

На правах рукописи

Лю Пэн

**УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ЦЕННОСТНЫХ ПРИОРИТЕТОВ
МОЛОДЕЖИ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ КИТАЯ**

Специальность 22.00.08 – социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва – 2013

Работа выполнена на кафедре гуманитарных и социально-политических наук Московского государственного технического университета гражданской авиации

Научный руководитель:

Гаранина Ольга Денисовна
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты:

Майорова-Щеглова Светлана Николаевна
доктор социологических наук,
профессор
Российский государственный
гуманитарный университет, профессор

Баркова Элеонора Владиленовна
доктор философских наук, профессор
Российский государственный
Торгово-экономический университет,
профессор

Ведущая организация:

Российский государственный
социальный университет

Защита состоится «18» апреля 2013 г. в 14 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.203.31 при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, Ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд.415.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Российского университета дружбы народов.

Автореферат разослан «_____» марта 2013 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
доктор социологических наук

_____ Бронзино Л.Ю.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Система ценностных предпочтений социальных групп является важным компонентом идеологической основы социального управления, обеспечивающим эффективную реализацию регулятивно–организационных решений на всех уровнях социальной жизни. Вследствие этого формирование определенных ценностных структур, систематизирующих духовный мир субъекта, всегда было и остается важной задачей управления. Одним из направлений решения этой задачи выступает рассмотрение ценностной сферы определенных социальных групп в контексте информационной государственной политики. Медиаресурсы государства, канализируя информационные потоки по заданным направлениям, играют значительную роль в трансформации духовной жизни людей, формируют ценностные приоритеты населения и регулируют их функционирование. По мнению Э. Тоффлера к исходу XX столетия знания и информация стали важнейшим ресурсом управления: «информация – это катализатор изменений, происходящих на любом уровне. Вот что делает её власть такой устрашающей»¹. Организованное государством медиaprостранство усиливает властные ресурсы политической системы, позволяет превратить противников в союзников, убедить людей в значимости пропагандируемых ценностей.

Китай в настоящее время находится на сложном этапе социального развития, осуществляя процессы глубокого изменения всех сторон жизни общества. Формирование сильного государства и социалистической рыночной экономики должно опираться на стабильную систему ценностей, обеспечивающих идейное единство общества как духовную основу совершающихся преобразований. Актуальность исследования обусловлена потребностью общества в изучении процессов изменения ценностного сознания китайской молодежи как социальной группы, представляющей будущее страны и находящейся в ситуации выбора жизненных целей, ценностей. Поиск ответа на вопрос о способах влияния на иерархию ценностей современной китайской молодежи в условиях реформирования всех социальных сфер сегодня занимает важное место в разработке молодежной политики китайского государства и коммунистической партии Китая. Важность этой проблемы обусловлена также тем, что ценностные предпочтения молодежи, функционируя как мотивационно–регулятивные принципы, обеспечивающие толерантное взаимодействие как в малых социальных группах, так и на уровне социума, подвергаясь мощному информационно–медийному воздействию, нередко имеющему прозападную направленность, трансформируясь, могут способствовать ослаблению национальной безопасности. Политика, осуществляемая современным китайским руководством в медиасфере, ставит

¹ Тоффлер Э. *Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века.* – М.: ООО «Издательство АСТ», 2009. – С.229.

своей целью как инклюзию Китая в международное информационное пространство, так и сохранение, укрепление национальной специфики китайской духовной жизни. Демократические тенденции в современном Китае сопровождаются настороженностью со стороны определенных социальных групп, что ускоренная модификация китайского общества по западным меркам может повлечь ослабление национальной безопасности, вызвать политическую нестабильность, отказ от традиций духовной жизни. Снижение значения традиционных ценностей, утверждение прагматизма и утилитаризма, пропагандируемых рядом информационных каналов, порождают у многих молодых китайцев равнодушие к социальной жизни, безынициативность, что грозит утратой морального и духовного здоровья народа. Следовательно, в системе информационного воздействия необходим социальный контроль, способствующий формированию такой иерархии ценностей у молодого поколения китайцев, которая, участвуя в процессе социализации молодых людей, обеспечит интеграцию молодежи с другими социальными группами, согласие поколений.

Таким образом, в условиях реформирования китайского общества особую значимость приобретает исследование особенностей влияния средств массовой информации на сохранение традиционных и формирование новых духовных ценностей в информационно-коммуникативном пространстве китайской молодежи, анализ массмедийного обеспечения деятельности китайского руководства в этой сфере, анализ специфики социального самоощущения молодежи в информационном пространстве КНР. Сегодня, когда модернизация все шире и все глубже охватывают все сферы китайского общества, проблема информационной поддержки идейно-воспитательной работы с молодежью приобретает уже не только академический, но и практический аспект, требуя поиска оптимальных способов управления формированием ценностных приоритетов молодежи с целью интеграции китайского народа, усиления стабильности и безопасности Китайской Народной Республики.

Степень разработанности проблемы

Междисциплинарное содержание исследуемой проблемы потребовало обращения не только к многоаспектному научному пространству социологического знания, но и к философии, политологии, социальной психологии, теории журналистики. В процессе изучения научных источников по теме диссертации были выделены следующие основные группы научных работ, отражающих результаты исследования разных аспектов темы диссертации.

Первая группа объединяет работы в области анализа управленческого воздействия на социальные группы, их духовный мир и поведение. В данном проблемном поле социологии управления для диссертационного исследования интерес представляют работы, в которых рассматриваются особенности управленческого процесса в условиях демократизации общества, установления

рыночных экономических отношений (В.М. Ананишнев, Д.С. Клементьев, А.И. Кравченко и И.О. Тюрина. О.А. Уржа, В.В. Щербина и др.)².

Вторая группа исследований связана с анализом информационных процессов и их влиянием на жизнедеятельность общества, прежде всего на духовную сферу, общественное сознание. Развитие мирового информационно–коммуникативного медиапространства, создающего и транслирующего по каналам массмедиа разнообразную информацию, привело к возникновению острых социальных проблем, обусловленных воздействием на людей информационных потоков. Об этом размышляли западные исследователи П. Бергер, Д. Белл, Т. Лукман, Н. Луман, М. Кастельс, М. Маклюэн, М. Прайс, Д. Рашкофф, Э. Тоффлер и др.³, российские ученые: Я.Н. Засурский, С.Г. Кара-Мурза, Н.Б. Кириллова, А.В. Костина, М.М. Кузнецов, Е.В. Поликарпова, О.Б. Скородумова, И.В. Соколова и др.⁴; китайские ученые Хэ Чжоу, Хэ Чуань, Цуй Баого и др.⁵

Место средств массовой информации в структуре социального управления обычно рассматривается в русле их анализа как важнейшего института

² *Ананишнев В.М.* Социология управления. Том I. – М.: НИЦ «Инженер», 2008; *Клементьев Д.С.* Социология управления. – М.: Макс Пресс, 2006; *Кравченко А.И., Тюрина И.О.* Социология управления: фундаментальный курс. Учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2004; *Уржа О.А.* Интеграция интересов социальных групп и слоев как основа эффективного социального управления: методологический аспект анализа // Методология и методика анализа социальных процессов. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. – Вып. 5. – с.3-7; *Уржа О.А.* Социология и психология управления. – М., 2003; *Щербина В.В.* Социолого-диагностические технологии в управлении: теоретико-методологические аспекты развития и применения // СОЦИС. – 2007. - № 3.

³ *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999; *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. – М.: Медиум, 1995; *Кастельс М.* Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. – М., 2000; *Луман Н.* Реальность массмедиа. – М., 2005. Его же: Медиа коммуникации.– М.: Логос, 2005; *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: КАНОН–Пресс–Ц, 2003; *Прайс М.* Массмедиа и государственный суверенитет: Глобальная информационная революция и ее вызов власти. – М., 2004; *Рашкофф Д.* Медиавирус. Как попкультура тайно воздействует на ваше сознание. – М., 2003; *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2009; *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М.: Аспект–Пресс, 2004.

⁴ *Засурский Я.Н.* Информационное общество сегодня и завтра. – М., 2001; *Кириллова Н.Б.* Медиасреда российской модернизации.- М., 2005; *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. - М., 2001; *Костина А.В.* Культура информационного общества и проблемы модернизации России: теоретико–методологические основы исследования / Культура информационного общества и проблемы модернизации России / под ред. А.В. Костиной.: сб.науч.статей. – М.: изд–во Моск.гуманит.ун–та, 2011. – с.15–24; *Кузнецов М.М.* Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследовательские стратегии Т.В. Адорно и М.Маклюэна – М.: ИФ РАН, 2011; *Поликарпова Е.* Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе Ростов-на-Дону: ИППК при РГУ, 2002; *Скородумова О.Б.* Глобализация и самобытность: социум и культура в условиях информационного общества / Культура информационного общества и проблемы модернизации России/ отв. ред. А.В. Костина.: сб.науч.статей. – М.: изд–во Моск.гуманит.ун–та, 2011. – С. 140–146; *Соколова И.В.* Социальная информатика. – М.: изд–во «Союз», 2002.

