности. Отмечено, что значительная часть современных средств массовой информации реформируют ценностные ориентации посредством безнравственного смыслового наполнения тиражируемого контента и манипулятивных технологий воздействия, формируя упрощенную модель социально-нравственного поведения с заниженной моральной планкой, допускающей социальные девиации ради достижения собственных целей.

6. Предложен общественный идеал средств массовой информации, отражающий совокупность внутренних и внешних условий, влияющих на духовно-нравственное возрождение личности и общества, разработаны механизмы его реализации и достигаемые социальные результаты.

Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту:

1. Система ценностных ориентаций индивида с интегрированными в нее свойствами духовности и нравственности формируется на основе его социализации и обуславливает архитектуру внутренней структуры личности. Последняя в свою очередь разграничивает приоритетные для индивида паттерны поведения и определяет выбор средств достижения основополагающих целей. При этом под нравственностью понимается наличие у индивида сформированной позиции по принятию или непринятию ценностей, разделяемых в рамках определенной социальной группы или общества, а духовность заключается в приоритетности принятия личностью общечеловеческих ценностей, составляющих основу нравственности человека. В данном контексте категория «нравственность» выступает механизмом духовной самореализации личности, тогда как духовная составляющая, с одной стороны, является результатом, а с другой – содействием в освоении системы ценностей и идеалов.
2. В условиях признания противоречивости влияния средств массовой информации на социализацию индивида обеспечение духовно-нравственного развития личности возможно в рамках системного воздействия на всю совокупность институтов социализации, усиления их активности и присутствия в информационном пространстве посредством проводимой государством информационной политики. СМИ, обладая существенной самостоятельностью, призваны актуализировать воспитательные функции, ориентируясь на развитие духовно-нравственных основ личности, которые имеют приоритетное значение для общества в конкретно-исторических и социокультурных условиях.
3. Транслируемый контент средств массовой информации является реакцией и ответом на запрос, предъявляемый текущим уровнем духовно-нравственного развития личности и общества. Одновременно с этим духовно-нравственные ценностные ориентации индивида являются рефлексией информации, транслируемой средствами массовой коммуникации. В этой связи информационная культура должна рассматриваться как в ракурсе проблемы духовно-нравственного развития личности, так и в контексте формирования информационного контента.
4. Эмпирический анализ духовно-нравственного развития личности демонстрирует некоторую девальвацию общечеловеческих ценностей. Выявлено, что в структуре ценностей, разделяемых индивидами, в большей степени негативно воспринимаются труд, веротерпимость, брак и ответственность. В структуре ценностных ориентаций достаточно часто встречаются проявления «неопределенной» нравственной позиции. Невыраженность базовой системы ценностей затрудняет объединение россиян в единую культурно-историческую и соци-

альную общность, снижает возможности конструирования национальной идентичности на основе доверия друг к другу, обществу и государству.

5. Деятельность средств массовой информации как социального института для сохранения духовно-нравственных ценностей должна основываться на просветительском воздействии на общественное сознание с целью формирования в обществе, особенно у молодежи, духовно-нравственного иммунитета. Эволюционным следствием формирования иммунитета должна стать информационная гигиена, интегрированная в комплекс духовных и нравственных установок, постепенно исключая из сферы информационных предпочтений индивидов деструктивный с точки зрения духовности и нравственности контент. Снижение спроса на последний со стороны общества, в соответствии с действием рекурсивного механизма взаимодействия со средствами массовой информации, будет способствовать пересмотру информационного контекста и приведет к формированию чистоплотных информационных систем.
6. Экспертный опрос представителей средств массовой информации, органов государственной власти и местного самоуправления показал, что их оценка влияния информационного контента на духовно-нравственное развитие личности во многом совпадает с мнением населения. Представители экспертной группы предложили пути решения данной проблемы, которые заключаются в рефрейминге целей, предполагающим переосмысление и перестройку механизмов достижения существующей системы целей для актуализации и исключения противоречий, вызванных попыткой согласовать коммерческий интерес средств массовой информации с необходимостью обеспечения духовно-нравственного возрождения современного российского общества. Рефрейминг целей призван открывать новые смыслы в уже существующих конструкциях содержания ценностных установок и будет направлен в первую очередь на изменение восприятия средств массовой информации и транслируемых ими установок через смещение ценностных и смысловых акцентов и приведет, по меньшей мере, к снижению духовной и нравственной деградации общества.
7. Предложенный общественный идеал средств массовой информации и комплекс мер, направленных на его формирование и реализацию, могут составить сущностную основу регулирования деятельности СМИ с целью использования конструктивного потенциала информационного контента и, в целом, социальных медиа для гармонизации ценностной системы личности через синтез традиционных, современных и общечеловеческих ценностей, отвечающих национальным интересам государства.
8. Механизмы реализации конструктивного потенциала средств массовой информации для успешной социализации личности апробируются при использовании технологии распознавания образов на медийных полигонах и проявляются в моделировании позитивных ценностных ориентаций личности, что будет являться важным условием ее духовно-нравственного развития.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что проведенный социологический анализ позволил выявить особенности, динамику, закономерности и основные доминанты духовно-нравственного развития личности.

Это способствует расширению научных представлений о сущности и содержании трансформации ценностных ориентаций молодежи в условиях модернизации российского общества. Предложенные в диссертационном исследовании общественный идеал СМИ и модель духовно-нравственного развития личности также вносят в социологическое познание новые элементы, использование которых возможно при дальнейшем изучении как духовно-нравственных ценностей молодежи, так и анализе генезиса и специфики информационного контента средств массовой коммуникации.

Практическая значимость работы. Результаты теоретического и эмпирического исследования позволяют сделать ряд выводов и рекомендаций, которые могут быть использованы в деятельности органов законодательной и исполнительной власти при формировании информационной, молодежной политики, политики в области общего и профессионального образования, а также национальной безопасности. Разработанные направления и механизмы могут быть применены для формирования общественного мнения, целей, идеалов и ценностных ориентаций российской молодежи; адаптации СМИ под социокультурные условия и духовно-нравственные потребности социума; чистоплотность информационного контента будет способствовать снижению протестных, асоциальных и экстремистских настроений.

Рекомендации по распространению практики саморегулирования на средства массовой информации будут способствовать усилению внутреннего контроля и выработке действенных механизмов привлечения к ответственности в профессиональной среде масс-медиа.

Практическая значимость работы заключается также в возможности использования ее выводов и рекомендаций в процессе преподавания учебных курсов и дисциплин: «Социология СМИ», «Социология культуры» и других.

Степень достоверности результатов проведенных исследований: сформулированные в диссертационной работе выводы и рекомендации обоснованы анализом теоретических и прикладных исследований по данной теме и подтверждены эмпирическими исследованиями.

В диссертации использованы статистические материалы федеральных и региональных органов по информационной политике в РФ и деятельности средств массовой информации.

Проведено авторское социологическое исследование по рассматриваемой в диссертации проблематике, включающее: результаты анкетного опроса; экспертного опроса.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Содержание диссертации соответствует паспорту специальности 22.00.06 – Социология культуры в части п. 11 – Культурная коммуникация. Современные коммуникативные технологии и их влияние на духовную жизнь общества; п. 12 – Глобальные системы коммуникации (телевидение, Интернет) и духовная жизнь общества; п. 14 – Культурная социализация и самоидентификация личности.

