

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Л.Н. Шмигирлова

Белгородская государственная сельскохозяйственная академия
308503, Белгородская обл., п. Майский, ул. Вавилова, 1
e-mail: shmigirilova.larisa@rambler.ru

Загнута проблема регулирования информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве. Обсуждаются актуальность и необходимость формирования и развития информационных предпочтений студентов. Приведены типичные характеристики категорий студентов с точки зрения доминирующих у них информационных предпочтений. Показано, что проведение комплекса мероприятий, направленных на регулирование информационных предпочтений студентов в медийном пространстве, возможно при создании и функционировании механизма регулирования информационных предпочтений.

Ключевые слова: информационные предпочтения, механизм регулирования, внешняя регуляция, саморегуляция, социальные технологии.

Социальный успех в информационном обществе может обеспечить формирование высокого уровня информационной культуры личности. Он позволит человеку не только адаптироваться к современной информационной среде, но и создаст базу для реализации рационального и одновременно комфортного информационного поведения во всех сферах деятельности.

В полной мере данное обстоятельство относится к студенческой аудитории, для которой удовлетворение информационных потребностей и формирование информационной культуры являются одним из решающих условий успешной социализации и самореализации.

Сложное и динамично развивающееся общество предъявляет особые требования к молодому человеку. Будущему специалисту, которому предстоит жить в информационном обществе, следует не только овладеть необходимой для профессиональной деятельности информацией, но и научиться целенаправленно и осознанно выбирать и использовать информационные технологии для поддержания и развития своего интеллектуального и творческого потенциала, эффективно применять полученные знания для принятия серьезных управленческих решений. Более того, на современном этапе развития российского социума студентам необходимо овладеть таким уровнем информационной культуры, который позволял бы продуктивно регулировать и систематизировать информационные потоки, гармонично сочетать разнообразные источники информации, использовать их в целях самообучения, саморазвития и самовоспитания [1].

Однако современная ситуация в области формирования информационной культуры специалиста характеризуется наличием острых социальных противоречий. Среди них – противоречия между уровнем развития информационной среды и качеством подготовки специалистов; между постоянно увеличивающимся объемом информации и возможностями ее восприятия, обработки, усвоения, передачи и использования индивидом в своей профессиональной деятельности.

Как показывает практика, рост информационных ресурсов неизбежно приводит к противоречию между производством и использованием информации. Информационная избыточность нередко оборачивается дефицитом нужной информации. В условиях производства и передачи гигантских массивов информации потребитель все чаще испытывает «информационный голод», который пытается преодолеть. Обычно недостаток со-



циально значимой информации большая часть молодых людей компенсирует некритичным поглощением всех материалов средств массовой информации (СМИ), или сосредоточением исключительно на материалах развлекательного характера, что является собой типичный пример «бездуховного потребления» и оскудения духовного мира человека и его общения. У значительной части молодых людей отсутствуют ясные представления о том, какая именно информация им необходима, как ею можно распорядиться. Информационные потребности студентов в значительной мере удовлетворяются за счет медийного пространства – пространства функционирования средств массовой информации. Перенасыщенная информационная среда далеко не всегда становится социокультурным пространством развития самого человека, приобретая в некотором смысле атрибуты власти над ним.

Все это актуализирует задачу формирования у студентов информационной культуры, необходимым элементом которой является сознательное регулирование информационных предпочтений личности. Поэтому разработка технологий формирования и развития информационных предпочтений студенческой аудитории в медийном пространстве приобретает крайне важное значение.

Социологическое исследование, проведенное среди студенчества белгородских вузов, показывает, что существуют категории студентов с точки зрения доминирующих у них информационных предпочтений: пассивно-потребительская, «инфантильная», активно-ценностная, прагматическая, «не определившаяся».

Выделенные типы студентов различаются по таким критериям, как диспозиция личности, структура которой определяется характером терминальных и инструментальных ценностей, наличие интенции, ориентация на тот или иной тип информации, образцы для подражания, требования к информации. Типичные характеристики выделенных категорий сводятся к следующему.