⁵ *Хэ Чжоу.* Информационная свобода в континентальной части Китая: вчера, сегодня и завтра. – Тайбэй, 1995 (на кит.яз.); *Хэ Чуань.* Анализ информационной системы КНР. – Тайбэй: Книжное бюро Чжэнчжун, 1994 (на кит.яз.); *Цуй Баого.* Доклад о развитии китайской информационной промышленности. – Пекин. 2009 (на кит.яз.).

управления («четвертая власть»), одного из способов трансляции социального опыта» и социализации (наряду с семьей и школой), с помощью которого ценности той или иной социальной группы передаются человеку. Процесс воздействия СМИ на духовную сферу общества всегда находился в поле внимания обществоведов, главным образом, американской социологии (А. Бандура, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл и др.)⁶. В 60-е годы XX в. социальные функции СМИ интенсивно изучались российскими социологами (например, фундаментальное комплексное исследование «Общественное мнение», осуществленное Б.А. Грушиным в конце 60-х годов XX века)⁷. В настоящее время особую группу литературы в русле данной проблематики составляют работы по социологии массовых коммуникаций и средств массовой информации, в которых большое внимание уделено рассмотрению регулятивно–социализирующей функции СМИ. Это направление представлено в работах западных (Т. Адорно, Т. Беннет, Г. Камбербач, Ю. Хабермас и др.)⁸, российских (А.Н. Алексеев, В.Г. Гречихин, П.В. Агапов; К.В. Ветров, И. И. Засурский, Л. М. Землянова, М. М. Назаров, Т. В. Науменко, Е.П. Тавокин, Л. Н. Федотова и И.Д. Фомичева и др.)⁹ и китайских исследователей (Е Хао, Лю Хуажун, Юй Гомин и др.)¹⁰. Теоретико–методологическое значение для решения поставленных в диссертации задач имели социологические работы В.П. Коломийца, посвященные социологическому анализу медиапространства

⁶ Bandura A. Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986; Bandura A. Social cognitive theory of mass communication / In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). Media effects: Advances in theory and research. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1994; Lasswell H. The Structure and function of communication in society // The Process and effects of mass communication. Chicago, 1971; Lasarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The peoples choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign. N.Y., London: Columbia univ. press, 1968.

⁷ Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. – М., 1980; Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. – М., 1979.

⁸ Адорно Т. Новый подход к индустрии культуры // Контексты современности–I: актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории. – Казань: изд-во КГУ, 2000; Беннет Т. Теории медиа и теории общества // Контексты современности–II: хрестоматия. – Казань: изд-во КГУ, 2001; Камбербач Г. «Воздействие» СМИ на общество: неоконченная дискуссия // Медиа: введение. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2005; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие – СПб.: Наука, 2000.

⁹ Алексеев А.Н.; Гречихин В.Г., Агапов П.В. Управление социальными коммуникациями. М.: Канон плюс, 2009; Ветров К.В. Средства массовой информации постсоветской России: Особый путь вдоль проторенной дороги. – М.: Книга и бизнес, 2004; Засурский И. Масс-медиа второй республики. – М., МГУ, 1999; Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо–русский толковый словарь концепций и терминов.- М., 2004; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М., 1999; Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2005; Тавокин Е.П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России. – М., 2007; Федотова Л.Н.; Фомичева И.Д. Социология СМИ: учебное пособие. – М.:Аспект–Пресс, 2012.

¹⁰Е Хао. Дела правительственной журналистики: новые методы правительства в отношении СМИ. – Нанкин, 2007 (на кит. языке); Лю Хуажун. СМИ и политика.- Пекин, 2001 (на кит.яз.); Юй Гомин. Революция СМИ вопросы трансформации китайских СМИ. – Пекин.: издательство Хуася, 2005 (на кит.яз.).

(медиасреды)¹¹ и Е.Н. Юдиной, разрабатывающей концепцию медиапространства, понимаемого как часть социального пространства, «организующего социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации»¹².

В Китае анализу различных аспектов изучения влияния СМИ на молодое поколение посвящены работы Ван Цзин, Лю Баовэй, Лу Венцэ, Мун Цианлин, Хэ Чжоу, Ян Фанчэй и др.¹³ Ван Ханьджуй (университет Гуанчжоу), Тиань Чжоньчу (педагогический университет Чжэцзян) рассматривают идейно-воспитательную функцию СМИ¹⁴.

Третья группа разработок представлена результатами философских, социологических и социально-психологических исследований проблемы ценностей и ценностных ориентаций. Классика аксиологии связана с именами В. Виндельбанда, В. Дильтея, Г. Риккерта, Э. Фромма и др.¹⁵ Большое методологическое значение для разработки аксиологической проблематики в социологии имеет психологическая концепция потребностей А.Г. Маслоу и концепция исследования ценностных ориентаций М. Рокича¹⁶.

В социологии проблема ценностей достаточно широко разработана в трудах М. Вебера, Э. Дюркгейма, А. Кребера и К. Клакхона, Т. Парсонса, У. Томаса и Ф. Знанецкого и др.¹⁷ В российской социологии в русле этой темы находятся работы,

¹¹ Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в Российском обществе // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 58-66.

¹² Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система. – М.: Прометей, 2005; Юдина Е.Н. Медиапространство как новая социологическая категория // Преподаватель XXI века. – М.: 2008, № 2. – С. 151-154

¹³ Лу Венцэ, Ван Цзин. Исследование отношения между выращиванием молодежи и СМИ. // Научный журнал педагогического университета внутренней Монголии, 2010. – С. 51–54 (на кит.яз.); Лю Баовэй. Влияние Интернета на обобществление молодежи отдалённых районов. – Шанхай: Университет Шанхая, 2009 (на кит.яз.); Мун Цианлин. Влияние современных СМИ на развитие молодежи и механизм социального вмешательства. – Пекин: Китайское заочное воспитание, 2008 (на кит.яз.); Сюй Бохуэй. Перспектива влияния СМИ на развитие тела и духа современной молодежи / Газетная индустрия Китая, 2011 (на кит.яз.); Ян Фанчэй. Влияние СМИ на молодежи и анализ подготовленности воспитания СМИ. – Хуайнань: Научный Вестник хуайнанского профессионального технического института, 2009. – С.115–120 (на кит.яз.).

¹⁴ Ван Ханьджуй. СМИ и идеологическое воспитание молодежи. – Пекин: Молодежный поиск., 2001 (на кит.яз.); Тиань Чжоньчу. Как далеко от нас грамотность образования СМИ. – Шанхай: Исследование современной молодежи, 2003 (на кит.яз.); Чинь Шинхуа, Ли Чэнлиань. Воспитание СМИ - обязательная дисциплина обобществления молодежи в эпоху мультимедиа. - Гуандун, 2008 (на кит.яз.).

¹⁵ Виндельбанд В. Философия в немецкой духовной жизни XIX столетия. – М.: Наука, 1993; Хайдеггер М. Бытие и время // Статьи и выступления. - М.: Республика, 1994; Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре - М.: Республика, 1998; Фромм Э. Иметь или быть? /Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990.

¹⁶ Маслоу А. Психология бытия / пер. с англ. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 1997; Rokeach M. The nature of human values. – N.Y., Free Press, 1973.

¹⁷ Вебер М. Избранное: Кризис европейской культуры. – М.: Прогресс, 1999; Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные суждения» // Социологические исследования. - 1991. – № 2. – С. 106-114; Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки // Американская социологическая мысль. – М., 1996; Клакхон К. Зеркало для человека. Введение в антологию. – М., 1998; Кребер А., Клакхон К. Теория паттернов в культуре.URL: <http://www.portalus.ru/modules/psychology/readrme.php?subaction=showfull&id=1>

в которых исследованы ценности и ценностные ориентации разных социальных групп (Ю.Р. Вишневецкий и В.Т. Шапко, С.А. Кудрина, И.А. Сурина и др.)¹⁸. Сегодня время западные и российские социологи активно обсуждают проблему ценностного конфликта поколений, сдвига ценностных приоритетов от материалистических традиционных ценностей к инновационным, постматериалистическим (концепция Р. Ингльхарта)¹⁹.

Четвертая группа исследований представлена работами, посвященными анализу ценностного мира молодежи, формируемого под влиянием разных факторов. Эта проблема в разных аспектах рассмотрена в работах С.Н. Иконниковой, И.М. Ильинского, В.Т. Лисовского, Н.П. Нарбута и И.В. Троцук, Г.И. Осадчей, Т.Э. Петровой, М.А. Ядовой и др.²⁰ В Китае проблема изменения ценностного мира молодежи под влиянием СМИ отражена в работах Тань Хун, Чжан Яли, Ван Цуньин, Сунь Линьлинь, Чжан Фанди.²¹ Исследовательский интерес этих авторов направлен на анализ места молодежи в социальной структуре общества, субъективным и объективным факторам ее социализации, социального выбора, жизненным ценностям. Большое место в научных работах, посвященных исследованию молодежи, занимает тема интеграции молодых людей в современное модернизируемое общество (И.С. Болотин и А.Ю. Ховрин; Ю.Г. Волков и В.И. Добренков; Е.В. Давыдов; В.И. Добрынина, Т.Н. Кухтевич, С.Н. Майорова-Щеглова, С.В. Туманов и др.²²). Методологическое значение для

106839963&archive=1 1200458 21&startfrom=&ucat=24&; Парсонс Т. Общий обзор работ/ Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. Под ред. В.В. Воронина, Е.В. Зиньковского. - М., 1972.