Апробация работы. Основные идеи, положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на кафедре маркетинга и муниципального управле-

ния Тюменского индустриального университета, сообщались на научных конференциях и семинарах: Международный научный семинар «Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права» (г. Тюмень, 2010, 2011, 2012, 2017 г. г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Экономическая политика региона: стратегия и тактика развития» (Тюмень, 2010 г.); II Тюменский социологический форум «Социальные вызовы модернизации в регионах России» (Тюмень, 2011); Всероссийские молодежные социологические чтения с международным участием «Молодежь в инновационном обществе» (Екатеринбург, 2012 г.); The second International Conference on Eurasian Scientific Cooperation «Scientific Research in the 21st Century: Social and Humanities Sciences» (Москва, 2015); Международная научно-практическая конференция «Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика» (Уфа, 2016); VII Международная научно-практическая конференция «World Science: Problems and Innovations» (Пенза, 2017); Международная научно-практическая конференция «Проблемы формирования единого пространства экономического и социального развития стран СНГ» (Тюмень, 2017).

Основные результаты исследования опубликованы в статьях (всего по теме диссертации опубликовано 19 научных статей, в том числе 3 публикации, индексированных в базе Scopus, и 4 публикации представлены в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ), материалах научных и научно-практических конференций и семинаров.

Структура и объем диссертационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений. Основное содержание изложено на 185 страницах машинописного текста, включая рисунки, таблицы, приложения и список литературы, содержащий 273 наименований.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, раскрыта степень ее изученности и разработанности, сформулированы цели, объект, предмет и задачи исследования, описаны теоретические и методологические основы, раскрыта научная новизна, а также теоретическая и практическая значимость работы, изложены методы исследования.

В первой главе «**Теоретико-методологические аспекты исследования духовно-нравственного развития личности**» уточнено сущностное содержание категориального аппарата по теме исследования («духовность», «нравственность», «ценности»); доказано, что духовно-нравственное формирование личности в современных условиях во многом зависит не только от традиционных институтов социализации, но и от возрастающего влияния средств массовой информации, что определяет их возрастающую роль в развитии как отдельной личности, так и социума в целом; выявлена противоречивость влияния средств массовой

информации на духовно-нравственное становление индивидуума, а также специфика их деятельности как социального института.

В параграфе «**Духовно-нравственные основы формирования и развития личности: сущность и содержание**» показано, что современное российское общество находится в той стадии развития, когда стремительное изменение социальных стереотипов поведения, социальных практик, ценностей вступило в определенное противоречие с потребностями модернизирующегося общества, а также с возможностями и правом индивида на саморазвитие, что делает процесс формирования и развития духовно-нравственных основ личности особо актуальным.

Обращение к категории «нравственность» показывает неоднозначность ее понимания. Многие исследователи (А.И. Бродский, А.А. Гусейнов, А.Ю. Смирнов и др.) рассматривают «нравственность» в контексте существующих параллелей с такой категорией как «мораль». Признавая направленность категорий «нравственность» и «мораль» на регулирование поведения индивидов, они, тем не менее, подчеркивают, что «нравственность это внутренняя установка индивида действовать согласно своей совести и свободной воле – в отличие от морали, которая, наряду с законом, является внешним требованием к поведению индивида»²⁰.

Понимание природы рассматриваемых категорий не позволяет связывать их воздействие на личность с оценочной деятельностью поступков последней, поскольку морально-нравственные установки обладают абстрактной, внеситуативной сущностью. Ценностное наполнение рассматриваемой категории часто происходит независимо от пользы сформированных нравственных ориентиров для общества. Более того члены локального социума могут считать допустимыми те или иные практики, которые могут быть негуманными и даже противоречить культурным, традиционным или религиозным канонам. При этом нередко, ощущая солидарность с кругом духовно близких людей, человек может рассматривать свои нравственные представления как находящиеся в той или иной оппозиции к убеждениям, характерным для других социальных групп и индивидов, даже вполне положительным. Нельзя исключать из рассмотрения и процессы девальвации и ревальвации некоторых ценностей, характерных для эволюции нравственности²¹.

Анализ подходов к пониманию сущности и роли нравственных ориентиров показал неизбежность субъективизма в их оценке, т.к. индивид самостоятельно выстраивает иерархию нравственных предпочтений, опираясь на свое мироощущение и формируя основания своей социальной идентичности.

²⁰Смирнов А.Ю. Этноментальные характеристики российского правосознания в контексте глобализирующегося общества: Монография / А.Ю. Смирнов. – Ставрополь: Изд-во СевКавГТУ, 2011. – 135 с.; Этическая мысль: современные исследования / сост. О.В. Артемьева. – М.: Прогресс-Традиция, 2009. – 480 с.

²¹Дабаева Г. А. Традиция как форма нравственной регуляции общества / Г. А. Дабаева // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2010. – № 5. – С. 81-84; Добровольская В. Е. Нормативы, связанные с поведением женщины за столом, в крестьянской культуре Русского Севера и Центральной России // Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда: сборник статей / отв. ред. Н. В. Злыднева. – Санкт-Петербург: Алетей, 2011. – С. 106–116; Соловьев А. И. Нравственное государство: замыслы и реальность // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2011. – №4. – С.104-107; Федаева Н.Д. Семантика нормы в русском языке: функциональный, категориальный, лингвокультурологический аспекты: автореферат диссертации... доктора филологических наук: 10.02.01. - Барнаул, 2010. - 33 с.

В свете выше сказанного особое значение приобретает совокупное влияние на формирование нравственности личности различных институтов и факторов, к которым принято относить семью, культуру, религию, искусство, образование, трудовую деятельность. Именно в этих сферах жизнедеятельности человека прививаются определенные нравственные ориентиры, такие как ответственность, чувство долга, важность семейных отношений, патриотизм и любовь к своей стране, справедливость и толерантность, культура и интеллигентность и т.д. Таким образом, формируются и закрепляются общечеловеческие, не теряющие своего значения в любом обществе ценности, которые составляют духовность личности.

Трактовка термина «духовность» также характеризуется множественностью подходов. В социологии через понятие духовности раскрываются сущностные характеристики духовной жизни. Распространенной считается определение духовной жизни общества как относительно самостоятельной области общественной жизни, основу которой составляют специфические виды специализированной духовной деятельности и историко-общественных отношений, позволяющих регулировать духовные практики и способствовать функционированию общественного сознания²².

Все это позволяет сделать вывод о том, что духовность и нравственность есть сущностные характеристики личности. Именно духовность в сочетании с нравственностью делает человека отличным от природы и позволяет считать общество чем-то большим, чем просто совокупность людей.

Следовательно, духовная жизнь общества по своей сути есть реальный процесс существования людей, отражающий противоречивость конкретно-исторического общества. В связи с этим важно учитывать, что духовные потребности, побуждающие людей к познанию окружающей среды, к творчеству, нравственному совершенствованию, интеллектуально насыщенному духовному общению должны осознанно формироваться в обществе.

Тогда можно полагать, что духовность заключается в принятии личностью общечеловеческих ценностей, составляющих нравственность человека. Под нравственностью в данном случае понимается наличие у индивида сформированной позиции по принятию/непринятию ценностей, разделяемых в рамках определенной социальной группы или общества. Таким образом, категория «нравственность» выступает механизмом, необходимым для выражения духовности, тогда как духовная составляющая, с одной стороны, является результатом, а с другой – содействием в освоении системы ценностей и идеалов.

