

Информационное общество: взаимодействие системы массовой коммуникации и студенческой аудитории

Л. В. Мрочко¹, О. Г. Мрочко², Т. Г. Яковчук³

¹ *Московский гуманитарный университет, Москва, Россия*

² *Московская государственная академия водного транспорта — филиал Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова, Санкт-Петербург, Россия*

³ *Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия*

dr.discussion@yandex.ru

Рассказывается о становлении информационного общества в условиях глобализации. Сравниваются концептуальные аспекты американской и российской моделей построения информационного общества. Раскрывается основополагающая роль информационно-коммуникационных технологий в развитии информационной среды социума. Анализируется отношение молодежи к чтению с электронных и бумажных носителей. Приводятся данные социологических исследований взаимодействия студенческой аудитории с каналами массовой информации.

Ключевые слова: модель информационного общества; коммуникационное общество; средства массовой информации; массовая коммуникация; студенческая молодежь; информационное взаимодействие студентов.

Information Society: Mass Media and Student Audience Interaction

L. V. Mrochko¹, O. G. Mrochko², T. G. Yakovchuk³

¹ *Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia*

² *Moscow State Academy of Water Transport, a branch of Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, Saint-Petersburg, Russia*

³ *Moscow University of Industry and Finance (Synergy University), Moscow, Russia*

dr.discussion@yandex.ru

The authors did relate a history of information society establishment under conditions of globalization. They did compare conceptual aspects of American and Russian models of information society establishment. The authors have disclosed the pivotal role of information and communication technologies in accelerating the infosphere of social medium. They have analyzed the attitude of young people to reading from electronic and paper carriers, giving data of sociological research of student audience interaction with mass media channels.

Keywords: information society model; communication society; mass media; mass communication; young students; students' information interaction.

Современный этап развития цивилизации характеризуется отечественными и зарубежными учеными как «информационная эра», или «информационная эпоха» [1]. Во многих странах мира уже создано информационное общество. Другие находятся на разных стадиях его формирования [2; 3; 4; 5].

В ранних научных исследованиях, посвященных выявлению сущности содержания и механизмов построения информационного общества (американская концепция), господствовало стойкое убеждение, связанное, главным образом, с информатизацией в условиях глобализации. Утверждалось, что основные проявления глобализации во всех без исключения сферах жизнедеятельности общества (в том числе и в информационно-коммуникационной) однозначно являются объективными закономерностями его развития и не имеют альтернатив. Однако эти закономерности имеют множество тенденций, которые проявляются по-разному в той или иной стране, в зависимости от национальной специфики.

Исследование глобальных цивилизационных процессов привело к выводу, что восхождение каждой страны к информационному обществу невозможно без учета экономических, политических, социальных, демографических, географических, культурных и многих других особенностей ее развития. Шаг за шагом ученые убеждались в том, что нет и не может быть никакого единого, навязанного «сверху», генерального плана для такой глобальной «стройки». Поэтому далеко не случайно в конце XX столетия появились альтернативные американской концепции модели информационного общества.

Аналізу проблем построения информационного общества в разных странах мира посвятили свои работы отечественные и зарубежные ученые: Е. Л. Вартанова, О. Н. Вершинская, М. И. Макеенко, И. Ю. Нечаева, Г. Н. Пашкова, М. В. Сеферова, Э. В. Талалина, Н. В. Ткачева, Н. В. Урина, Цзя Лежун, П. Химанен, М. Кастельс и др. Кастельс считает: «Коллапс советской системы создал на территории России обширный культурный и информационно-экономический пустырь, которому будет сложно превратиться в одну из строительных площадок информационного общества» [6, с. 455]. Не будем вступать в полемику. Основные положения российской модели информационного общества изложены в журнале «Информационное общество» еще в конце 1990-х гг. Сегодня приняты и успешно реализуются «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» и «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017—2030 годы» [7; 8]. В мониторинговом исследовании читательской грамотности *PIRLS-2016 (Progress in International Reading Literacy Study)*, организованном Международной ассоциацией по оценке учебных достижений (*International Association for the Evaluation of Educational Achievement, IEA*), ученики младших классов г. Москвы превзошли ровесников из 49 стран и заняли первое место. В 2017 г. шесть золотых медалей завоевала команда школьников из Москвы, Подмосковья, Саранска и Вологды на Международной естественно-научной олимпиаде юниоров в Амстердаме, опередив соперников из 48 стран в первенстве по физике, химии и биологии.