¹⁸ Вишневецкий Ю.Р., Шапко В.Т. Студент 90-х - социокультурная динамика // Социологические исследования. - 2000. - № 12. - С. 56-63; Вишневецкий Ю.Р., Шапко В.Т. Парадоксальный молодой человек // СОЦИС. - 2006. - № 6. - С. 26-36; Кудрина С.А. Ценностные приоритеты и их онтологические основания // СОЦИС. - 2010. - № 1. - С. 47-57; Сурина И.А. Ценности. Ценностные ориентации. Ценностное пространство: вопросы теории и методологии. - М.: Социум, 1999.

¹⁹ Inglehart R. The silent revolution in Europe: intergenerational change in post-industrial societies // American Political Science Review. - №.65. - P. 991-1017.

²⁰ Ильинский И. М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. - М., 2001; Иконникова С.Н. Молодежь. Социологический и социально-психологический анализ. - Л., 1974; Молодежь и общество на рубеже веков / Науч. ред. И.М. Ильинский. - М., 1999; Нарбут Н.П., Троцук И.В. Ценностные ориентации студенческой молодежи в трансформирующемся обществе // Вестник РУДН. Серия «Социология». - 2008. - № 4. С.66-77; Осадчая Г.И. Стиль жизни молодых горожан: трансформация и региональная дифференциация // Социологические исследования, 2002. - № 10; Петрова Т.Э. Социология студенчества в России: этапы и закономерности становления. - СПб., 2000. Ядова М.А. Современное и традиционное в ценностях постсоветской молодежи // СОЦИС, 2012. - №1. - с.114-125.

²¹ Тань Хун. Роль общественных СМИ в строительстве системы социалистической основы ценностей молодежи. - Шандун: Шандунский педагогический университет, 2007 (на кит.яз.). Чжан Яли, Ван Цуньин. Исследования влияния современных СМИ на понятие ценностей молодежи данной эпохи - брать пример с молодежи района М города Шанхая. - Теоретический журнал шанхайского университета. - Шанхай, 2010. - С.182-186 (на кит.яз.); Сунь Линьлинь, Чжан Фанди. Анализ влияния СМИ на процесс образования ценностей молодежи / Современные СМИ. - Пекин, 2011. - С.50-54 (на кит.яз.).

²² Болотин И.С., Ховрин А.Ю.. Социальное партнёрство в молодёжной политике. — Интеграция образования. - 2005, № 2; Волков Ю.Г., Добренков В.И. Социология молодежи. - Ростов н/Д, 2001; Давыдова Е.В. Измерение социального самочувствия молодежи. - М.: Прогресс, 1992; Добрынина В.И., Кухтевич Т.Н., Туманов С.В. Молодежь России: три жизненные ситуации. - М.: ИНИОН РАН, 1998;

исследования проблемы управления ценностными приоритетами китайской молодежи имели работы российских социологов, которые выражают тревогу в связи с появлением тенденции формирования поколения, утратившего социальные корни. В.Т. Лисовский, В.А. Луков, В.М. Чупров, Ю.А. Зубок, К. Уильямс на основе данных социологических исследований обосновывают разные аспекты кризисного существования молодежи в условиях преобразования российского общества²³.

Пятая группа исследований объединяет работы, содержащие анализ китайской нормативно-регулятивной системы, идеалов и исторически сложившихся национальных ценностей, Проблема изучения особенностей китайской системы управления, национальных ценностей достаточно обстоятельно решалась как российскими, так и китайскими учеными (И.Г.Баранов, А.В. Виноградов, В.Г.Ганшин, С.Д.Маркова, В.В.Овчинников, В.Н.Усов и др.)²⁴ и китайских ученых (Сунь Липин, Тань Аошуан, Чэнь Миньсянь, Юй Цююй и др.)²⁵. Большое значение для решения поставленных в диссертации задач имели работы, посвященные анализу теоретических основ развития китайских массмедиа, особенно труды китайских ученых – исследователей истории китайской журналистики. Интерес представляют публикации китайских ученых о реформировании китайской массмедийной системы²⁶.

Анализ научных источников в рамках исследуемой проблемы показал достаточно высокий уровень разработанности теоретических и прикладных аспектов регулятивно–организующего влияния медиасреды на формирование ценностной сферы молодежи, а также наличия широкого круга позиций по вопросу о способах и особенностях управления формированием ценностных приоритетов молодежи. Вместе с тем, несмотря на существование многоаспектных теоретических исследований и обилие фактографического

Майорова–Щеглова С.Н. Молодое поколение и новые средства массовой коммуникации: мифы и реальность // Вестник РГГУ. – 2010. – №3(46). – С.224-231.

²³ *Лисовский В.Т.* Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. СПб, 2000; *Луков В.А.* Проблема обобщающих оценок положения молодежи //Социологические исследования. – 1998. – № 8; *Чупров В.М., Зубок Ю.А., Уильямс К.* Молодежь в обществе риска. 2–е изд. – М.: Наука, 2003.

²⁴ *Баранов И.Г.* Верования и обычаи китайцев. – М.: Муравей Гайд, 1999; *Виноградов А.В.* Китайская модель модернизации. Поиск новой идентичности. 2–е изд.– М., 2008; *Ганшин В.Г.* Китай и его соседи на пути к гражданскому обществу. – М.: Институт Дальнего Востока РАН, 2004, *Маркова С.Д.* Китайская интеллигенция на изломах XX века. Очерки выживания. – М.: Гуманитарий, 2004; *Усов В.Н.* Дэн Сяопин и его время. – М.: изд-во «Стилсервис», 2009.

²⁵ *Сунь Липин.* Раскол китайского общества с начала 90–х годов. – Пекин, 2003 (□□□□90□□□□□□□□); *Тань Аошуан.* Китайская картина мира: язык, культура, ментальность. – М.: Языки славянской культуры, 2004 (□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□□□); *Чэнь Миньсянь.* Новому Китаю 50 лет. – Пекин, 1999 (□□□□50□); *Юй Цююй.* Осенняя вода в южном мраке. – Шэнчжэнь, 2001 (□□□□□□□□).

²⁶ *Е Хао.* Дела правительственной журналистики: новые методы правительства в отношении СМИ. – Нанкин, 2007 (□□□□□□□□□□□□□□); *Лю Хуажун.* СМИ и политика. – Пекин, 2001 (□□□□□); *Тун Бин.* Введение в теорию коммуникации и журналистики. – Пекин, 2000 (□□□□□□□□).

материала проблема изучения информационного воздействия государства на формирование ценностных приоритетов китайской молодежи в медиапространстве до настоящего времени не была предметом отдельного рассмотрения. Целевое изучение результатов, достигнутых сегодня китайской, российской и западной наукой в поле рассматриваемой проблематики, показывает отсутствие четкого представления о возможностях информационно-медийных ресурсов государственного управления формированием ценностных приоритетов китайской молодежи в контексте медиапространства. Недостаточен социологический анализ медиапредпочтений китайской молодежи, слабо исследованы трансформации ценностной сферы и не в полной мере определено соотношение традиционных и современных ценностных приоритетов молодых китайцев.

Актуальность темы, ее недостаточная разработанность в социологической теории обуславливают потребность в ещё более углубленном социологическом анализе информационных ресурсов управления формированием ценностных приоритетов молодежи в медиапространстве Китая с учетом реформационных процессов. В диссертации представлена одна из первых попыток теоретического обобщения эмпирического материала социологических исследований регулятивно-воспитательной роли массмедиа Китая в формировании ценностных приоритетов китайской молодежи.

Объект исследования – ценностные приоритеты молодежи Китая.

Предмет исследования – регулятивно–организующее воздействие медиапространства Китая на формирование ценностных приоритетов молодежи.

Цель исследования – определить направления влияния информационно–медийных ресурсов Китая на формирование ценностных приоритетов современной китайской молодежи.

Достижение поставленной цели осуществлялось посредством решения следующих взаимосвязанных **задач**:

1. раскрыть особенности государственного регулирования процессов формирования и функционирования информационной инфраструктуры Китая;
2. обосновать ведущее значение политико–экономических факторов в формировании иерархии ценностей современной китайской молодежи;
3. дифференцировать влияние медиаканалов на духовные ценности китайской молодежи;
4. диагностировать ценностное содержание коммуникативно–информационного пространства китайской молодежи;
5. выявить направления влияния информационно–медийных ресурсов на ценностные приоритеты китайской молодежи.

Теоретико-методологическую основу диссертационного исследования составили исторический и аксиологический подходы, позволившие определить эволюцию информационных ресурсов государства и ценностных приоритетов молодежи на разных исторических стадиях развития Китая; структурно-функциональный анализ, используемый для выявления роли компонентов

медиапространства в формировании ценностной сферы молодежи. Для выявления управленческого потенциала медиапространства в сфере формирования ценностных приоритетов диссертант опирался на положение о том, что регулирование поведения человека в обществе осуществляется через интериоризацию ценностей как регулятивов, предлагаемых (навязываемых) обществом посредством внешнего принуждения (Э. Дюркгейм, П.А. Сорокин, Т. Парсонс и др.).