В параграфе «**Особенности ценностных ориентаций личности в современном российском обществе**» обосновывается, что формирование и развитие духовно-нравственных основ личности в значительной мере связано с идентификацией базовых ценностей современного российского общества.

Понимание этого приобретает особое значение в условиях, когда современное российское общество испытывает на себе совокупность угроз, являющихся

²²Петров Ю.В. Жизнь общества духовная // Социологическая энциклопедия: в 2-х т. – М.: Мысль, 2003. – Т.1. – 694с.

производными от духовно-нравственной дезинтеграции и деградации. Все это не могло не сказаться на отношениях «личность – общество».

В условиях смены мировоззренческих парадигм российское общество как многонациональное объединение отдельных личностей нуждается в осознании того, что обобщенный опыт многих поколений может стать фундаментом для реализации политического и социально-экономического поступательного движения страны. Именно духовно-нравственные традиции инициируют и обеспечивают социокультурную модернизацию и трансформацию, поскольку, с одной стороны, сохраняют самобытность и остаются доминантой духовно-нравственного ядра личности, на основе которого развивается индивид, социальные группы и общество, а с другой, – задают вектор инновационного развития социума и его социальных институтов.

Система базовых национальных ценностей, формирующая фундамент духовно-нравственного развития личности и современного российского общества, может быть условно обобщена в несколько групп архетипичных ценностей.

Первая группа может быть обозначена как «ценности целеполагания», т.е. базовые концепты социальной значимости, такие как духовность, знание, признание, известность, профессионализм, власть и богатство и т.д. Критический анализ данных ценностей обнаруживает некоторые противоречия, содержащиеся в возможностях их сочетания и эволюции одного в другое. Известно, в частности, что духовность может перейти в признание или даже во власть; мастерство и профессионализм – в известность и т.д.

Вторая группа ценностей – духовно-нравственные – опосредует межличностные и межгрупповые отношения и взаимодействия. Она включает в себя такие категории, как «справедливость», «милосердие», «свобода», «право» и ряд других, выступающих внутренними регуляторами социальной активности индивидов в достижении ценностей целеполагания. Назначение этих ценностей вполне утилитарно с позиции сохранения общества и его базовых элементов: индивида, семьи, традиции, культуры. Духовно-нравственные ценности устанавливают систему сознательных ориентиров, в пространстве которых индивид качественно оценивает возможные результаты своей деятельности и способы их достижения. Именно на данном уровне ценностей происходит девальвация и разбалансировка духовных и нравственных установок личности и общества в целом.

Третья группа ценностей содержит в себе латентную установку на сохранение генофонда и имеет «природный» характер. Обладание данными ценностями способствует формированию социальной роли индивида и включает в себя его мыслительные, эстетические, физические параметры, данные природой.

Четвертая группа представлена наиболее высокими надцивилизационными ценностями, которые являются предпосылками существования и развития личностных параметров индивидов. Данная группа в свой каркас включает такие категории как общественные идеалы – долг, честь, совесть.

Духовно-нравственное становление личности невозможно без понимания социализации, поскольку именно она способствует привитию индивиду существующих в обществе ценностей, норм поведения, нравственных установок. В то же

время если социализация, исходя из приоритетности социально-типических черт, характерных для данного общества и составляющих его групп, задает индивидам одобряемые модели поведения, посылы для большинства его членов, то восхождение к духовно-нравственным качествам личности в большей мере связано с развитием личности в дискурсе процесса воспитания. В этом случае обретение личностью культурных ценностей будет способствовать ее становлению через освоение новых способов поведения и новых социальных практик, предопределяя развития потенциала не только личности, но и общества.

Таким образом, формирование более высоких материй духовно- нравственного развития сопряжено с просвещением и образованием, результатом которого выступает возможность постижения и приобщения личности к духовным традициям российского суперэтнуса, вобравшего в себя черты и особенности множества российских народов. Нравственное обогащение культурными и духовными ценностями многонационального российского народа обеспечивает формирование ценностей наивысшего порядка – патриотизма, гражданской идентичности.

В развитии ценностных ориентиров и национальной идентичности важную роль могут сыграть средства массовой информации. Действительно, в результате глубоких политических, экономических и социокультурных изменений, а также формирования открытого информационного пространства и массового использования информационно-коммуникационных систем и технологий, сетей и средств телекоммуникационной связи создана уникальная среда, благодаря которой главенствующую роль заняли средства массовой информации.

В параграфе **«Средства массовой информации как специфическая среда духовно-нравственного развития личности»** раскрывается возрастающая роль СМИ в формировании духовно-нравственных основ личности.

Ослабление регулирующей роли традиций, религии, идеологии, изменение жизненных приоритетов, особенно в среде молодежи, а также рост глобализации и информатизации видоизменил институты социализации, обусловив ведущую роль в трансформационных процессах средств массовой информации.

Именно информационно-коммуникационная среда, наполняемая из традиционных СМИ в совокупности с новым видом массовых коммуникаций – социальными медиа, все более влияют на процессы социализации. Вместе с тем, нельзя не признать и тот факт, что в данном случае речь идет о социализации преимущественно молодежи, так как старшие поколения более верны своим традициям и приоритетам.

Исходя из этого, можно констатировать, что стремительное развитие средств массовой информации обуславливает многократное расширение их функций и возможностей. СМИ стали инструментом политики и бизнеса, то есть способом удовлетворения деловых интересов, в том числе и посредством духовно-нравственного манипулирования и идеологической пропаганды. Воздействие масс-медиа перестало быть бессистемным, оно подчиняется определенной логике и использует передовые достижения науки и техники. В результате, как аккумулятор общественного опыта, средства массовой информации, способствуя распространению различных категорий ценностей, определяют направления и содержа-

ние нравственного развития индивида, а значит и социума. Новые технологии способствуют изменению структуры СМИ, формируют новые подходы к получению и использованию данных, ведут к либерализации ценностей, а также к их универсализации. Успешные практики, вступающие в разногласие с принятой системой ценностей, нередко выдаются за норму жизни и рекомендуемую модель поведения. Используя различные технологии влияния, средства массовой информации злоупотребляют возможностями реализации функции общественного контроля, причем специалисты СМИ не только отбирают, комментируют события и информационные потоки, но и определяют аудиторию воздействия, прежде всего, среди детей и молодежи.

Более того, если в эпоху телевидения, радио и газет количество агентов социализации через средства массовой информации поддавалось измерению, а затруднительность для индивидов доступа на телеканал или даже на страницы газеты выступала своего рода элементом цензуры, то с развитием Интернета, возникновением форумов и блогов, каждый получил возможность участвовать в формировании и развитии духовно-нравственных установок. В этом случае есть основание говорить о нарастающей неоднородности информационного поля: сегодня пользователь Интернет имеет возможность получать и самостоятельно распространять любого рода информацию, оказывающую воздействие на духовность и нравственность, от исключительно духовной до крайне негативной, становясь полноправным актором информационной среды.

Исходным материалом для социальной информации выступает жизнедеятельность индивидов в различных общественных сферах. Но создавая информационные поводы, индивиды и социальные группы оставляют за СМИ право выступать независимым актором, который получает возможность отбирать, анализировать, оценивать информацию, а также использовать ее в различных целях – просвещения, информирования, воспитания и др. В данном контексте проявляется амбивалентность средств массовой информации: с одной, стороны они являются своеобразным «зеркалом» развития общества, а, с другой стороны, выступают как «четвертая власть», формируя культуру общества, его духовно-нравственные ориентиры и ценности.