Пассивно-потребительская группа студентов (от 11% до 13%) характеризуется тем, что у нее отсутствуют установки на духовное саморазвитие; круг ценностных ориентаций ограничен стремлением к развлечениям, устройству личной жизни, с приоритетным решением сиюминутных бытовых потребностей. Эти студенты обеспокоены достижением таких важных на их взгляд целей, как материальный достаток, богатство, семейное благополучие, возможность добиться уважения со стороны окружающих. При этом они рассчитывают, что в решении таких проблем им помогут деньги, везение и удача, протекция, умение приспособливаться к обстоятельствам, удачная женитьба (замужество). Пассивно-потребительская группа студентов предпочитает тематику СМИ, которая связана с развлекательными и музыкальными формами. В материалах СМИ такие студенты не пытаются выделять позитивные и негативные стороны тех или иных социальных явлений, безразлично относятся к мнениям и взглядам журналистов и корреспондентов; не имеют своей точки зрения на способы решения проблем, рассматриваемых в СМИ. Основной характеристикой этой аудитории является несформированность информационных интересов и потребностей, неумение работать с медийной информацией и разбираться в том, где в ней фигурируют факты, и где имеет место оценочная позиция. В выборе образца для подражания присутствует элемент неопределенности.

«Инфантильная» группа студентов (от 6% до 8%). Для нее типичны такие терминальные ценности, как материальное благополучие, здоровье, любовь. В сознании этой группы молодежи преобладает потребность в любви и романтике. «Инфантильная» категория студентов в большей степени ориентируется на гедонистическую, а также на познавательную информацию, причем в последней их привлекает бытовой аспект. Наиболее предпочтительным аспектом межличностных отношений для студентов этого типа является не духовная, а сексуальная гармония. Предпочитаемое содержание информационного материала – зрелище, максимально насыщенное событиями и эмоциями, выходящими за рамки повседневной жизни. Информация для этой аудитории должна быть драматизирована, конкретна, эмоционально окрашена. Пример для подражания отсутствует.



Активно-ценностная группа студентов (от 13% до 15%). Ее представители рассматривают опираться в жизни на свои силы и не полагаться на обстоятельства. Особую роль во взаимодействии с окружающей реальностью у студентов ценностно-рационального типа коммуникативного действия играет их система ценностей. Представители этой группы несут в себе значительный инновационный потенциал. Смысл своей жизни они видят в одновременном удовлетворении личных интересов и служении таким надличностным ценностям, как народ, Родина. Главными терминальными ценностями считают семейное благополучие, работу, приносящую удовлетворение, служение обществу, духовное развитие. Для достижения успеха в жизни они должны получить хорошее образование, овладеть навыками самообразования. Аудитория этого типа проявляет интерес к общественно-политической жизни, к участию в деятельности политических партий и общественных движений. Круг интересов активно-ценностной группы студентов сводится к информации, направленной на расширение кругозора, повышение уровня общей образованности. Они проявляют активность по отношению к информационным материалам, но свой выбор осуществляют, руководствуясь почти исключительно системой ценностей. Для этой аудитории особенно близки передачи о реально действующих людях, таких, как они сами и их знакомые. Чаще всего, примером для подражания выбирают представителей интеллигенции.

Прагматическая группа студентов (от 10% до 12%) не отвергает «новое», но и не разделяет «старые» ценности. Сознание ее представителей нацелено на поиск реальных возможностей для конструктивного действия. Отличительной чертой студентов-прагматиков является рационализация обыденного сознания, расчет действий, способствующих достижению выгодного результата. «Прагматики» высоко ценят свободу и независимость как свободу выбора жизненного пути и жизненного стиля, ориентированы на успех в жизни. Образование рассматривается ими в качестве средства обеспечения карьеры и материального достатка. При выборе средств достижения намеченных целей у «прагматиков» превалирует умение приспособиться к обстоятельствам. Представители прагматической категории предпочитают информацию практического и познавательного характера. Круг информационных интересов связан с политикой, экономикой, общественной работой. При этом информацию СМИ выбирают расчетливо, оценивая, насколько она им может быть полезна и выгодна. Студенты прагматической аудитории расценивают себя по отношению к СМИ как равноправных партнеров по общению. Как правило, образцом для подражания являются представители бизнеса и шоу-бизнеса.