В качестве эмпирической основы исследования были использованы данные, полученные в социологических исследованиях, проведенных автором или при его непосредственном участии, в том числе:

1. Социологическое исследование «Предпочтения молодежи Китая в медиасреде». Исследование проводилось в Китае (г. Цзинань, Шаньдунский педагогический университет) методом анкетирования в ноябре 2010 г. – феврале 2011 г. Опрошено 1074 чел.
2. Социологическое исследование «Ценностные приоритеты китайских студентов в контексте массмедиа». Исследование проводилось методом интернет–анкетирования в апреле–июне 2011 года (Сайт «Круг опросов». <http://www.diaochaquan.cn/>, название авторского опроса: □□□□□□□□□□). Поступили анкеты от 1150 человек.
3. Социологическое исследование (экспертный опрос) школьной молодежи «Школьники Китая о своей жизни и замыслах». Исследование проводилось в Китае (г. Цзинань, провинция Шаньдун) в октябре 2011 года. Опрошено 240 человек.

Исследование опирается на анализ контента медиапространства Китая (проанализированы информационные средства, занимающие лидирующие позиции в китайских массмедиа за последние пять лет: центральные печатные издания: «Жэньминь жибао» («Народная газета»), «Чжунго цзинняньбао» («Китайская молодежь»); городские издания: «Бэйцзин цзиняньбао» («Пекинская молодежь»), «Синь цзинбао» («Новый Пекин»); программы Центрального телевидения Китая (ЦТК), материалы ТК (www.cctv.com), ИА, Информационного агентства «Синьхуа» (www.China.com) и др.

Большое значение в подготовке диссертационного исследования имели решения правительства Китая по работе с молодежью, а также решения XVII съезда КПК (ноябрь 2007 г.)²⁷, последующих пленумов КПК и XVI съезда комсомола Китая (июнь 2008 г.), согласно которым в основе воспитания молодежи должно быть ценностное ядро социализма

²⁷ В ноябре 2012 г. состоялся XVIII съезд КПК, на котором были избраны новые руководители компартии Китая. В докладе, с которым выступил бывший генеральный секретарь Ху Цзиньтао, говорится, что будет продолжена политика, которая проводилась до сих пор. Сам доклад озаглавлен так: «Твердо продвигаться вперед по пути социализма с китайской спецификой, бороться за построение среднезажиточного общества». Генеральным секретарем КПК избран Си Цзиньпин.

сохранил государственную цензуру в средствах массовой информации, в результате чего механизмы, влияющие на ценностные структуры населения, контролируются медиа-субъектами, стимулирующими укрепление традиционных ценностных систем китайского народа. Совокупности ценностных суждений, транслируемых в СМИ, приобретают характер целостных, системных идеологических построений, способствующих сплочению общества и формированию ценностных приоритетов молодежи.

2. Китайская молодежь в формировании своей иерархии ценностей достаточно сильно привязана к традиционной национальной культуре, традиционному обществу (приоритетные ценности: почитание старших, коллективизм, трудолюбие). Это сдерживает во многом развитие потребительских ориентиров. Экономические реформы и семейная политика под лозунгом «одна семья – один ребенок» привела к изменению традиционных форм поведения и ценностных приоритетов молодых китайцев (приоритетные ценности: зависимость от семьи, дети, образование). Инновационные коммуникационные системы (Интернет, мобильная связь) реализуют политику глобализации духовной жизни и форм поведения, обеспечивая формирование новых для китайцев приоритетных ценностей: самореализация, самостоятельность, потребительство. В Китае назревает кризис ценностной системы молодежи, проявляющийся в снижении значимости традиционных морально нравственных ценностей (семья, коллективизм, патриотизм), отсутствии четких правил и принципов, обуславливающих целенаправленность в действиях человека, социальных групп. Представления о ценностных приоритетах размыты, нет научно обоснованного политического механизма соединения традиционных национальных духовных ценностей с ценностями глобализирующегося мира, имеющими выраженную западную направленность. Трансформация ценностных ориентаций выражается в падении статуса общественно значимого труда, индивидуализме, безразличии, социальной пассивности.

3. Первенство в сфере идеологического воздействия на все группы молодежи Китая принадлежит современным информационным средствам (телевидение и Интернет), которые выполняют задачу трансляции политических, экономических и социальных достижений государства и активно влияют на принятие, или отторжение молодым поколением определенных социальных ценностей. Вместе с тем, медийные каналы не только выступают посредником в трансляции государственных ценностных приоритетов, но и сами активно участвуют в формировании этих ценностей, однако этот процесс в Китае часто остается бесконтрольным и мало изученным. Предполагается, что СМИ латентно навязывают своей аудитории определенные идеологические штампы и стереотипы, способствуя тем самым укреплению существующего общественного порядка и ослабляя критическое мышление.

4. Среди ценностных приоритетов китайской молодежи, сформированных под влиянием СМИ, на первом месте стоят ценности самоутверждения и самореализации. Образование по отношению к ценности материального

благополучия и карьеры, является менее распространенной ценностью. Увеличился объем инновационных ценностей: предприимчивость, индивидуализм, инициатива, стремление к новому, оценка своей жизни по собственным критериям. Инновационные ценности, принимаемые молодежью в качестве приоритетных, не способствуют социальной интеграции и диалогу поколений. Ценностное содержание информационного пространства отражает современную ситуацию в китайском обществе, когда такие ценности как карьера, социальный престиж, самоутверждение все более возвышаются над традиционными ценностями – безопасность, социальные связи (дружба), брак (семья).

5. Направления влияния СМИ на трансформацию ценностных приоритетов молодежи Китая определяются технологичной и содержательной стороной функционирования информационных ресурсов. Технологичное направление связано с тем, что развитие высокотехнологичных СМИ, быстро осваиваемых молодежью и отторгаемых многими китайцами старших возрастов, привело к разрыву поколений, вследствие чего нарушена системная преемственность в передаче духовного опыта от старшего поколения к молодому. Содержательный аспект влияния СМИ на иерархию ценностного ряда молодежи обусловлен тем, что, во-первых, переходные социокультурные периоды характеризуются состоянием некоторого ценностного кризиса, в ходе которого старые ценности отрицаются, а новые еще не успевают оформиться и стать общезначимыми; во-вторых, система стихийной социализации, осуществляющаяся под влиянием глобализирующихся СМИ, вовлекает молодых людей в неорганизованное информационное поле, тем самым, создавая особую структуру потребностей, интересов, впоследствии и трансформированную систему ценностей. Государственное регулирование этих процессов осуществляется в Китае путем введения жесткой цензуры, которая не способствует позитивному развитию современных информационных средств, но обеспечивает равновесие традиционных и инновационных ценностей.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в обогащении дисциплинарного содержания социологии управления характеристикой национальных особенностей процессов идеологического воздействия на социальные группы, в возможности использования полученных результатов для развития теоретического содержания социологии СМИ, социологии молодежи. Содержащиеся в диссертации основные положения, выводы, эмпирические данные способствуют углублению понимания особенностей государственного регулирования СМИ Китая, прежде всего в аспекте их влияния на ценностную сферу китайской молодежи. Материалы диссертации и представленный в ней вариант теоретического исследования проблемы могут стать основой для последующего изучения информационно-идеологического воздействия на духовную сферу социальных групп, а также разработки новых научных подходов к управлению медийным

пространством в условиях экономического и политического реформирования общества.

Практическая значимость работы состоит в том, что выводы и положения диссертации могут быть использованы в разработке специальных государственных программ по информационной безопасности, по целенаправленному информационно-медийному воздействию на молодежь, в преподавании курсов социологии управления, социологии СМИ, социологии молодежи, социологии коммуникаций. Полученные результаты найдут применение в области теории и практики идейно–воспитательной работы с молодежью, а также будут служить практическим инструментом обеспечения молодежной политики КПК, правительства КНР и комсомола Китая.

Апробация диссертационной работы. Основные положения, выводы и научные результаты исследования были обсуждены на методологических семинарах кафедры гуманитарных и социально–политических наук Московского государственного технического университета гражданской авиации, прошли апробацию в выступлениях на Международных научно-практических конференциях, в том числе:

- III Международной научно–теоретической конференции «Коммуникативные стратегии информационного общества» (г. Санкт–Петербург, 17–19 ноября 2010 г.);
- Международной научно–технической конференции «Гражданская авиация на современном этапе развития науки, техники и общества» (г. Москва, 26 мая 2011 г.);
- Международном Форуме по проблемам науки техники и образования «III тысячелетие – новый мир» (г. Москва, 21 декабря 2011 г.);
- IV Всероссийском социологическом конгрессе «Социология в системе научного управления обществом» (г. Москва, 2–4 февраля 2012 г.).

Содержание диссертации отражено в 11 научных публикациях автора, в том числе в трех статьях, опубликованных в научных журналах, рекомендуемых ВАК.

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

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность избранной темы, проанализировано состояние ее разработанности в научной литературе, сформулированы объект и предмет исследования, определены цель и задачи исследования, эксплицированы его методологические основы и теоретические источники, сформулированы основные положения, составляющие научную новизну, теоретическую и практическую значимость работы. Представлены положения, выносимые на защиту, а также формы апробации результатов работы.

В первой главе – «**Государственное регулирование информационно–медийной инфраструктуры Китая**» – раскрываются

особенности участия государства в создании и развитии информационно–медийного комплекса КНР, определены направления политики государства и КПК в разработке перспектив развития структуры и содержания национального медиапространства.