В свете сказанного признание общества как первостепенного и активного участника отношений в системе «социум – СМИ» позволяет предположить, что средства массовой информации как более пассивная сторона по сути отражают процессы и явления, происходящие в данном социуме. Схематически эта взаимосвязь изображена на рисунке 1.

В этом случае СМИ как пассивная сторона установленных взаимоотношений способны лишь констатировать существующий порядок, даже если для него характерны негативные социальные практики, девальвация культурных и духовно-нравственных ценностей. А запрос индивидов и социальных групп на негативный асоциальный контент маркирует деградацию общества, что позволяет признать за средствами массовой информации диагностическую функцию падения общественных нравов.



Рисунок 1 - Влияние трансформации духовно-нравственных ценностей на качество информационного контента

Признавая средства массовой информации активным актором во взаимоотношениях с обществом, способным воздействовать на развитие его духовно-нравственного уровня, можно говорить о праве на их участие в жизнедеятельности общества в контексте концепции «четвертой власти».

В заявленном контексте средства массовой информации выступают в качестве главного посредника во взаимоотношениях власти и общества. Хотя понятие «четвертая власть» в определенной мере рассматривается как метафора, возможности независимой журналистской корпорации в рамках социального института СМИ, вовлеченного в управление обществом достаточно велики.

К сожалению, современные российские СМИ нередко проявляют себя как «асоциальная» сила, которая служит не интересам общества, а ориентируется на потребности частных лиц и групп, являющихся их владельцами или способными оказывать на них влияние. Заказываемый лоббирующими группами контент, снижение независимости СМИ способствуют деградации информационной культуры, которая ассоциируется с «мутным» информационным потоком. Однонаправленность информационного воздействия стимулирует иррациональные свойства человеческого восприятия, усиливая манипулятивность воздействия. Схематическое представление такого воздействия со стороны средств массовой информации представлено на рисунке 2.

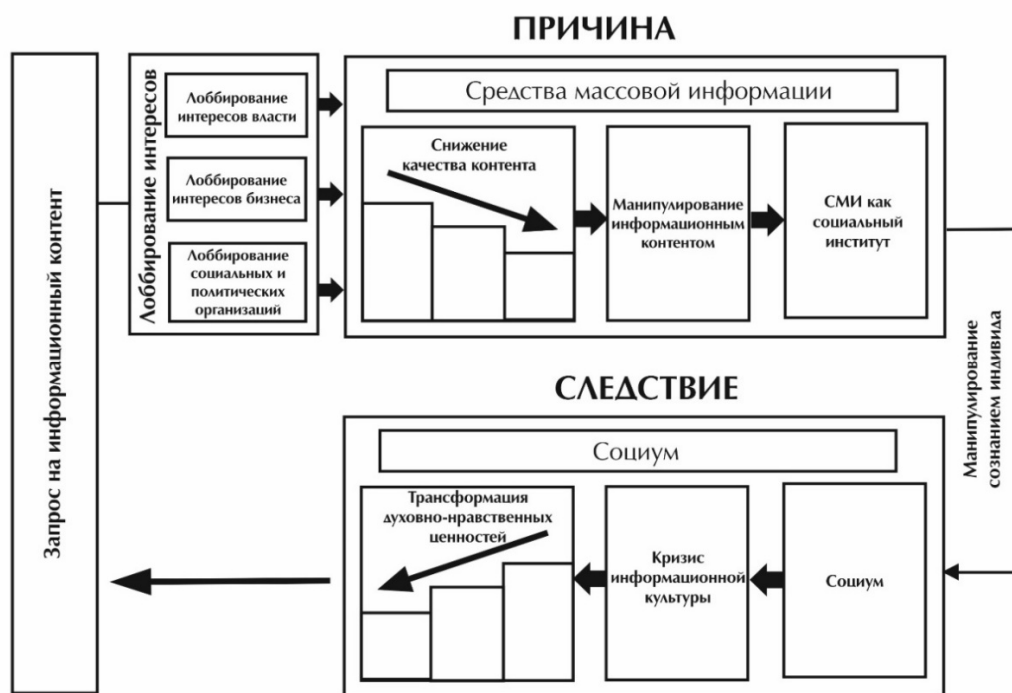


Рисунок 2 - Влияние средств массовой информации на развитие духовно-нравственных основ социума

Запуская рекурсивный механизм девальвации нормативных и нравственных принципов деятельности СМИ, достигается размывание духовно-нравственных ценностей как отдельных индивидов, так и общества в целом. Именно средства массовой информации сегодня обладают мощным потенциалом для трансформации ценностей молодежи. Утверждение свободы выбора и плюрализма мнений в отрыве от исторической специфики, духовно-нравственных основ в условиях информатизации общества способствовало снижению роли традиционных институтов социализации и появлению киберсоциализации личности. Итак, на современном этапе развития рост влияния средств массовой коммуникации, распространение новых информационных технологий и качество информационного контента в значительной мере определяют характер жизни общества, актуализируют проблему взаимоотношений социума и средств массовой информации.

При этом формирование духовно-нравственных ценностей молодежи совершается в условиях ценностного противостояния, наиболее ярко отражаемого в средствах массовой информации. Пренебрежение традициями, отсутствие у молодого поколения внутренних информационных фильтров, возникающих на основании знаний и полученного личного опыта, делает молодежь более зависимой от современных агентов социализации – новых медиа. Все более взаимодействуя с окружающим миром через социальные медиа, киберсоциализуясь, молодежь рискует сформировать духовно-нравственные ценности, которые не соответствуют ни историческому и культурному опыту, ни целям социума. А поэтому изучение духовно-нравственных ценностей личности и специфики их формирования приобретает особое значение как для становления социальных практик и моделей поведения, так и для преодоления манипулирования сознанием молодежи.

Во второй главе **«Влияние средств массовой информации на духовно-нравственные основы личности»** выявлена ведущая роль средств массовой информации в становлении и развитии личности, в формировании комплекса ценностных ориентаций, которые в дальнейшем определяют социальное поведение индивида; сформулирован так называемый «идеальный» образ современной системы средств массовой коммуникации с позиции наполнения информационного потока, а также обоснована целесообразность выделения такого образа и его значение в духовно-нравственном развитии личности и общества.

В параграфе **«Духовно-нравственные ценности личности и специфика их формирования средствами массовой информации (по результатам социологического исследования)»** на основе опроса населения городов юга Тюменской области выявлены наиболее значимые элементы современных духовно-нравственных основ личности; определено отношение респондентов к различным социальным явлениям, представляющим собой отдельные социальные практики и отражающие противоречивость норм российского общества; выявлена роль средств массовой информации в процессе формирования духовно-нравственных основ личности.

Диагностирование средств массовой информации в качестве активной стороны воздействия на духовные идеалы и нравственные ориентиры личности и определило цель социологического исследования, которое было проведено в 2015-2016 гг. автором в составе исследовательского коллектива. В процессе исследования определялось влияние СМИ на духовно-нравственное развитие личности среди жителей городов Тюмени, Тобольска, Ялуторовска, Заводоуковска и Ишима.

Подход к определению объема выборки основан на расчете доверительных интервалов²³. В рамках проводимого социологического исследования была достигнута репрезентативность выборочной совокупности, когда ее структура по гендерному составу и географическому распределению соответствует структуре генеральной совокупности. Помимо этого, выборочная совокупность была структурирована по половозрастному признаку в градации до и после 35 лет, что обусловлено формированием устойчивой ценностно-ориентационной базы, предполагающей незначительную корректировку ценностных ориентиров в зависимости от получаемой информации.