Более полутора миллионов детей в США, Бразилии, ЮАР, Китае, Индии учат математику по интерактивному курсу, созданному в России на базе образовательной онлайн-платформы «Учи.ру». Многие высокотехнологичные разработки отечественных молодых ученых и инженеров пользуются большим спросом за рубежом. Российские средства массовой информации (СМИ) призваны активно содействовать распространению инновационных методик и технологий в сфере образования и воспитания молодого поколения.

Остановимся более подробно на американской модели информационного общества. Доминирующее значение в ней имеет коммуникативно-развлекательная функция, реализуемая с помощью печати, телевидения, радио, Интернета. В результате массовая коммуникация как канал взаимосвязи, взаимодействия людей посредством передачи информации фактически становится инструментом манипулирования их культурными потребностями и интересами, форма общения приобретает характер развлечения, лишённого духовной основы.

При установке общества на потребление такой информации соответственно растёт число рекламно-развлекательных, нередко с элементами порнографии, средств коммуникации: изданий, теле- и радиопрограмм, сайтов, игровых порталов, — приносящих баснословные прибыли. Культурно-духовной, морально-нравственной, художественно-эстетической, образовательно-просветительской, творческо-инновационной и другим функциям модели отводится подчиненная роль. Проекты, направленные на сохранение историко-культурного наследия, в основном финансируются государством. Такие мероприятия посещаются значительно реже, чем развлекательные сайты.

Эта тенденция была характерна и для России периода Перестройки, — периода духовного кризиса общества, во многом обусловленного широкой экспансией западной массовой культуры, свободно пропагандирующей культ потребительства в условиях отсутствия сопротивления со стороны государства. Через рекламу, телевидение, радио, прессу, а в большей степени через Интернет формировались установки, которые разрушали традиционные ценности русской культуры, составляющие суть истории. В 1990-х гг. эта главная социокультурная проблема явилась причиной существенного пробела в деле реализации государственной информационной политики в области науки, культуры, образования и просвещения, преградой к широкому использованию технических возможностей средств массовой коммуникации как духовных и материальных носителей культуры. Сегодня ситуация изменилась к лучшему.

Теперь обсудим российскую модель. Она соответствует разрабатываемой в последние годы Флорентийской школой коммуникации (*SFC*) концепции создания коммуникационного общества, которая противостоит прочно утвердившейся американской модели информационного общества. Характер развития коммуникационного общества не линейный, как в информационном обществе, а комплексный, т. е. развитие обусловлено не только распространением новых технологий, но и включением в предшествовавшие культуры, в локальные национальные социальные системы с их традициями — новых явлений.

Анализ современных информационных процессов в мире показывает успешное развитие альтернативных моделей, поддерживающих национальную и культурную идентичность личности и общества в целом. Вместе с тем возникает

ряд актуальных вопросов, связанных со спецификой моделей информационного общества: выявление их отличия от американской модели; определение места, роли, характера культурного наследия и духовного достояния общества, исследование источников социокультурных различий в ценностных ориентациях, их влияния на своеобразие концепций.

Переходя к главному инструменту развития информационного общества — системе массовой коммуникации (СМК), подчеркнем, что для поступательного движения вперед человечеству совершенно необходимо информационное поле, без каких-либо ограничений во времени и в пространстве. Скорость и объем производства и распространения информации увеличиваются в геометрической прогрессии. В период так называемого глобального информационного взрыва нарастают процессы создания информационных ресурсов и накопления информационного потенциала, что свидетельствует о зарождении в социуме новой — информационной — среды [9, с. 9—37]. Вектор дальнейшего движения направлен на разработку и создание высокотехнологичного оборудования и инструментов, внедрение которых становится приоритетным в образовании, науке, культуре, искусстве и многих других отраслях производственной сферы жизнедеятельности общества. Мультимедийные, аудиовизуальные и информационно-коммуникационные технологии позволили выйти на качественно новый уровень развития массовой коммуникации. Насколько изменились функции массовой коммуникации в условиях глобализации? Какова сегодня роль средств массовой коммуникации, как к ним относится студенческая молодежь — будущие строители нового социума? Эти и многие другие вопросы, возникающие

в системе информационного взаимодействия «СМК — молодежная аудитория», требуют самого пристального внимания.