«Не определившаяся» группа студентов (от 60% до 62%) может быть охарактеризована как маргинальная, не усвоившая ценностей «старого» мира, но и не имеющая возможности интериоризировать ценности «нового». Их ценностные ориентации противоречивы. «Смысловое поле» «не определившихся» студентов разрушено и не структурировано, подвержено манипулированию. Направленность сознания «не определившихся» студентов смещена в сторону удовлетворения потребностей гедонистического характера. Информационные интересы и предпочтения исследуемой категории студентов разнообразны. Эта группа часто затрудняется как в выборе вариантов ответов, так и в высказывании своего мнения.

Информационный выбор представителей пассивно-потребительской, «инфантильной», активно-ценностной, прагматической групп в некоторой степени определен и более устойчив. Для «не определившихся» студентов такой выбор связан с возникновением ряда проблем. Им свойственны несформированность «ценностного поля», лабильность информационных интересов и потребностей, а, следовательно, такая аудитория наиболее подвержена манипулированию со стороны СМИ. Свободные от ограничений, не фильтрующиеся информационные потоки mass-media оказывают негативное социокультурное влияние на пользователей «не определившейся» категории студентов, навязывают и формируют «свой» образ жизни, систему ценностей, управляют поведением молодых людей вопреки их интересам. В силу недостаточного опыта работы с информа-



цией студенческая аудитория не может должным образом противостоять возрастающей по объему информации. Следствием такого воздействия является ограничение студенческой молодежи в способности управлять своим информационным выбором (информационными предпочтениями), в умении рефлексировать.

Данное обстоятельство дает основание говорить о необходимости регулирования информационных предпочтений студентов. Цель регулирования заключается в формировании у студентов умения работать с медийной информацией, способности к критическому осмыслению целей, методов и приемов манипулятивного медиавоздействия [2, 3, 4], пониманию причинно-следственных связей в предоставляемом информационном материале, выработке эффективных методов работы с информацией в медийном пространстве (анализе, синтезе, сравнении).

Как показывает практика, проблема регулирования информационных предпочтений студентов фактически не актуализирована в ходе функционирования системы высшего профессионального образования и в значительной степени носит виртуальный характер – осознается большинством специалистов, но при этом практически не переведена в плоскость практических решений и действий.

Полагаем, что проведение комплекса мероприятий, направленных на регулирование информационных предпочтений студентов в медийном пространстве, возможно при создании и функционировании механизма регулирования информационных предпочтений. Механизм регулирования (регуляции) информационных предпочтений студенческой в медийном пространстве представляет собой технологически упорядоченную систему взаимоотношений социальных субъектов внешней регуляции (организационных структур вуза, студенческих и молодежных организаций, молодежных СМИ) и саморегуляции (студенческой молодежи).

Внешняя регуляция рассматривается как система регулирующих воздействий социальных субъектов на объект регулирования. Объектом регулирования в данном случае является поведение студентов в медийном пространстве, процесс выбора ими информации, необходимой для решения жизненных проблем и достижения жизненных целей. Саморегуляция (внутренняя регуляция), в свою очередь, представляет систему внутренних личностных воздействий, направленных на самоанализ и самокоррекцию собственного информационного поведения.

Система внешних регулирующих воздействий организуется и направляется организационными структурами вуза – администрацией, профессорско-преподавательским составом, студенческими и молодежными СМИ, студенческими организациями, советом кураторов.

Внешняя регуляция – технологически управляемая система, которая включает в себя комплекс специфических социальных технологий – педагогических, воспитательных, информационных и телекоммуникационных технологий, представляющий собой совокупность приемов, методов и воздействий, направленных на регулирование информационных предпочтений студенческой аудитории. Рассматриваемые социальные технологии позволят «вооружить» студентов методологией преобразующей практики, нарастить и сформировать арсенал методов информационной деятельности (владение приемами анализа, синтеза, сравнения информации), повысить уровень информационной культуры.