Выборочная совокупность составила 385 человек, в том числе 50,7% женщин и 49,3% мужчин.

Проведенное исследование общественного мнения жителей юга Тюменской области о наиболее значимых элементах духовно-нравственного развития личности и общества позволило сформулировать ряд выводов.

Во-первых, приоритетными в системе ценностных ориентаций личности являются ценности благосостояния, а также образования и здоровья (см. таблицу 1). Вера, семья, взаимопомощь, уважение и труд, по мнению респондентов, относятся к второстепенным ценностям, знаменуя оскудение духовно-нравственного фундамента общественной системы.

²³Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 543 с.

Таблица 1 - Рейтинг приоритетности ценностей

Важные	Относительно важные	Неважные
Высокое материальное положение	Личная свобода	Помощь людям, благотворительность
Наличие высшего образования	Уважение со стороны окружающих	Получать помощь от других при необходимости
Здоровье	Семья	Наличие работы
Дети	Вера в бога	Любовь
Друзья	Признание в профессии	Толерантность к представителям разных вероисповеданий
		Ответственность за свои поступки
		Институт брака

Нельзя не отметить, что такие ценностные постулаты как веротерпимость, брак, труд и ответственность в структуре основных общекультурных ценностей воспринимаются в большей степени негативно. Данная ситуация усугубляется ещё и тем, что 40,8% респондентов, в том числе и молодые люди в возрасте до 35 лет, одним из основных жизненных приоритетов отмечают «обретение достатка любой ценой».

Во-вторых, нарастают тенденции дискретизации общества: мнения респондентов подтвердили усиливающуюся тенденцию к индивидуализации, которая часто проявляется в нежелании и неготовности как принимать помощь (32,3% опрошенных), так и её оказывать (44,0 % опрошенных). В структуре ценностных ориентаций многих респондентов, особенно в возрасте до 35 лет, очень часто встречаются яркие проявления «неопределенной нравственной позиции»: человек говорит о ценности семьи, но при этом негативно относится к браку, позиционирует веру как одну из высших ценностей, но отрицает взаимопомощь и т.д.

В-третьих, исследование общественного мнения по поводу негативных общественных практик как косвенных сигналов духовно-нравственного развития личности позволили констатировать ряд асоциальных факторов. Так, более половины опрошенных жителей юга Тюменской области лояльны к следующим социально-порицаемым проявлениям – мелкие правонарушения, внебрачные связи, шантаж, супружеская неверность, сквернословие, эгоизм и т.д. Полученные результаты также выявляют наличие в обществе двойных стандартов, так, например, допуская супружескую неверность, респонденты абсолютно отвергают предательство.

Анализ факторов, оказавших воздействие на формирование наблюдаемого в обществе диссонанса в оценке проявлений духовности, показал, что основными социальными институтами, влияющими на респондентов с позитивной духовно-нравственной ориентацией, являются: семья (26,1%), СМИ (21,3%) и школа (18,8%). Респонденты же, допускающие для себя приемлемость различных социально-неодобряемых практик, отметили в числе основных агентов воздействия: СМИ (49,4%) и общественное мнение (19,9%) (см. таблицу 2).

Таблица 2 - Факторы, оказавшие наиболее существенное влияние на формирование ценностных ориентаций (в % к числу ответивших)

Факторы воздействия	Мужчины		Женщины		Всего
	%	Ранг	%	Ранг	
Респонденты с позитивной духовно-нравственной ориентацией					
Традиции семьи	22,3	1	18,2	2	20,3
Принятые в обществе нормы нравственности и морали	18,2	2	19,3	1	18,8
Религиозность	12,9	3	15,3	3	14,2
Другие варианты	4,5	4	3,3	4	3,9
Респонденты с негативной духовно-нравственной ориентацией					
Двойные стандарты поведения	9,5	2	7,7	2	8,6
Традиции семьи	5,7	4	5,8	3	5,8
Пример друзей	6,1	3	5,1	4	5,6
Влияние СМИ	19,3	1	23,0	1	21,3
Другие варианты	1,5	5	2,2	5	1,9

Полагая, что «общественное мнение» в качестве фактора, влияющего на формирование ценностных ориентаций, можно рассматривать как элемент воздействия средств массовой информации, следует констатировать, что СМИ являются основным социальным институтом, формирующим ценностные установки путем трансляции тех или иных моделей поведения, воззрений, мнений экспертов и т.д.

Следовательно, средства массовой информации являются одним из основных социальных институтов, ответственных за формирование ценностных ориентиров, моделей поведения и стереотипов мышления, что говорит о необходимости признания значимости данного института социализации, и его способности трансформировать ценностные основы внутреннего мира человека.

Оценивая влияние средств массовой информации на духовно-нравственное развитие личности, больше половины опрошенных жителей юга Тюменской области СМИ указывают на его преимущественно негативное воздействие (см. рисунок 3.).

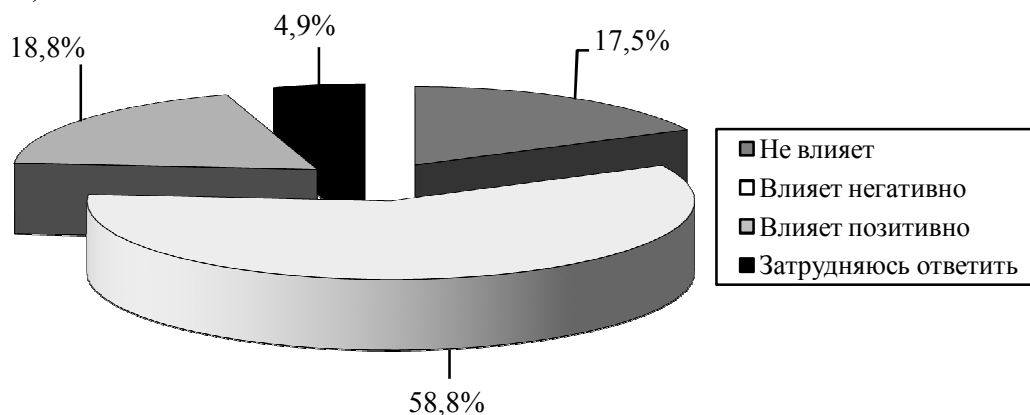


Рисунок 3 - Степень влияния средств массовой информации на духовно-нравственное развитие личности

Признавая основополагающую роль средств массовой информации в процессе транслирования определенных духовно-нравственных ценностей, нельзя не обратить внимание на высокую степень проникновения средств массовой информации в повседневную жизнь. В частности, большинство опрошенных разного возраста имеет привычку практически ежедневно обращаться к средствам массовой информации (67,2 % – «ежедневно», 19,4 % – «несколько раз в неделю»).

Таблица 3 - Влияние различных каналов коммуникации к навязыванию ложных представлений о морали и нравственности

Источники информации	Присутствие и характер негативных социальных практик			
	Пропаганда (примеры) негативных социальных практик	Осуждение негативных социальных практик	Дискуссии по поводу негативных социальных практик	Затрудняюсь ответить
Телевидение	89,2	25,4	10,1	5,8
Интернет	93,5	16,6	21,5	2,6
Печатные СМИ	59,5	26,9	45,0	16,2
Радио	15,9	51,7	47,4	4,5

Результаты исследования показывают, что наиболее негативно влияющими на массовое сознание молодых людей каналами коммуникации являются телевидение и Интернет, которые в отличие от радио и прессы в большей степени выступают проводниками негативных социальных практик, с примерами которых абсолютное большинство респондентов сталкивались непосредственно (таблица 3).