В конце 2017 г. проведено социологическое исследование на тему: «Массовые коммуникации и медиакультура студенческой молодежи в информационном обществе в условиях глобализации». В анкетировании приняли участие студенты Московского гуманитарного университета (МосГУ), Московской государственной академии водного транспорта (филиал Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова, Санкт-Петербург), Московского финансово-промышленного университета (Университет «Синергия»), Института коммуникации, журналистики и медиаобразования Московского педагогического государственного университета (МПГУ).

Выбор именно студенческой молодежи не случаен. С одной стороны, студенты — самые активные пользователи СМИ и потребители разнообразной массовой информации. С другой стороны — студенты составляют часть массовой аудитории, которая по ряду причин наименее защищена от информационного воздействия. В последние годы в связи с обострением информационной войны проблема информационной безопасности, в том числе кибербезопасности, приобрела особую злободневность. Принят закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [10].

Ответы на вопросы анкеты позволили выявить установки, фокусирующие внимание молодежной аудитории на СМИ, а также отношение студентов к медиапродуктам — медиатекстам, формам представления аудио-, видеоинформации. Однако, несмотря на активную исследовательскую работу, связанную с цифровыми и сетевыми технологиями

и коммуникациями, остаются неизученными сферы медиакультуры, медиаобразования и медиабезопасности молодежи.

Подведем итоги анкетирования. Ответы на вопрос «как часто вы обращаетесь к различным средствам массовой информации?» распределились следующим образом: ежедневно — 77,2 % студентов; часто — 18,1 %; редко — 4,7 %. Ответы на вопрос «какие СМИ Вы чаще всего используете для получения необходимой информации?» не вызвали удивления. Безусловным «лидером» является Интернет: поиску информации в сети отдают предпочтение 95,4 % участников опроса. К телевидению как источнику информации обращаются 20,2 %, к радио — 2,1 %, к печатным изданиям — 9,8 %.

Отметим, что книги периодически читает почти каждый пятый студент — 18,1 %. Изучение научной и научно-популярной литературы в вузе является обязательным. Полагаем, что печатные книги эффективнее электронных. Исследователи проверили это на практике. Группу студентов попросили прочесть небольшой рассказ. Быстрее всего был прочитан печатный текст (17 мин 20 сек), читавшие с электронного носителя *iPad* отстали на 6,2 %, а больше всего времени потребовалось владельцам электронных книг.

Помимо скорости усвоения информации исследовались психофизические основы чтения. В ходе эксперимента фиксировались физиологические реакции организма при чтении с разных информационных носителей. Известно, что эмоции человека проявляются в реакциях вегетативной нервной системы. Выяснилось, что активность симпатической нервной системы, увеличивающей частоту и силу сокращений сердца, повышается при чтении с бумажного

носителя на 31,7 %, а при чтении с цифрового носителя — на 17,2 %. Следовательно, печатный текст заставляет нас сопереживать происходящему в два раза сильнее, чем электронный.

Есть основание считать, что книги перестают быть книгами, так как цифровые технологии превращают читателя в пользователя. В электронные книги внедряются интерактивные элементы и интегрированный чат. Технология «глянцевых» книг, используемая в приложении для чтения электронных книг *iBooks*, превращает экраны гаджетов в сверкающие страницы художественных каталогов.

Статистические данные показывают, что часть студенческой аудитории (20—40 %) по-прежнему предпочитает читать с бумаги. И это, по мнению психологов, не привычка, а следствие восприятия, характерного для молодого возраста, а именно — чувственного познания. Чтение печатной книги как явление чрезвычайно важно не только для самообразования, но и для самовоспитания, так как в нем задействованы, наряду с сознанием (разумом), чувства, эмоции, настроение.