Педагогические технологии включают в себя разнообразные методы обучения и формы организации учебной деятельности. Их использование в процессе регулирования информационных предпочтений студентов в медийном пространстве предполагает: 1) включение в профессиональные образовательные программы курса «Основы информационной культуры специалиста» с предварительной разработкой и изданием соответствующей учебно-методической литературы, подготовкой педагогических кадров. Курс позволяет студентам включиться в процесс создания и функционирования в социуме медийной информации, знакомит с «внутренней лабораторией» производства медиатек-



ствоз, с целями, методами, приемами и социально-психологическими механизмами манипулятивного воздействия СМИ; 2) применение активных методов обучения – деловых игр, пресс-конференций, дебатов, ролевых игр, метода «круглого стола», кейс-метода (разбор конкретных ситуаций), моделирования процессов или ситуаций, обсуждения специальных видеозаписей, методов с использованием компьютерной техники, тренингов с использованием информационных технологий и др. Предложенные решения и действия будут способствовать формированию у молодых людей умения критически мыслить, личностной социальной позиции, умения вести конструктивный диалог, стимулированию познавательной и информационной активности, выработке у студентов продуктивных подходов к работе с информацией.

Информационные и телекоммуникационные технологии (ИТКТ) – технологии, основанные на применении компьютерных систем, а также специального программного, информационного и методического обеспечения[5]. В процессе регулирования информационных предпочтений студенческой аудитории могут реализовываться разнообразные ИТКТ: электронные учебники, мультимедийные системы, электронные библиотечные каталоги, банки и базы данных, телеконференции, дистанционные олимпиады и конкурсы, Интернет и др. Внедрение ИТКТ позволяет, с одной стороны, эффективно использовать активные методы обучения, направленные на регуляцию информационных предпочтений студенческой молодежи. С другой – ИТКТ формируют у студентов умение самостоятельного поиска любой информации, компетентность в области информационных и коммуникационных технологий, необходимой для успешной социальной и профессиональной адаптации, предоставляют свободный доступ к культурной, учебной, научной и иного рода информации.

Процесс регулирования информационных предпочтений важно продолжать во внеаудиторное время. Досуговая деятельность сама по себе обладает мощным информационным потенциалом. В этом направлении особая роль принадлежит совету кураторов, студенческому старостату, молодежным организациям, которые являются связующим звеном с внеучебной, досуговой деятельностью студентов вуза. Для этого следует активизировать деятельность вышеуказанных структур вуза и «усилить» в их работе такие направления студенческого досуга, как экскурсионно-туристическое, театральное-художественное, краеведческое. Ценность предложенных направлений внеучебной деятельности заключается в приобщении студентов к традиционным источникам информации (музеи, театры, выставки, экскурсии), в развитии способностей студенческой аудитории к эстетическому восприятию, пониманию, анализу медиатекстов.

В процессе регулирования информационных предпочтений студентов важная роль отводится студенческим и вузовским СМИ. Вузовские многотиражки выгодно отличаются от современной молодежной прессы широкими возможностями вести обсуждение и решение студенческих проблем и вопросов с привлечением огромного потенциала авторитетных вузовских ученых, исследователей, преподавателей и студентов, актуальностью и достоверностью предоставляемой информации. «Проблемная» студенческая журналистика стимулирует информационную активность студентов, формирует социальную и нравственную позиции студентов.

Процесс регулирования информационных предпочтений студенческой молодежи предполагает не только внешнее регулирующее воздействие, но и осознанное, фундаментальное внутреннее преобразование. Система внутренних личностных воздействий определяется специальной подготовкой индивида к этой деятельности, знаниями, умениями и навыками, психологической готовностью. Поэтому внешние регулирующие воздействия организационных структур вуза должны быть взаимосвязаны с особенностями развития личности студента, его возможностями саморегулирования в медийном пространстве.