Таким образом, имеющиеся социализирующие возможности современных масс-медиа, высокий уровень доверия к ним со стороны молодежи обуславливают необходимость формирования аксиологического фильтра в социуме, упорядочивания всего спектра влияний на индивида и создание условий для социализации и развития духовно-нравственной личности.

В параграфе «**Формирование общественного идеала средств массовой информации и его роль в духовно-нравственном развитии личности**» обосновывается необходимость и целесообразность формирования общественного идеала средств массовой информации для системного возрождения духовно-нравственных основ личности и социума в целом; показаны основные механизмы обновления информационно-коммуникативной среды для снижения деструктивного влияния СМИ на духовно-нравственное развитие личности.

Осознание ведущей роли средств массовой информации в становлении и развитии личности, в формировании комплекса ценностных ориентаций, которые в дальнейшем определяют социальное поведение индивида и экстраполируются на микро- и макросоциальные группы, диктует необходимость формирования так называемого «идеального» образа современной системы СМИ с позиции наполнения информационного потока.

Общественный идеал средств массовой информации реализует две важнейшие социокультурные функции: мотивационную, показывая желательное (возможное) направление развития СМИ как социального института, и коммуникационную, способствуя конструктивной коммуникации в системе «личность – СМИ» во всех сферах жизнедеятельности и на всех уровнях общества.

Таким образом, формирование общественного идеала средств массовой информации создает условия для развития духовно-нравственного потенциала личности, обеспечивая тем самым воспроизводство национальной идентичности членов российского общества.

Обозначим предпосылки его формирования:

1. Низкая планка нравственного и духовного развития общественной системы современности и высокая степень негативного влияния средств массовой информации на ценностные установки индивидов.

Российский опыт управления духовно-нравственной сферой позволяет заключить, что наблюдаемый в последние десятилетия провал в духовно-нравственном воспитании определенных макросоциальных групп, в первую очередь, молодежи, обусловлен следующими факторами: недостаточной эффективностью институтов социализации; отсутствием обозначенных приоритетов духовного и нравственного развития личности и общества; разобщенностью принимаемых мер и отсутствием единства целей, задач; недостаточностью конструктивного диалога представителей власти, общества, духовенства, СМИ.

Для подтверждения выводов, сформулированных на этапе изучения общественного мнения жителей юга Тюменской области о наиболее значимых элементах духовно-нравственного развития личности и воздействия на их формирование средств массовой информации, был проведен экспертный опрос представителей СМИ и органов государственной власти и местного самоуправления.

Всего было опрошено 213 человек, из которых 120 представляли органы средств массовой информации и 93 – органы власти.

Негативно оценили влияние масс-медиа на духовно-нравственное развитие личности 39,4 % всех респондентов. Однако, практически половина представителей федеральных масс-медиа (48,4 %) утверждали, что средства массовой информации вообще не оказывают какого-либо воздействия на духовно-нравственные установки личности, а еще 32,3 % оценивали их влияние положительно.

2. Значительное деструктивное влияние средств массовой информации на духовное развитие личности, транслирующих негативный информационный поток.

Представители органов власти, которым было предложено оценить информационный поток в досугово-развлекательном и информационном сегменте средств массовой информации с точки зрения его воздействия на духовно-нравственные установки личности были единодушны, назвав его в большинстве своем деструктивным. Тогда как представители СМИ, напротив, высказывались о конструктивном влиянии транслируемых примеров негативных социальных практик, обосновывая это следующим образом: современный человек живет в динамично меняющемся мире, поэтому должен быть подготовлен к возможным нега-

тивными явлениям на основе восприятия и субъективной оценки транслируемых СМИ негативных практик.

Таким образом, именно средства массовой информации как социальный институт являются тем актором социально-информационных отношений, который принимает решение о выборе контента, зачастую не задумываясь о возможных последствиях с точки зрения оказываемого на духовность и нравственность влияния.

В связи с этим целесообразно говорить о рефрейминге целей СМИ, под которым понимается переосмысление и перестройка механизмов достижения существующей системы целей для актуализации и исключения противоречий, вызванных попыткой согласовать коммерческий интерес средств массовой информации и необходимость обеспечения духовно-нравственного возрождения личности и современного российского общества. В таком случае рефрейминг целей и контента будет направлен в первую очередь на изменение восприятия аудиторией информационного потока через смещение ценностных и смысловых акцентов, что приведет, по меньшей мере, к снижению духовной и нравственной деградации общества.

3. Признание средств массовой информации в качестве «четвертой власти».

Это позволит использовать эффективные инструменты воздействия на деятельность СМИ в правовом поле, не нарушая принцип их независимости, не применяя цензуру. Основания для такого воздействия вполне очевидны и заключаются в объективной потребности в ограничении широких манипулятивных возможностей масс-медиа.

Таким образом, этапы и направления формирования общественного идеала средств массовой информации можно схематически представить следующим образом (см. рисунок 4).

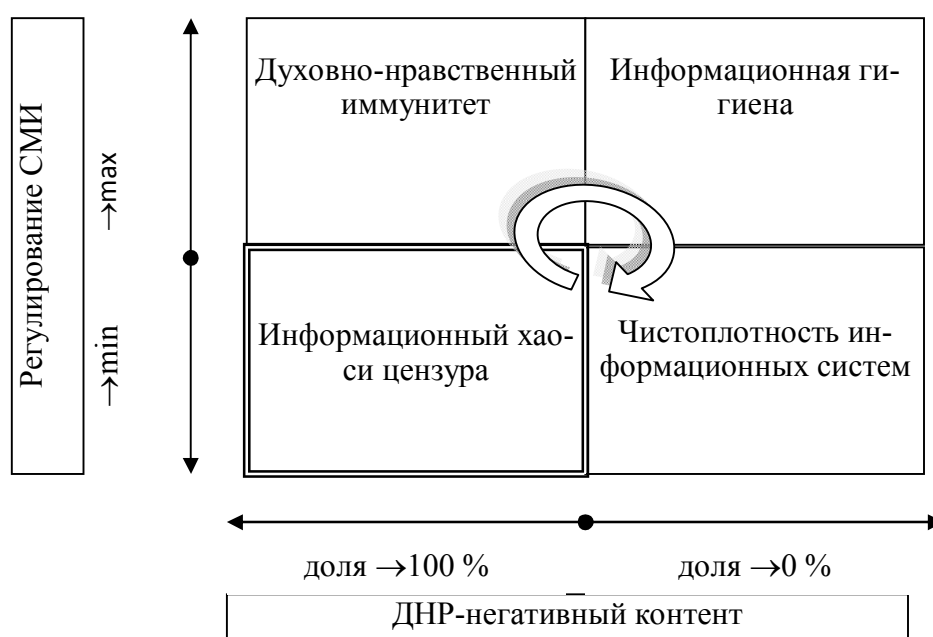


Рисунок 4 - Этапы формирования общественного идеала современных средств массовой информации

Современный этап развития информационного пространства можно обозначить как «Информационный хаос и цензура», отражающий высокую, стремящуюся к максимуму, долю «ДНР-негативного» контента в средствах массовой информации и минимальное вмешательство публичных институтов в их деятельность с целью противостояния наблюдающимся процессам деградации духовно-нравственных ценностей общества. В сложившейся ситуации, учитывая сложности преодоления некоторых манипулятивных практик масс-медиа, наиболее перспективным представляется просветительское воздействие на общественное сознание по каналам массовой коммуникации с целью формирования в обществе, особенно у молодежи, духовно-нравственного иммунитета. Под духовно-нравственным иммунитетом понимается такое состояние общественного сознания, которое характеризуется активацией позитивных духовно-нравственных установок, исключающих возможность их девальвации под воздействием информационных потоков, транслирующих ДНР-негативные сигналы и пропагандирующих негативные социальные практики.