Нами был разработан блок вопросов с целью исследовать взаимодействие студенческой аудитории с каналами массовой информации. Рассмотрим ответы на вопрос об использовании средств массовой коммуникации. Исключительно электронным носителям отдало предпочтение большинство студентов, 51,3 %. Разные варианты (цифровой и печатный) выбрали 42 % участников опроса, остальные признали бумажные носители единственными возможными для чтения. На вопрос о том, сколько часов в день студенты уделяют сети Интернет, получены следующие ответы: более 10 часов — 16,5 %; 6—8 часов — 22,8 %; 4—6 часов — 31,1 %; 2—4 часа — 24,9 %;

менее 2 часов — 4,7 %. На вопрос о времени, проводимом за просмотром телепередач, 52,3 % студентов ответили, что вообще игнорируют телевизор. Около 38,9 % смотрят телевизор 1—2 часа в день, и лишь 8,8 % более активны в просмотре. Из общего числа участников опроса 57 % предпочитают смотреть премьерные фильмы в кинотеатрах, в сети Интернет это делают 42,3 %. Игнорируют радио 69 % студентов, 24,9 % слушают радиопередачи 1—2 часа в день, а более активны в прослушивании — только 5,1 %.

Подведем итог. Согласно нашему опросу, в последние годы среди студенческой молодежи наблюдается тенденция к игнорированию телевидения и радио. Предпочтение отдается электронным носителям информации. Большинство использует различные виды интернет-контента.

Обратим внимание на отношение студентов к роли СМИ в обществе. Считают, что СМИ играют большую роль в жизни общества, 44,1 %; настроены критически, негативно — 25,8 %; относятся безразлично к СМИ — 30,1 %. Причинами недоверия к СМИ являются следующие суждения: 1) СМИ искажают реальность; 2) СМИ навязывают населению требуемое мировоззрение. Безразличие студентов к СМИ объясняется невозможностью оценить, насколько правдива массовая информация.

Обобщая вышесказанное, остановимся на необходимости глубокого исследования моделей развития информационного общества, предполагающего всесторонний анализ информационного воздействия системы массовой коммуникации на сознание людей. Сегодня информационная глобализация внедряется в сферу психологии, впервые мы видим беспрецедентные возможности для манипуляции

поведением человека [11]. Положение человечества между войной и миром обусловлено информационным противостоянием общественных групп и государств. Как никогда, судьба планеты зависит от «человеческого измерения», от того, насколько представители социума готовы преодолевать ксенофобию и терроризм. А система массовой коммуникации является инструментом в этом преодолении.

Литература

1. Информационная эпоха. Вызовы человеку / Ред. И. Алексеева, А. Сидоров. М.: Российская политическая энциклопедия, 2010. 336 с.
2. *Осипов Г. В., Лисичкин В. А., Вирин М. М.* Становление информационного общества в России и за рубежом. М.: Инфра-М: Норма, 2016. 304 с.
3. *Харчевников А. Т.* Теория информационного общества. О революционном переходе от капитализма и социализма к новой формации. СПб.: Ленанд, 2014. 672 с.
4. *Шапцев В. А., Бидуля Ю. В.* Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества. М.: Юрайт, 2016. 178 с.
5. *Швецов А. Н.* Информационное общество. Теория и практика становления в мире и в России. М.: Красанд, 2012. 280 с.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ., под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 458 с.
7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации: утверждена Указом Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 // Президент России: [Электронный ресурс] / Администрация Президента России. 2018. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460/page/1> (дата обращения: 13.03.2018).
8. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017—2030 годы: указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 // Президент России: [Электронный ресурс] / Администрация Президента России. 2018. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 13.03.2018).
9. *Мрочко О. Г., Пирогова Л. И.* Информационная сфера современного социума. М.: МГОУК, 2011. 158 с.
10. О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию: федер. закон: принят Гос. Думой 21 декабря 2010 г.

№ 436-ФЗ (в ред. федер. закона от 01.05.2017 № 87-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2017. № 18. Ст. 2664.

11. **Колесниченко О.** XXI век: человеческое измерение и вызовы информационной глобализации. Saarbrücken: LAMBERT Academic Publishing, 2015. 112 с. (LAP).

Поступила 18.12.2017

Мрочко Леонид Владимирович — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций Московского гуманитарного университета (Россия, 111395, Москва, ул. Юности, д. 5), *dr.discussion@yandex.ru*

Мрочко Ольга Геннадьевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры физического воспитания Московской государственной академии водного транспорта — филиала Государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова (Россия, 198035, Санкт-Петербург, ул. Двинская, д. 5/7), *olga_mrochko@mail.ru*

Яковчук Татьяна Геннадьевна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры корпоративной культуры Московского финансово-промышленного университета «Синергия» (Россия, 125190, Москва, Ленинградский пр., 80, кор. Е), *yakovchuk-tg@yandex.ru*

References

1. Informatsionnaya epokha. Vyzovy cheloveku (Information Age. Challenges to Man), Red. I. Alekseeva, A. Sidorov, M., Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya, 2010, 336 p.