В параграфе 1.1. – «*Организационно-регулятивная роль государства в создании информационно-медийной инфраструктуры Китая*» дано определение медиапространства, охарактеризовано значение информационных ресурсов для решения управленческих задач, дан анализ исторических этапов эволюции информационно-медийного комплекса в Китае.

Информационно-медийная структура любого государства нацелена на распространение сообщений определенного содержания посредством разнообразных каналов трансляции информации (печать, радио, телевидение, Интернет, мобильные телекоммуникационные системы) среди достаточно многочисленных социальных групп, рассредоточенных в пространстве. Транслирование сообщений осуществляется не только с целью информирования населения, но и решения определенных политических и экономических задач посредством оказания идеологического или организационного воздействия на взгляды, оценки, и поступки людей. Неконтролируемая информационная экспансия вызывает размышления по поводу содержания информационных потоков, которые могут быть использованы как инструмент управления, манипулирования обществом и человеком в достижении частных интересов и пропаганды ценностей, способных нарушить единство общества. Противостояние этому процессу требует активного вмешательства государства в медиапространство, регулирование структуры и содержания которого должно быть направлено на защиту людей от информационных воздействий, способных нанести вред их социальному здоровью, разрушить основы их нравственности. В трактовке медиапространства диссертант опирается на точку зрения Е.Н. Юдиной, утверждающей, что термин «медиапространство» «имеет интегральное качество, которое заключается в том, что позволяет рассмотреть возникающий социальный феномен в контексте социологической традиции изучения социального пространства. *Медиапространство может быть позиционировано как особая реальность, являющаяся частью социального пространства и организующая социальные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации*»²⁸ (курсив Е.Н. Юдиной).

В КНР средства массмедиа играют особую роль в идейно–нравственном развитии широких слоев населения, в реализации национальной информационной политики в рамках скачка, который совершил Китай из феодализма в XXI век. В год создания КНР (1949 г.) более 80 % населения было неграмотным. Образование в октябре 1949 года Китайской Народной Республики дало толчок

²⁸ Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения). Дисс... д.социол.наук. – М., 2008. – С.3.

развитию национальной китайской информационной медиасистемы. ЦК КПК разработал два основных документа, определявших работу СМИ: «Решение ЦК КПК о развертывании критики и самокритики на страницах газет и печатных изданий» (апрель 1950 г.) и «Решение ЦК КПК об улучшении работы газет» (июнь 1954 г.). Цель этих документов состояла в том, чтобы с помощью директивно-административных мер добиться развертывания всеми редакциями периодических изданий «правильной критики и самокритики под руководством компартии». В 1958-1968 г.г. политика «большого скачка» охватила все сферы общественной жизни, информационные каналы в том числе. Впоследствии китайские исследователи истории китайской журналистики считали, что во время «большого скачка» китайской информационной системе был причинен значительный ущерб. Периодические издания, радиопередачи были переполнены не соответствующими действительности информацией и сообщениями об успехах. Журналистам, выступавшим против этого, был приклеен ярлык «правого элемента», «выступившего против трех красных знамен». По мнению российских исследователей «идеологические и политические атаки, проводимые одна за другой, их всепроникающий характер и огромный размах создали в Китае невиданную до тех пор атмосферу контроля над людьми и решительного подавления инакомыслия»²⁹.

Состоявшийся в декабре 1978 г. 3-й пленум КПК 11-го созыва разоблачил и устранил с политической арены «банду четырех», положил конец бесперспективным экономическим реформам и трагическим годам разгула в стране «культурной революции» и наметил курс «коренных перемен» во всех сферах жизни китайского общества. Таким образом, управление информационно-медийной структурой Китая, осуществляемое государством при ведущей роли КПК, отразило сложные социальные процессы борьбы за развитие элементов демократии в жизни китайского народа.

В параграфе 1.2. – «*Особенности развития информационного комплекса в КНР*» – определены новые тенденции в развитии медиапространства, показано, что изменения этой социальной сферы обусловлены спецификой политического устройства страны, доминированием государства и коммунистической партии в организации содержательного наполнения массмедиа.

Исследователи теории и практики функционирования информационной инфраструктуры Китая оценивают состояние системы СМИ в десятилетний период «культурной революции» не только с позиции отрицания ее уродливых явлений, но и считают, что, прежде чем предать забвению кошмарное десятилетие, необходимо извлечь из него «негативные поучительные уроки».³⁰ В диссертации проанализирована точка зрения профессора Гань Сифэня, директора Института общественного мнения факультета журналистики Народного

²⁹ Кюзаджан Л.С. Идеологические кампании в КНР (1949-1966). – М., 1970.

³⁰ Гань Сифэнь. Два десятилетия, две эпохи, десять огромных преобразований (□□□□□□□□□□□□□□□□) // Синьвэнь чжаньсянь. – 1986. – №10. – С.5-7 (на кит яз.).

Университета Китая, считающего, что за последнее время изменился характер периодической прессы, которая из средства борьбы за власть и манипулирования общественным мнением в период политического лидерства «группы по делам культурной революции», снова стала партийным органом и выразителем общественного мнения народа. На новом этапе пресса возродила здоровые традиции критики и самокритики.

Долгое время правительство не могло определиться в вопросе о развитии Интернет, но в результате разработка и внедрение новейших телекоммуникационных технологий была включена в государственные программы развития китайской науки и техники. В конце 1996 г. в Китае положено начало разработке законодательных актов, регулирующих деятельность провайдеров и пользователей информационных сетей. Китай постоянно принимал поправки по ужесточению изначально установленных правил пользования Интернетом, последние из которых были введены в 2011 г.г. и связаны с установлением жесткой цензуры как контента отдельных сайтов, так и допуска пользователей к этому информационному каналу. Таким образом, руководство страны последовательно проводит политику развития национального пространства Интернет согласно общей концепции реформ, проводимых в последние десятилетия: модернизация и стимулирование процессов в экономике и одновременное сдерживание политических и идеологических преобразований.

В параграфе 1.3. – *«Политика государства и КПК в разработке перспектив развития структуры и содержания национального медиапространства»* – раскрываются направления развития современных каналов информации, определяются доминирующие компоненты китайского медиапространства.

Развитие информационной инфраструктуры Китая проходит с учётом интересов безопасности страны и учитывает потребности населения. В настоящее время основными направлениями этого процесса выступают включение в мировую информационную структуру, взаимодействие с международными СМИ, разнообразие медиапространства. Китай обладает развитой информационной структурой, включающей издательскую индустрию теле- и радио-индустрию, киноиндустрию, индустрию электронных массмедиа. Конечно, как и прежде, в качестве наиболее развитых и устойчивых выступают партийные и государственные информационные каналы, прежде всего, информационное агентство Синьхуа. Такая ситуация обусловлена особенностями политической организации Китая, где Коммунистическая партия играет роль правящей, выступая авангардом китайского народа. В последние годы наблюдалось динамичное развитие онлайн-СМИ. Специалисты предполагают интегрированное движение сетевых и традиционных СМИ по пути создания универсальных, мультимедийных информационных комплексов, характеризующихся высоким качеством технологического обеспечения, содержательным звуко- и видеорядом.

Достаточно хорошо развитая система идеологического давления и пропаганды, сложившаяся в Китае, активно осваивает в последние годы новые

технологические возможности для экспансии своего функционирования в мировом информационном пространстве. Эта ситуация находит отражение в увеличении количества китайских информационных каналов на иностранных языках и расширении государственного участия в Интернете. В развитии китайских СМИ отчетливо формируется тенденция к образованию межрегиональных, трансмедийных, и многоуровневых мультимедийных корпораций.

Важной тенденцией развития информационной медиаструктуры является укрепление цензуры. Содержание Интернет-сайтов и порталов в Китае бдительно контролируется Министерством общественной безопасности. Материалы, представляющие с точки зрения правительственных чиновников, угрозу национальной безопасности ликвидируются, и доступ к ним на территории страны блокируется в течение короткого времени. Такая цензура обеспечивается закрепленным в законодательных актах контролем за деятельностью Интернет-провайдеров. Техническое оснащение цензурирования представлено системой автоматического фильтрования и блокировки информации, угрожающей национальной безопасности.

Главные мероприятия, которые Китай намеревается осуществить в медиaprостранстве, прежде всего, связаны с распространением национальной социалистической передовой культуры и развитием системы социалистических ценностей как ядра информационного потока. Таким образом, сложившаяся в настоящее время в Китае информационно–коммуникативная система функционирует в форме «управляемой открытости». Прежде всего, для неё характерно укрепление централизованного контроля государства над основными способами и средствами внутренней и внешней информационной деятельности. Вместе с тем контроль перестал подразумевать полный запрет на вариативную информацию. Иными словами, используя в полной мере технологические и содержательные возможности ограничений свободы информации, идеологический аппарат государства обладает необходимой технической оснащённостью и квалификацией, чтобы организовать информационное противоборство и противостоять как иностранным идеологическим диверсиям, так и внутренним китайским диссидентам.