Учитывая рекурсивный характер механизма воздействия средств массовой информации на общественное сознание, можно прогнозировать, что духовно-нравственный иммунитет эволюционирует в информационную гигиену как способ недопущения и преодоления возможного неблагоприятного воздействия со стороны факторов информационной среды, что обусловит дальнейшее снижение спроса на преобладающие сегодня деструктивные информационные потоки, характеризующиеся высокой долей асоциальных духовно-нравственных установок, и станет первым шагом на пути формирования чистоплотных информационных систем.

Под чистоплотностью информационных систем в диссертационном исследовании понимается совокупность принципов функционирования средств массовой коммуникации в информационном пространстве социума, среди которых главенствующее положение занимают принципы минимизации возможного ущерба для духовно-нравственного развития личности, обеспечения воспроизводства и преемственности культурных и духовных ценностей, накопления и передачи знаний для формирования «человека духовного», главенства гуманизма, веры и единства российского народа.

Таким образом, конечной целью формирования общественного идеала средств массовой информации можно выдвинуть становление чистоплотных информационных систем. В таком случае сам идеал может быть описан следующим образом: сохранение многообразия средств массовой информации и коммуникации, уважение независимости СМИ и свободы слова, неукоснительное соблюдение ими усовершенствованных законодательных норм и внутренних правил деловой этики, профессионализация журналистики с позиции гуманистических ценностей, свобода выбора индивидами транслируемых информационных потоков в установленных законом пределах, исключение возможности информационного манипулирования массовым сознанием посредством создания механизмов выявле-

ния и противодействия, а также просвещения, направленного на формирование духовно-нравственного иммунитета и информационной гигиены.

Общественный идеал средств массовой информации рассматривается как основополагающий элемент системного возрождения духовности и нравственности личности. При таком подходе именно средства массовой информации во взаимодействии с другими институтами социализации могут стать проводником духовных культурных ценностей, взяв на себя роль нравственных скреп личности, а значит и российского общества.

Результаты опроса экспертов показали, что наиболее оправданными в современных условиях механизмами воздействия на духовно-нравственное развитие личности будут следующие: формирование духовно-нравственного иммунитета в обществе, учитывая нежелание средств массовой информации допускать вмешательство в эфирную и редакционную политику; создание альтернативного информационного пространства силами государства на принципах конкуренции.

Названные механизмы могут быть интегрированы в комплексный процесс мер и взаимодействий с учетом высказанных ранее предпосылок формирования общественного идеала средств массовой информации и духовно-нравственного развития личности. Схематическое отображение предлагаемого процесса представлено на рисунке 5.

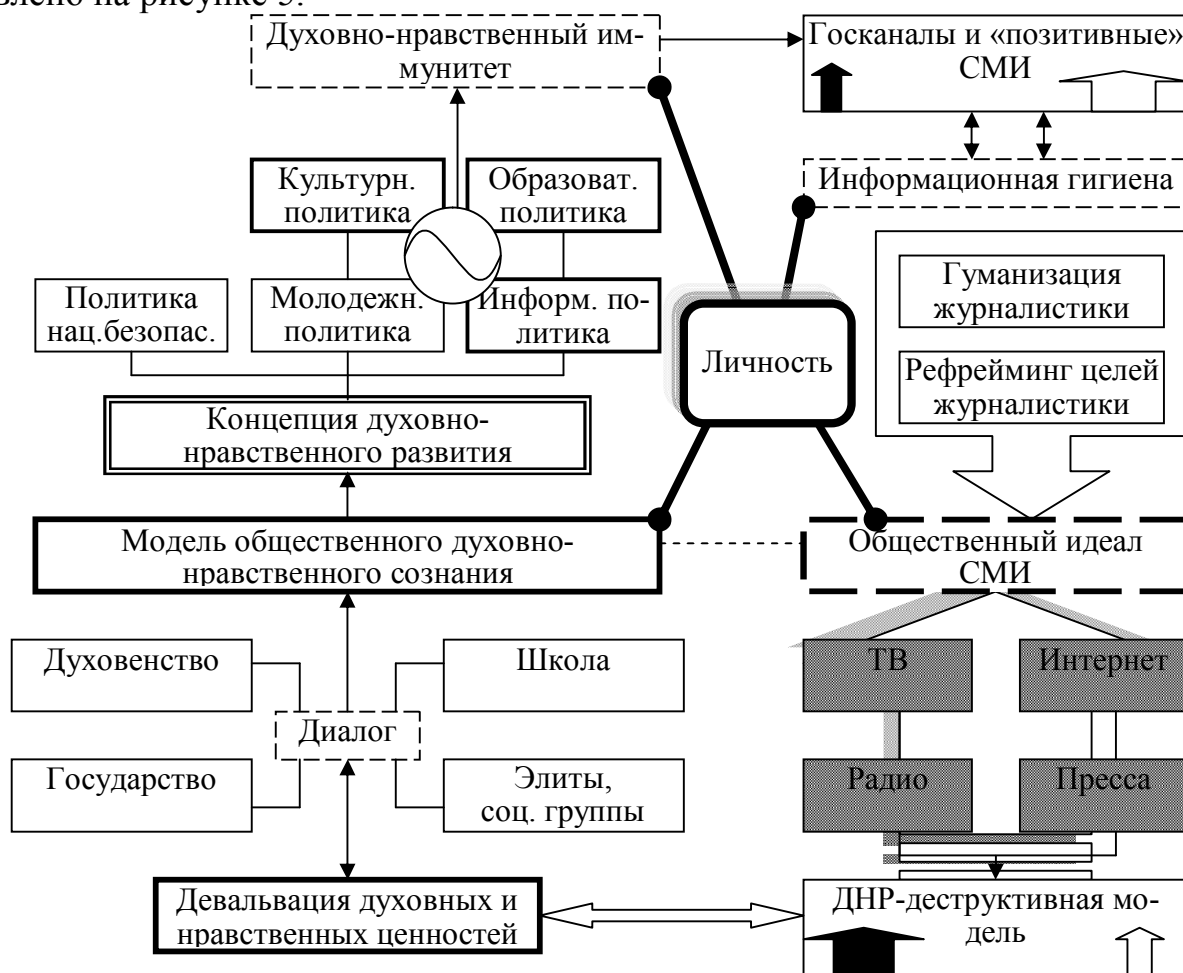


Рисунок 5 - Процесс системного восстановления духовности и нравственности личности

Таким образом, механизмы духовно-нравственного восстановления и развития личности могут реализоваться в условиях переосмысления и перестройки деятельности средств массовой информации, в том числе: рефрейминга целей СМИ; формирования духовно-нравственного иммунитета личности; информационной гигиены и информационной чистоплотности средств массовой информации.