2. Osipov G. V., Lisichkin V. A., Virin M. M. Stanovlenie informatsionnogo obshchestva v Rossii i za rubezhom (Information Society Establishment in Russia and Abroad), M., Infra-M, Norma, 2016, 304 p.

3. Kharchevnikov A. T. Teoriya informatsionnogo obshchestva. O revolyutsionnom perekhode ot kapitalizma i sotsializma k novoi formatsii (Information Society Theory. On Revolutionary Transition from Capitalism and Socialism to New Formation), SPb., Lenand, 2014, 672 p.

4. Shaptsev V. A., Bidulya Yu. V. Teoriya informatsii. Teoreticheskie osnovy sozdaniya informatsionnogo obshchestva (Information Theory. Theoretical Basics of Information Society Creation), M., Yurait, 2016, 178 p.

5. Shvetsov A. N. Informatsionnoe obshchestvo. Teoriya i praktika stanovleniya v mire i v Rossii (Information Society. Theory and Practice of Establishment Globally and in Russia), M., Krasand, 2012, 280 p.

6. Kastel's M. Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura (The Information Age: Economy, Society and Culture), Per. s angl., pod nauch. red. O. I. Shkaratana, M., GU VShE, 2000, 458 p.

7. "Doktrina informatsionnoi bezopasnosti Rossiiskoi Federatsii, utverzhdena Ukazom Prezidenta RF ot 5 dekabrya 2016 g. No. 646" (Russian Federation Information Security Doctrine, Approved by RF Presidential Decree from 5 Dec. 2016 No. 646). *Prezident Rossii*. Administratsiya Prezidenta Rossii, 2018. Web. 13 Mar. 2018. <<http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460/page/1>>.

8. "O Strategii razvitiya informatsionnogo obshchestva v Rossiiskoi Federatsii na 2017—2030 gody: ukaz Prezidenta Rossiiskoi Federatsii ot 9 maya 2017 g. No. 203" (On Strategy of Information Society Development in Russian Federation for the Years 2017 to 2030: Russian Federation Presidential Decree from 9 May 2017 No. 203). *Prezident Rossii*. Administratsiya Prezidenta Rossii, 2018. Web. 13 Mar. 2018. <<http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919>>.

9. Mrochko O. G., Pirogova L. I. Informatsionnaya sfera sovremennogo sotsiuma (Information Sphere of Modern Social Medium), M., MGOUK, 2011, 158 p.

10. O zashchite detei ot informatsii, prichinyayushchei vred ikh zdorov'yu i razvitiyu, feder. zakon, prinyat Gos. Dumoi 21 dekabrya 2010 g. No. 436-FZ (v red. feder. zakona ot 01.05.2017 No. 87-FZ) (On Protecting Children from Information Causing Harm to Their Health and Development, Federal Law, Approved by State Duma on 21 Dec. 2010, No. 436-FZ (as Amended by Federal Law from 1 May 2017 No. 87-FZ), *Sobranie zakonodatel'stva Rossiiskoi Federatsii*, 2017, No. 18, St. 2664.

11. Kolesnichenko O. XXI vek: chelovecheskoe izmerenie i vyzovy informatsionnoi globalizatsii (21st Century: Human Dimension and Information Globalization Challenges), Saarbrücken, LAMBERT Academic Publishing, 2015, 112 p., LAP.

Submitted 18.12.2017

Mrochko Leonid V., Doctor of Philosophy, professor, professor of Advertising and Mass Communications Theory Department, Moscow University for the Humanities (5, Yunosti street, Moscow, 111395, Russia), *dr.discussion@yandex.ru*

Mrochko Olga G., Candidate of Historical Sciences, assistant professor of Physical Education Department at Moscow State Academy of Water Transport, Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping (5/7, Dvinskaya street, Saint-Petersburg, 198035, Russia), *olga_mrochko@mail.ru*

Yakovchuk Tatiana G., Candidate of Pedagogical Sciences, assistant professor of Corporate Culture Department, Moscow University of Industry and Finance (Synergy University) (80E, Leningradskiy avenue, Moscow, 125190, Russia), *yakovchuk-tg@yandex.ru*