Во второй главе – **«Ценностные приоритеты китайской молодежи как объект управления»** – определены основные теоретические трактовки категории «ценность» и выявлены управленческие аспекты ее содержания, дана характеристика традиционных ценностей китайского народа, обоснована политико-экономическая обусловленность ценностных предпочтений китайской молодежи.

В параграфе 2.1. – *«Управленческие аспекты содержания категории «ценность»* – определены особенности трактовки содержания рассматриваемой категории в философии, психологии и социологии, доказано, что данная категория имеет нормативно–регулятивный характер, дана классификация

ценностей, показано значение аксиологического знания для управления деятельностью социальных групп.

В социологии ценностная проблематика связана с рассмотрением социальных регулятивных механизмов и ценности изучаются как компоненты общественного сознания, выполняющие по отношению к человеку нормативно-предписывающие, нормативно-регулирующие и контролирующие функции. В традиции изучения ценностной компоненты жизни социума в целом и отдельных социальных групп были выработаны разные определения этого интересного концепта социологии. В диссертации определена специфика понятий «ценность», «ценностная ориентация» и охарактеризовано видовое понятие «ценностные приоритеты». В современной научной литературе резкое разграничение между понятиями «ценность» и «ценностная ориентация», как правило, не проводится. Понятие «ценностные приоритеты» в русле социологического анализа предполагает наличие ряда ценностей, иерархизируемых согласно шкале предпочтений субъекта. Приоритетными в данной иерархии считаются ценности, выбираемые субъектом с большей частотой.

В результате изучения большого массива теоретических исследований в области аксиологической проблематики в исторической ретроспективе от Аристотеля до неокантианства, в диссертации показано, что в основе ценности лежит значимость объекта для субъекта, причем ценность имеет характер нормы, задающей смыслообразующий вектор всем поступкам социального актора. Методологически значимой для диссертационного исследования выступает идея Э. Дюркгейма, поддерживаемая всеми аксиологами, что внутреннее освоение социальных ценностей выступает фактором, определяющим поведение человека в обществе: «мы явственно ощущаем, что не являемся хозяевами наших оценок, что мы связаны и принуждаемы. Нас связывает общественное сознание»³¹. Нормативно–регулятивный характер ценности выражает первый управленческий аспект в содержании этой категории.

Усвоение личностью определенных ценностей как приоритетных предполагает построение определенной ценностной иерархии. Иерархичность выступает важнейшей особенностью системы ценностей субъекта и позволяет говорить о ценностных приоритетах, в которых выражено доминирование одной ценности по отношению к другой, и, следовательно, предпочтения в выборе соответствующих форм деятельности. В диссертации дан обзор имеющихся в научной литературе систем ценностей, классифицируемых по иерархии, направленности, предметности. Авторы, классифицирующие ценности по приоритетности, выстраивают на этой основе типологии личности. Здесь высвечивается второй управленческий аспект категории ценность (прогнозный), поскольку знание ценностной иерархии субъекта, предпочитающего определенные ценности, дает возможность прогнозировать его поведение. Третий управленческий аспект (идеологический) в содержании категории «ценность»

³¹ Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение: Пер. с франц. - М.: Канон, 1995. – С.290.

связан с ее социальной сущностью, поскольку ценность выступает не только регулятором социальной деятельности, основанием выбора определенных форм поведения, но и социально–идеологическим цензором, с которым субъект сверяет свои поступки. Идеология выступает своеобразной «духовной властью» в обществе, оказывающей влияние на каждого человека. Особое значение имеет идеология, выражающая определенную систему ценностей, для управления ценностными ориентациями, духовным миром молодежи. Формирование ценностной системы, на которую ориентируется молодежь, обеспечивает ценностно-ориентационное единство общества, то есть такое моральное и социально-психологическое состояние общественного сознания, когда осознается общность взглядов на основополагающие ценности определенными социальными группами.

В параграфе 2.2. – «Традиционные духовные ценности китайского народа» – эксплицирована система духовных ценностей, исторически сложившихся в китайской культуре и составляющая основу организации жизнедеятельности китайского народа.

Источником духовно–ценностных приоритетов китайского народа выступает учение Конфуция, которое оказало значительное влияние на формирование национальных особенностей функционирования социума, начиная от организации социальной жизни и кончая межличностными отношениями в малых группах. Китайская, главным образом, конфуцианская, философия всегда уделяла большое внимание проблеме взаимосвязи внутренних, идущих от человека, и внешних, идущих от государства, источников происхождения ценностей, имеющих нормативный характер. На протяжении веков складывалась национальная традиция культивирования представлений, исходящих из безусловного приоритета общности над индивидом, отрицавших право человека на автономное обособленное, самоценное существование. Сознание широких слоев населения приобрело выраженный общинно-коллективистский характер. Семья, общинное существование, нивелирование индивидуальности – это традиционные ценности повседневной жизни китайца, определяющие особенности его поведения. И в настоящее время в Китае доминирует коллективистски–общинная структура ценностей, выступающая базой социалистических отношений даже в условиях создающейся рыночной экономики. Система государственной собственности выступает основой экономической жизни; китайский народ день изо дня старается способствовать приращению производства и считает это важнейшим делом своей жизни. По мнению китайского ученого Су Тин Сина, коллективистская система ценностей – это такая система установок и целей, когда «большинство китайских прогрессивных элементов моделируют человека – коммуниста, который претворяет эти цели в жизнь»³². Исследователи отмечают, что Запад все чаще

³² Су Тин Син. Исследование тенденций развития китайской молодежи (□□□□□□□□□□).
// Исследование современной молодежи. – Пекин, 2003. – № 5. – С.14 (на кит.яз.).

обращается к китайской культуре не только для того, чтобы «найти ответ на вопрос об источниках экономического роста, но и для того, чтобы восполнить утерянные навыки коллективизма и духовности, ценность которых проявляется сегодня в самых разных сферах»³³.

Одним из главных в теоретических построениях китайских мыслителей всегда был вопрос о том, как наилучшим образом управлять государством, который они решали в русле анализа вопроса о том, какие черты должны быть у тех, кто управляет и тех, кто подчиняется, чтобы в государстве был порядок, стабильность и спокойствие. Указанные вопросы решались исходя из доминирования государства по отношению к человеку. Это положение базировалось на утверждении в национальных традициях культа отца и старших в семье, культа семьи, общины, культа государственных чиновников. Культ старших, приверженность к консерватизму и традициям базировались на учении Конфуция о «благородном человеке» (цзюньцзы). Важное качество, которым должен обладать благородный человек – доброжелательность, человеколюбие (жэнь). «Благородный думает о справедливости, а низкий - о выгоде» - один из афоризмов Конфуция. Таким образом, традиционными ценностями китайского народа выступают уважение к старшим, к государственной власти, доброжелательность, человеколюбие. В традиционной ценностной системе низко ценятся индивидуализм, стремление к материальной выгоде.

В параграфе 2.3. – *«Политико-экономическая обусловленность ценностных приоритетов современной китайской молодежи»* – дана социологическая характеристика китайской молодежи как социальной группы, показана трансформация её отношения к традиционным духовным ценностям, связанная с политическими и экономическими реформами, проводимыми в стране.

Сложные условия политического, экономического и культурного реформирования страны повлияли на формирование нового поколения китайцев, самосознание которых обладает специфическими особенностями. Основные характеристики китайской молодежи как социальной группы отражают реальные процессы в социальной жизни современного китайского общества. Современную молодежь Китая представляют люди, родившиеся после 1990 года, данное поколение обладает некоторыми новыми свойствами, которых у старших поколений нет. К примеру, в своей семье они являются единственными детьми и социализируются как личности в особом коммуникативно–информационном пространстве, находясь под сильным влиянием современных телекоммуникационных технологий.

В 2005 г. в структуре населения Китая согласно статистике молодые люди в возрасте от 14 до 35 лет составляли около трети (34,0% – 429 миллионов человек). Уровень урбанизации молодого населения составляет 48,52% (уровень

³³ Виноградов А.В. Китайская модель модернизации. Поиск новой идентичности. – М: ПИМ, 2005. – С.11.

урбанизации всего населения Китая – 42,9%).³⁴ По статистике шестой всекитайской переписи населения, эта пропорция в 2010-том году достигла 49,6%.³⁵ В Китае почти все молодое население имеет полное и неполное начальное образование, уровень неграмотности молодежи составляет 1,5% (возрастная группа 15-29 лет). В старших возрастных группах уровень неграмотности населения (возраст выше 30 лет) составляет 14,4%. Имея в виду, что общий уровень неграмотности населения Китая составляет 11,1%, можно отметить достаточно значимый разрыв в образовательных параметрах молодого и зрелого населения.