Эффективная саморегуляция личности возможна при определенных условиях:

1. Оптимальной информационной обеспеченности всех ее функциональных стадий (принятие цели деятельности; построение модели значимых условий деятельности; составление программы собственно исполнительских действий; выбор системы критериев успешности деятельности; контроль и оценка реальных наличных результатов; принятие решения о коррекции системы саморегуляции)[6].

2. Наличие у студента соответствующих волевых качеств, т. е. способности и готовности к преодолению внутренних или внешних препятствий. Степень самоуправления во многом зависит от «пропорций» различных элементов самосознания в его целостной системе. Самосознание не есть сумма частных характеристик личности, оно представляет собой целостный образ, единую, хотя и не лишенную внутренних противоречий, установку по отношению к самому себе[7]. Эта установка включает познавательный рациональный элемент (представления о своих качествах и сущности), эмоционально-эффективный элемент (самолюбие и т.п.) и оценочно-волевой элемент (определенная самооценка и соответствующее отношение к собственной личности).

3. Наличие сильных и непосредственных мотивов деятельности, потребности в ее ближайших результатах либо отчетливом эмоциональном удовлетворении от самого процесса информационной активности. Именно система сознательных побуждений (социальных мотивов, социальных потребностей, интересов, взглядов, идеалов, убеждений и др.) определяет активность молодого человека и избирательность его поведения в информационной сфере.

В современном вузе должна существовать эффективно действующая система мотивации студентов, направленная на стимулирование и развитие информационной активности, субъектности и автономности, развитие способности к сознательным, целенаправленным действиям в медийном пространстве.

Решение проблемы создания положительной мотивации к саморегуляции информационных предпочтений целесообразно осуществлять по двум направлениям. Первое – внедрение и своевременное применение социальных технологий. Второе направление – применение оптимальных воспитательных технологий, системно интегрированных с педагогическими технологиями.

Таким образом, рассматриваемые технологии должны быть ориентированы на овладение методами и технологией работы с информацией. Разрабатываемые технологии важно направлять не только на овладение способами профессиональной и учебной деятельности, но и на развитие мыслительной активности, критического стиля мышления, рефлексии информационного поведения студентов в медийном пространстве. Внедряя социальные технологии, следует развивать личность студента, в частности, формировать информационную активность, автономность и субъектность студента в медийном пространстве, а также учитывать психологические особенности личности.

Целесообразность применения технологий, направленных на регуляцию информационных предпочтений студентов в учебно-воспитательном процессе, оправдана только в том случае, когда они не являются искусственной надстройкой существующей практики обучения, а согласованы с содержанием и целями изучения конкретной дисциплины, обоснованно и гармонично интегрируются в данный процесс, обеспечивая новые возможности и преподавателям, и студентам.

Список литературы

1. Информационное общество и молодежь: взаимодействие, консолидация, прогресс: Материалы российской конференции // Под ред. А.В. Грибовой. – Хanty-Мансийск, 2005.
2. Рызиков К.Е. Что такое Медиаобразование? // Медиаобразование. – 2005. – №2.
3. Мастерская Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. – 1993. – №4.
4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М. – Жуковский, 2003.
5. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании. – М., 2003.
6. Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами. – Белгород, 1993. – С. 117.
7. Кож И.С. Социология личности. – М., 1997.



REGULATION OF STUDENTS' INFORMATION PREFERENCES INTO MASS-MEDIA SPACE

L.N. Shmigirilova

Belgorod State Agricultural Academy, Vavilov str., 1, s. Maiski, Belgorod region, 308503, Russia
e-mail: shmigirilova.larisa@rambler.ru

The problem of regulation of students' information preferences into mass-media space is mentioned. The actuality and necessity of evolution of students' information preferences are explained. The description of students' information preferences is described. It is shown that leading of measures directional to the regulation of students' information preferences into mass-media space, is possibly with creation and function of the special mechanism of regulation of students' information preferences into mass-media space.

Key words: information preferences, mechanism of regulation, exterior regulation, interior regulation, social technologies.