

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

**Влияние иностранных телепередач на массовое сознание общества. (на примере Таджикистана)**

***Усманова Фарангис Ибрагимовна***

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Международные Отношения, Душанбе, Таджикистан  
E-mail: farangischick@yahoo.com*

Телевидение уже полувек является самым доступным и недорогим средством коммуникации. Это обстоятельство делает его не только одним из самых влиятельных средства управления обществом, но все более актуализируется точка зрения, что телевизионная коммуникация является мощным фактором разрушения массового сознания. Телевидение было признано в документах Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества «глобальной задачей в новом тысячелетии[1]», таким образом оно предъявляет новые, не рассматривавшиеся прежде требования к структурно-функциональным характеристикам телевидения, как призванного института массовой информации и нового института массовых коммуникаций. Однако, именно эта «массовость» оставляет негативные отпечатки на общественном сознании форматами своих каналов, целевой аудиторией, телепроектами. Следовательно, телевидение трансформируется из элемента гражданского самоконтроля в орудие массового разрушения сознания и гражданской позиции. Сущность и содержание проблемы разрушения массового сознания посредством телевидения на сегодняшний день недостаточно изучены. Феномен воздействия телевизионной коммуникации на массовое сознание зафиксирован в научной литературе приблизительно с середины XX века, т. е. практически с самого начала появления телевидения. В настоящее время существует большое количество зарубежных исследований, посвященных изучению потенциала воздействия средств массовой коммуникации на индивидуальное и массовое сознание, конкретным эффектам массовой телекоммуникации, процессу создания в сознании людей различных виртуальных объектов подражания посредством масс-медиа.

**Задачами** данной работы является следующее:

- определить роль телевидения в системе новых социальных отношений, представить информационную политику зарубежных телевизионных СМИ применительно к новым условиям;
- сформировать модель опирающегося на интересы общества телевидения, которая позволяет спрогнозировать изменения отношений между телевидением и обществом;
- обосновать принципы взаимодействия общественного телевидения и социально ответственного телевидения как важнейших политических институтов информационного общества;

Особенность работы заключается в том, что в Таджикистане за последние 20 лет не было ни одного исследования в сфере телевизионной коммуникации, что, естественно пагубно влияет на качество телепередач.

Таким образом, общество переключается на телепередачи спутникового телевидения.

Следовательно – количество просмотров снижается. Поэтому, основными целями работы являются:

- Анализ таджикских телепередач – формат, аудитория, количество просмотров, статистика.

- Проектирование основе Российских моделей телепередач, в целях предотвращения разрушительного влияния на гражданское сознание в Таджикистане.

А также создание информационной базы для дальнейшего развития телевизионной коммуникации на более качественном уровне.

[1] Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. (Женева 2003г. – Тунис 2005г.) Декларация принципов «Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии»//<http://www.un.org>.

### **Литература**

1. Бакулев Г.П. Основные концепции массовой коммуникации. М., 2002;
2. Бережная М. А. Социальная тележурналистика. СПб., 2005;
3. Герасимова С. А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности. СПб., 2000;
4. Вебер М. Избранное. Образ Общества. – М. : Юрист. 1994;
5. Лебон Г. Психология народов и масс. – М. : Эксмо, 2003;
6. Литгман У. Общественное мнение. – М. : Институт Фонда «Общественное Мнение», 2004;