Продолжающаяся более 20 лет экономическая реформа и открытая политика значительно изменили представления и ценности молодежи. Особенно сильное влияние на эти изменения оказали новые экономические условия, в которых наибольшие изменения претерпели отношение к образованию, профессии, сфере любви, брака, потребления. Китайская молодежь 50-х г.г. прошлого века практически не говорила о деньгах, улучшение личной жизни она связывала с процветанием страны, с трудом для общества. В 1960-70-е г.г. деньги, еще не выходя на первый план, приобретают более значимые позиции в целях молодого поколения того времени, однако его главная забота – «продолжение революции». К началу 1990-х г.г. деньги в жизни молодого человека становятся главной целью жизни и борьбы; символом высоты социального положения, оценкой и стандартом жизненного успеха. Многие китайские ученые констатируют, что в 90-е годы XX в. ценностные предпочтения молодежи стали не только утилитарно-практическими, но и начали отличаться от наиболее важных и традиционно принимаемых в обществе. Большинство молодых китайцев продолжают пребывать под финансовой опекой родителей. В соответствии с данными китайской статистики, только 23% молодых людей полностью не зависят от родителей в материальном отношении. Тем не менее, тенденция почитания семьи, уважения семейных ценностей постепенно меняется, особенно в крупных городах (Пекин, Гуанжоу, Шанхай). Современные китайцы чувствуют, что общение с молодежью становится сложным делом. Некоторые китайские социологи даже экстремально считают, что в Китае разные поколения друг друга не понимают. Китайцы старшего поколения родились и выросли под красным знаменем, большинство из них до сей поры в глубине своего сердца сохраняют коммунистический идеал. Китайцы среднего поколения как их старшее поколение, переживали тяжелые годы в самом начале образования КНР и разнообразные политические или экономические кризисы, влиявшие на общество Китая. Поэтому они упорные, трудолюбивые, выносливые, могут стойко переносить трудности. Китайцы молодого поколения хоть как их мать и отец,

³⁴Основные ситуации развития современного китайского молодежного населения (□□□□□□□□□□□□□□□□). URL:<http://www.cygs.org/InsInfo.asp?InsID=19&ID=10840> (дата обращения 12.11.2011) (на кит.яз.)

³⁵Коммюнике об основных данных шестой всекитайской переписи населения в 2010 году (2010□□□□□□□□□□□□□□□□). URL: http://www.stats.gov.cn/tjgb/rkpcgb/qgrkpcgb/t20110428_402722232.htm (дата обращения 05.12.2011) (на кит.яз.).

родились в этой социалистической стране, почти не наследовали «революционные традиции» от старшего поколения. Они слабые, ленивые, охотно стремятся к наслаждению и удовольствию, но не так конкурентоспособны в сфере работы по сравнению с поколением родителей. Такое явление, по мнению диссертанта, обусловлено политикой «планируемая рождаемость», так как у каждой семьи только один ребенок, поэтому родители чрезмерно и слепо любят и опекают свою «будущую надежду». Китайские дети сверх меры избалованны, так как им ни в чем не отказывают. Вместе с тем, надо заметить, что эта особенность характеризует, прежде всего, отношение к детям и их поведение в городских семьях. В деревнях отношения детей с родителями регулируются на основе традиционного уклада жизни, основой которого выступает почитание старших. В результате мероприятий «одна семья – один ребёнок» основа китайского семейного мировоззрения, связанная с «культулой стариков» трансформировалась в базисную семейную ценность «культулы детей». Несмотря на ориентацию молодых китайцев на материальные возможности семьи и ее поддержку, результаты социологических исследований ценностного сознания китайской молодежи показывают низкую степень уверенности в персональном благополучном будущем. Фиксируя эту ситуацию, заместитель директора Исследовательского центра китайской молодежи Лю Цзюньянь отметил, что «китайский народ завершил дело, которое другие нации выполняли столетиями, за несколько десятилетий, соответственно из этого исходит непригодность нового поколения к системе»³⁶.

В третьей главе – **«Формирование ценностных приоритетов молодежи в медиакосмосе Китая»** – дифференцировано влияние различных медиаканалов на молодежь, определены ценностные приоритеты китайской молодежи в выборе информационных каналов, дана характеристика ценностной структуры коммуникативно-информационного космоса молодых китайцев, приведены данные социологического исследования отношения молодежи к ценностному содержанию СМИ.

В параграфе 3.1. – *«Дифференциация влияния массмедиа на китайскую молодежь»* – раскрыты особенности влияния разных информационных средств человека, дан анализ результатов социологического исследования отношения китайской молодежи к СМИ.

Средства массовой информации не только духовно влияют на социальные группы, но и «производят» их духовный мир. Посредством создания определенных образов, объединяющих реципиентов на основе одновременного и однотипного восприятия содержания виртуальной культуры, формируются особый тип личности, который подобно современной массовой культуре, является результатом целенаправленного серийного производства. Сегодня в Китае

³⁶ Молодежь Китая под призмой студентов мировых вузов / Сайт «Русско–китайский фонд развития культуры и образования» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinastudy.ru/news/id/499> (дата обращения 14.02.2012).

совокупность медиаканалов сложилась в систему, способную эффективно выполнять свои функции в интересах государства и общества. Развитие новых каналов и форм социальной коммуникации в начале XXI века поставило их вровень с такими китайскими общепринятыми коммуникативными формами информационного воздействия, активно воспроизводящими требуемые социальные ценности, как идеологическая пропаганда коммунизма в новой Эре (в русле теории образования общества гармонии и согласия), художественная литература и другие виды искусства. Массмедиа становятся основным каналом воздействия на духовный мир китайской молодежи и претендуют на роль приоритетного субъекта в формировании мировоззрения как отдельной личности, так и ценностных ориентаций целых молодежных общин.

В диссертации на основе данных, полученных в проведенном диссертантом социологическом исследовании, дифференцировано отношение молодежи к отдельным каналам СМИ и выявлены информационные приоритеты в оценке источников информационного воздействия. Исследование показало, что большинство опрошенных в качестве основного информационного канала выбрало телевидение (38,3%), четверть опрошенных (24,7%) предпочитает Интернет, 22,8% – газеты и только 13,3% опрошенных уверены в том, что они предпочитают радио остальным каналам (интересно отметить, что журналы читают только 1,1%)³⁷.

В диссертации дана характеристика каждого канала СМИ, определены особенности их воздействия на человека, выделены позитивные и негативные аспекты их функционирования в качестве способов управления личностью.

В параграфе 3.2. – *«Ценностное содержание коммуникативно-информационного пространства китайской молодежи»* – определяются основные ценностные приоритеты молодежи в выборе содержательного контента медиаканалов.

Коммуникативно-информационное пространство понимается как совокупность процессов передачи, получения и использования информации, необходимой для обеспечения взаимодействия социальных групп и отдельных личностей. Социологический анализ предпочтений в выборе содержательных позиций, предлагаемых средствами массовой информации, и выбор этих средств как каналов коммуникативного взаимодействия и способа удовлетворения информационно-коммуникативных потребностей может служить основанием для принятия решений в управлении политической, экономической и культурно-воспитательной сферами общественной жизни. Следует обратить внимание на характер информации, интересующей молодежь. Среди наиболее востребованной в молодежной среде – информация культурного, развлекательного и политического характера. Так, 27,3% опрошенных молодых людей в качестве основных телепрограмм, которые они чаще всего смотрят, назвали фильмы и

³⁷ Социологическое исследование было проведено в Китае методом опроса (анкетирования) в ноябре 2010 - феврале 2011 г. Объем выборки составил 1074 молодых людей в возрасте 19-30 лет.

сериалы, 21,5% – спортивные программы, 18,3% – развлекательные юмористические программы. Только 15,6% в числе предпочитаемых назвали научно-популярные программы, 7,2% – программы о культуре, 7,5% – новостные информационные программы. Знание о том, какого рода телевизионные передачи, какие радиостанции, какие сайты в Интернете, а также какую прессу в последнее время читает молодежь, дают нам возможность понять особенности изучаемой нами группы людей и узнать, каковы их интересы и приоритеты в жизни в целом.

Большое значение в оценке медиа имеют данные о степени доверия, оказываемого разным каналам. В исследовании было выяснено, что в целом СМИ вполне доверяют 68,5% респондентов, то есть большинство. Молодые люди вполне доверяют информации, получаемой по телевидению (51,8%) и радио (47,9%). Часть респондентов не может определенно ответить на вопрос о доверии информации, содержащейся в Интернете (41,4% затрудняются ответить и 38,7% доверяют Интернету). Такая ситуация может быть объяснена тем, что разные виды информации, прежде всего новости, выкладываемые на страницы мировой сети, обычно дублируют информацию других информационных каналов.

Большинство опрошенных молодых людей считают, что представления о том или ином событии в мире и его оценка формируются под влиянием СМИ: такая ситуация постоянно и довольно часто возникает у 75,2%, в такой ситуации очень редко или никогда не оказывались 21,4%, затрудняются с ответом 3,4%. И вновь приводим данные о связи этого факта с данными о доверии СМИ: среди тех, кто доверяет им и считает, что их представления о многих вещах формируются под воздействием средств массовой информации - 51,3% опрошенных студентов.

Данные социологического опроса позволяют сделать вывод о том, что современные информационные средства обладают первенством в сфере идеологического воздействия на все группы молодежи Китая. Предполагается, что массмедиа неявно навязывают своей аудитории определенные идеологические штампы и стереотипы, способствуя тем самым укреплению существующего общественного порядка и ослабляя критическое мышление. Поэтому надо всегда иметь в виду, что СМИ могут не только формировать и укреплять ценностные приоритеты, но и быть механизмом разрушения традиционных духовно-идеологических установок.

В параграфе 3.3. – *«Изменение ценностных приоритетов китайской молодежи под влиянием СМИ»* – дана презентация результатов социологических исследований влияния медиаканалов на ценностный мир китайской молодежи.