Для достижения национальной идентичности как условия прекращения духовно-нравственной деградации личности и общества в целом необходима также разработка государственной концепции духовно-нравственного развития, которая сможет успешнее реализоваться посредством роста активности традиционных институтов социализации в информационной среде, в использовании ими ресурсов и возможностей каналов массовой коммуникации для оказания культурно-просветительского воздействия на личность.

Процесс системного восстановления духовности и нравственности личности реализуется через определенные механизмы субъектно-субъектных взаимодействий СМИ, государственных, общественных структур, социальных групп и отдельных личностей. Социальные эксперименты с воплощением таких специфических механизмов лучше всего проводить на виртуальном пространстве с использованием технологии распознавания образов, поскольку существует некоторая опасность получения непредсказуемых негативных последствий социальных изменений в обществе и государстве при проведении экспериментов в реальном социуме²⁴.

Проведенный анализ результатов социологического исследования позволил выделить комплекс основных показателей, характеризующих взаимосвязь СМИ и духовно-нравственных личностных установок как основу информационной базы на информационно-социологических полигонах, а также задать цель интерпретационного моделирования – перевести личности с негативными духовно-нравственными установками в социальные группы с позитивными духовно-нравственными установками.

Различные сочетания признаков по-разному влияют на прямое свойство, то есть направленность и уровень личностной духовно-нравственной установки можно регулировать, изменяя косвенные свойства. Например, на основе выделенных ценностей личности – благосостояния и образования можно изменить в пространстве разные образы прямого свойства (личностную духовно-нравственную установку). Таким образом, изменяя косвенные свойства, можно менять направленность духовно-нравственной установки личности с негативной на позитивную.

Таким образом, технология распознавания образов на виртуальном пространстве позволяет определить возможные точки воздействия и взаимодействия СМИ и духовно-нравственных личностных установок, которые в конечном итоге станут основой системного восстановления духовности и нравственности личности, сначала на информационном пространстве, а затем в реальной общественной жизни.

²⁴Barbakov O.M., Belonozhko L.N. Modeling of Mass Media Influence on Formation of Personality in Virtual Space // Man In India, Volume: No.97 (2017) Issue No.: 3 (2017) - С. 211-222.

В заключении диссертационной работы подводятся итоги исследования, формулируются выводы, даются рекомендации.

Основное содержание работы изложено в следующих публикациях автора:

Публикации, индексируемые в базе Scopus и публикации, представленные в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Belonozhko, L.N. Development of Creative Activity of Students in the System of the Organizational Culture of The Modern. / Belonozhko L.N., Khairullina N., Bakhtizin R., Gaisina L., Kosintseva T. // International Journal of Environmental & Science Education. – 2016. – VOL. 11. – NO. 4. – С.349-358.
2. Belonozhko, L.N. The Virtual Space Simulation of the Regional Governance System. / Belonozhko L.N., Barbakov O.M., Siteva S.S., Koltunov A.L., Belonozhko M.L. // International Journal of Economics and Financial Issues. – 2016. – № 6 (55). – С. 72-79.
3. Belonozhko, L.N. Modeling of Mass Media Influence on Formation of Personality in Virtual Space. / Belonozhko L.N., Barbakov O.M. // Man in India. – 2017. – Volume: No.97. – Issue No.: 3. – С. 211-222.
4. Белоношко, Л.Н. Дистанционное образование как составляющая процесса формирования единого образовательного пространства. / Белоношко Л.Н., Горева О.М. // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2015. – № 4. – С. 95-98.
5. Белоношко, Л.Н. Формирование читательских потребностей современной молодежи как залог духовного климата общества. / Белоношко Л.Н., Демерле Е.Б. // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2016. – №3. – С. 75-78.
6. Белоношко, Л.Н. Влияние духовно-нравственных ценностей молодежи на формирование гражданской культуры российского общества. / Белоношко Л.Н., Ткачева Н.А. // Вестник РУДН. Серия: Социология. – 2017. – № 3. – С. 225-234.
7. Белоношко, Л.Н. Роль средств массовой информации в процессе формирования нравственных и духовных основ личности // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 1. – С. 242-250.

Другие издания:

8. Белоношко, Л.Н. Проблемы развития корпоративной культуры в современной России / Белоношко Л.Н., Легостаева И.В. // Вузовская наука: Теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Выпуск 8. – Тюмень: «Вектор Бук», 2010. –С.34-36.
9. Белоношко, Л.Н. Основные проблемы и тенденции развития маркетинга образования // Экономическая политика региона: стратегия и тактика развития: мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2010. – С. 219-222.
10. Белоношко, Л.Н. Проблемы высшего образования: маркетинговый подход // Социальные вызовы модернизации в регионах России: мат-лы 2-го Тюменского социологического форума: в 2 ч. Ч. 1 –Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2011. – С.57-62.

11. Белоножко, Л.Н. Российское и американское образование: основные отличия // Вузовская наука: Теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Выпуск 9. – Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ, 2011. – С.52-57.
12. Белоножко, Л.Н. Роль преподавателя в условиях глобализации высшего образования. / Белоножко Л.Н. Белоножко М.Л. // Педагогический вестник Казахстана. – 2011. - № 3. – С. 9-15.
13. Белоножко, Л.Н. Конкурентоспособность выпускника вуза на рынке труда // Вузовская наука: Теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Выпуск 10. – Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ, 2012. – С.63-65.
14. Белоножко, Л.Н. Проблемы адаптации выпускника вуза на рынке труда. / Белоножко Л.Н., Белоножко М.Л. // Молодежь в инновационном обществе: Мат-лы Всероссийских молодежных социологических чтений с международным участием. – Екатеринбург: УрФУ, 2012. – С.33-37.
15. Белоножко, Л.Н. Experiential Marketing: New Approaches to the Creation of Consumer Loyalty/ Белоножко Л.Н., Белоножко М.Л., Ситева С.С. // The second International Conference on Eurasian Scientific Cooperation «Scientific Research in the 21st Century: Social and Humanities Sciences» – Moscow: Russia, 2015, 5 April. - С. 191-197.
16. Белоножко, Л.Н. PR-деятельность в социальных медиа: этический аспект // Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика: мат-лы международной научно-практической конференции. – Уфа: 2016. –С. 52-26.
17. Белоножко, Л.Н. Влияние средств массовой информации на социализацию личности // Вузовская наука: Теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Выпуск 14. – Тюмень: Изд-во ТИУ, 2017. – С. 324-328.
18. Белоножко, Л.Н. Динамика ценностей российской молодежи: реальность и тенденции // World Science: Problems and Innovations: мат-лы VII Международной научно-практической конференции. - Пенза: 2017. – С. 325-330.
19. Белоножко, Л.Н. Духовность личности в цивилизационном аспекте // Проблемы формирования единого пространства экономического и социального развития стран СНГ (СНГ-2017): мат-лы Международной научно-практ. конференции. - Тюмень: 2017. – С. 105-107.

Белоножко Лидия Николаевна

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ
ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ**

Специальность: 22.00.06 – социология культуры

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Подписано в печать. Формат 60x90 1/16. Усл. печ. л. 2,0.
Тираж 100 экз. Заказ № __.

Библиотечно-издательский комплекс федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Тюменский индустриальный университет».
625000, г. Тюмень, ул. Володарского, 38.

Типография библиотечно-издательского комплекса.
625039, г. Тюмень, ул. Киевская, 52.