

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

**Телевизионная коммуникация – разрушение массового сознания. (на примере России и Таджикистана)**

**Усманова Фарангис Ибрагимовна**

*Студент*

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

Телевидение вот уже более полувека является самым доступным и недорогим средством коммуникации. Это обстоятельство делает его не только одним из самых влиятельных средств управления обществом — все более актуализируется точка зрения, что телевизионная коммуникация является мощным фактором разрушения массового сознания. Несмотря на то, что телевидение было признано в документах Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества «глобальной задачей в новом тысячелетии»,<sup>[1]</sup> оно предъявляет принципиально новые, не рассматривавшиеся прежде требования к структурно-функциональным характеристикам телевидения как признанного института массовой информации и нового института массовых коммуникаций. Однако, эта массовость телевизионной коммуникации оставляет негативные впечатления на общественном сознании форматами своих каналов, целевой аудиторией, телепроектами и трансформируется из элемента гражданского самоконтроля в орудие массового разрушения сознания и гражданской позиции. Сущность и содержание проблемы разрушения массового сознания посредством телевидения недостаточно изучены. Феномен воздействия телевизионной коммуникации на массовое сознание зафиксирован в научной литературе приблизительно с середины XX века — т.е. практически с самого начала массового распространения телевидения. В настоящее время существует большое количество российских и 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 посредством масс-медиа. Данная работа основана на примерах некоторых телепередач Российских и Таджикских телеканалов, их сходства и различия в плане построения адекватного современного общества, с учетом различия культур. Можно отметить в докладе и то, что телевидение как элемент массовой коммуникации на сегодняшний день выступает и в роли коммуникатора между различными культурами - что делает его неотъемлемой частью межкультурной коммуникации.

<sup>[1]</sup>Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. (Женева 2003г.-Тунис 2005г.) Декларация принципов «Построение и

**Литература**

1. Вебер М. Избранное. Образ общества. - М.: Юрист, 1994; Згшмель Г. Созерцание жизни. - М.: Юрист, 1996; Мангеш К. Очерки социологии знания: Проблема поколения: состязательность и экономические амбиции. - М.: ИНИОН РАН, 2000;
2. Грушин Б.А. Указ. соч.; Яковлев А.И., Кириллов Н.П. Сознание народа. -Томск: Изд-во Том. ун-та, 1999;

3. 3.Лебон Г. Психология народов и масс. - М.: Эксмо, 2003; Тард Г. Общественное мнение и толпа. — М., 1902; Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии. - М., 2006;
4. 4.Литгманн У. Общественное мнение. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004;
5. 5.Макиавелли Н. Государь. — М.: Планета, 1990;
6. 6.Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и методы его исследования Вып. 1. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000;
7. 7.Dimbleby R., Burton G. More Than Words: An Introduction to Communication. L.; N.Y., 1998.
8. 8.Lasswell H.D The structure and function of communication in society. -N.Y.: Vail-Ballou Press, 1948.