С началом рыночных преобразований а, следовательно, с возникновением качественно новых социальных структур, в Китае стало проследиваться нарушение преемственности ценностных идеалов. Стихийная неорганизованная социализация, осуществляющаяся в том числе под неконтролируемым влиянием информационных каналов, вовлекает молодых людей в новое информационное пространство, тем самым способствуя формированию новой структуры потребностей, интересов, впоследствии обуславливая трансформированную

систему ценностей. По мнению опрошенных молодых людей СМИ пропагандируют и тем самым конструируют определенную иерархию ценностей, воспринимаемых молодым поколением. Например, в группе ценностей существования (жизнь, здоровье, безопасность, физическая красота) по мнению респондентов, медиаканалы ориентируют, прежде всего, на красоту, потом на ценность жизни, а безопасность оказывается на одном из последних мест.

В группе интеракционистских ценностей, считают опрошенные, СМИ отдают приоритет такой ценности как любовь, затем следуют профессиональные отношения и дружба, а на брак, полагают респонденты, содержание современных медиаканалов почти совсем не ориентирует современную молодежь. Эта ситуация уже была выявлена в некоторых социологических исследованиях, авторы которых заметили, что перемена взглядов молодых людей на любовь и брак, произошедшая под воздействием преобразования социокультурных норм и традиций, существенно понизила степень влияния родителей на формирование их мнений об этих ценностях, тогда как значение СМИ в этом процессе, наоборот, возрастает.

В группе социализирующих ценностей, содержанием которых выступает самоутверждение личности в обществе, среди ценностей, на которые ориентируют молодежь медиаканалы, на первом месте, по мнению опрошенных, находится ценность материального благополучия (72,4%), на втором месте стоит карьера (59,6%), после них занимает место социальный престиж (социальное признание) и образование. Таким образом, по оценкам молодых людей, в СМИ утверждается взгляд, согласно которому в настоящее время в Китае социальный успех человека оценивают в большей мере не по наличию у него определенного образования (хотя образование продолжает оставаться в числе важных ценностей молодежи Китая), а благодаря материальному благополучию, успешной карьере, социальному признанию.

Среди индивидуализирующих ценностей в качестве приоритета, пропагандируемого информационными каналами, выступает активная жизнь (предприимчивость), на втором месте по значимости находятся самостоятельность и индивидуальность, далее – свободное время. Творческая деятельность в приоритетах, предлагаемых информационными каналами находится на одном из последних мест.

Таким образом, среди ценностных приоритетов, формируемых массмедиа, по мнению молодых китайцев, на первом месте стоят ценности самоутверждения и самореализации. По мнению респондентов, СМИ призывают молодых людей быть активными, предприимчивыми, самостоятельными и проявлять индивидуальность. Результаты исследования являются чрезвычайно важными по той причине, что представляют собой отражение сегодняшней ситуации в обществе, когда такие ценности как материальное благополучие, карьера, социальный престиж все более возвышаются над так называемыми общечеловеческими или очень важными для любого человека, ценностями - здоровья, безопасности, брака. Эту ситуацию в нашем исследовании мы можем

увидеть глазами молодых китайцев, которые не только воспринимают, но и, что крайне важно, критически оценивают деятельность медиаканалов и их роль в жизни современной молодежи.

Ценности молодого поколения, как мотивационно–регулятивные принципы, обеспечивающие толерантное согласие, как в малых социальных группах, так и в социуме в целом, трансформируясь под влиянием медиаканалов, нередко пропагандирующих западные ценности, реализуя свои управленческие аспекты, о которых говорилось в п.2.1, могут способствовать деформации государственной системы. Данная ситуация требует организации социального контроля информационных потоков, противодействующего возникновению отклонений в социальной системе, обеспечивающего наряду с процессами социализации молодежи ее инкультурацию и интеграцию в обществе.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, делаются выводы о возможностях государственной информационной политики в области идеологического воздействия на молодежь и формулируются перспективы дальнейшего исследования факторов, влияющих на формирование ценностных приоритетов молодежи в медиапространстве Китая.

Основные результаты диссертационного исследования изложены в следующих публикациях автора:

**Статьи, опубликованные в научных журналах, рекомендованных ВАК
Министерства науки и образования РФ**

1. *Лю Пэн.* Социально-исторические условия развития средств массовой информации в Китайской Народной Республике (начальный период) [Текст] // Научный Вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2010. – №155. – С. 101–105. – 0,5 п.л.

2. *Лю Пэн.* Информационно-коммуникативное пространство китайской молодежи: опыт социологического анализа [Текст] // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 5. – С. 90–93. – 0,3 п.л.

3. *Лю Пэн.* Влияние государства на развитие медиаиндустрии в Китайской народной республике [Текст] // Научный Вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2012. – № 182. – С. 135–139. – 0,5 п.л.

Статьи и тезисы в научных сборниках и журналах

4. *Лю Пэн.* Воздействие средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций молодежи Китая [Текст] // Актуальные вопросы современной науки: сборник научных трудов. Выпуск 15 / под общ. ред. С.С. Чернова – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2010. – С. 169–177. – 0,5 п.л.

5. *Лю Пэн.* Тенденции развития СМИ в современном Китае [Текст] // Экономика, социология, философия, право: пути созидания и развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (21 дек. 2009 г.): в 4 ч./ отв. ред. д-р

эконом, наук, проф. В.И. Долгий. – Саратов: Издательство «КУБиК». 2010. – Ч. 3. – С. 112–116. – 0,3 п.л.

6. Лю Пэн. Развитие онлайн-средств массовой информации в Китае [Текст] // Экономика, социология и право. Ежемесячный научный журнал. – 2010. – № 5. – В 2 т. – Т.2. – С. 221–223. – 0,4 п.л.

7. Лю Пэн. Российско-китайское коммуникативное пространство: проблемы культурно-информационного воздействия. [Текст] // Труды III Междунар. науч.-теор. конф. – СПб.: Изд-во Политехн. университета, 2010. – С. 272. – 0,2 п.л.

8. Лю Пэн. Развитие радиовещания и телевидения в Китае [Текст] / Наука, техника, человек. Межвузовский сборник научных работ аспирантов и молодых ученых. – М.: МГТУГА, 2010. – С. 16–19. – 0,3 п.л.

9. Лю Пэн. Государственная политика Китая по культурно-массовой работе с молодежью [Текст] // Гражданская авиация на современном этапе развития науки, техники и общества. Сборник тезисов докладов участников Международной научно-технической конференции. – М.: МГТУГА, 2011. – С. 341. – 0,1 п.л.

10. Лю Пэн. Молодежная политика Китайской народной республики: проблема ценностных приоритетов [Текст] // Труды Международного Форума по проблемам науки, техники и образования / под ред. В.А. Малинникова, В.В. Вишневого. – М.: Академия наук о Земле, 2011. – С. 49–50. – 0,3 п.л.

11. Лю Пэн. Информационная политика Китая в сфере формирования национального самосознания молодежи // Социология в системе научного управления обществом. Материалы IV Всероссийского социологического конгресса, 2–4 февраля 2012 года / ИС РАН, ИСПИ РАН, РГСУ. — М.: ИС РАН, 2012. [Электронный ресурс]. URL:http://all-russia-sc.ru/netcat_files/File/Part20.pdf. - С. 1308-1309. – 0,2 п.л.

Лю Пэн

Управление формированием ценностных приоритетов молодежи в медиапространстве Китая

Диссертационное исследование посвящено выявлению направлений воздействия информационно-медийных ресурсов Китая на формирование ценностных приоритетов современной китайской молодежи. В диссертации раскрываются особенности государственного управления информационно-медийными ресурсами Китая, обосновывается партийно-государственный характер контроля за технической и содержательной компонентами национального медиапространства. Автором также обосновывается значение политико-экономических факторов в формировании иерархии ценностей современной китайской молодежи, показано, что государственные информационные ресурсы как средство государственного идеологического воздействия на молодежь решают задачу преодоления ценностных противоречий поколений, возникшего на основе действия политико-экономических факторов. Дифференцируется влияние информационных каналов массмедиа на духовный мир китайской молодежи, диагностируется ценностное содержание информационного пространства современной китайской молодежи, определяются приоритетные ценности, в качестве которых выступают самореализация и самоутверждение, выявляются направления влияния СМИ на трансформацию ценностных приоритетов молодежи Китая. В работе использованы данные, полученные в социологических исследованиях, проведенных автором или при его непосредственном участии.

Liu Peng

Controllers value priorities of young people in Chinese media space

The dissertation is devoted to the identification of areas of impact of information and media resources of China to the formation of value priorities of contemporary Chinese youth. The dissertation describes the peculiarities of government information and media resources of China, the Party-state grounded character control for technical and substantive components of the national media space. The author also justify the political and economic factors in the formation of a hierarchy of values of contemporary Chinese youth, shows that government information resources as a means of ideological influence on the state youth face the challenge of overcoming the contradictions of value generation that emerged based on the action of political and economic factors. Differentiated impact of mass media communication channels to the spiritual world of Chinese youth diagnosed value content of the information space of modern Chinese youth are determined by the priority values, which are mainly self-realization, self-affirmation, identify trends influence of media on the transformation of the value priorities of young people in China. We used data from sociological studies conducted by the author or with his direct participation.