

важно, кто был убитый террорист, его паспортные данные; важно, что этого террориста больше нет.

Российскому правительству следует учесть зарубежный опыт успешной борьбы с терроризмом. Конечно, учет опыта борьбы с терроризмом других стран – условие необходимое, но недостаточное. Методы и формы борьбы с терроризмом в России должны опираться на отечественный опыт и собственные ресурсы: нравственные, интеллектуальные, экономические, оборонные. Первостепенное значение приобретает оздоровление атмосферы в стране и возвращение доверия народа к органам власти, без чего власть не получит необходимой поддержки в борьбе с терроризмом. Предпосылкой оздоровления атмосферы выступают также усиление борьбы с коррупцией, меры, делающие понятной политику государства для населения.

4. Ликвидация последствий террористического акта. Мы считаем, что здесь спецслужбы работают достаточно эффективно.

Россия выступает одним из государств, добивающихся установления международно-правовой ответственности за любую форму содействия международному терроризму. Терроризм является одной из глобальных проблем человечества на современном этапе, и противодействие ему является одной из важнейших задач демократического общества.

И.Н. Киселеви

КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ПОСРЕДСТВОМ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Телевидение – один из главных источников получения информации в современном мире для подавляющего числа людей. Нельзя отрицать тот факт, что, имея огромную аудиторию, телевидение является фактором, сильно влияющим на восприятие обществом социальных проблем. Следует отметить, что влияние это не всегда однородно. Д.А. Авдиенко говорит о существовании двух основных коммуникативных стилей, характерных для аудитории СМК.

«Первый сориентирован на использование максимального количества источников информации, в том числе Интернета, второй стиль - традиционный, предполагает пассивные практики, основанные на использовании минимального количества источников, в первую очередь телевидения. Активный коммуникативный стиль характерен предпринимателям, государственным служащим и студентам, а пассивный стиль носит массовый характер, поэтому в данном случае можно говорить о существовании массового потребителя информации...»¹. Ошибочно считать, что телевидение пользуется безграничным доверием среди индивидов с пассивным коммуникативным стилем, наоборот, наибольшее доверие к информации СМК оказывают люди с активным коммуникативным стилем. Это можно объяснить тем, что «активные» имеют возможность сравнивать информацию, полученную из разных источников, тем самым, формируя свой собственный взгляд на события. «Пассивные» индивиды, фокусируясь только на одном источнике информации, телевидении, склонны не доверять ему полностью, допуская возможность манипуляции с его стороны. Такое поведение связано, скорее всего, с общим недоверием к власти в России в последние десятилетия, которое не могло не отразиться на доверии к СМИ как трансляторов действий власти.

Обобщая все выше сказанное, можно говорить о том, что в России отсутствуют инициативные группы или индивиды, способные выдвигать требования по отношению к власти, так как одни доверяют имеющимся источникам информации и не пытаются критически оценить содержание сообщаемого, другие настроены скептически к сообщениям СМИ, но не выражают явного протеста.

В связи с этим возрастает необходимость социологических исследований конструирования социальных проблем посредством телевидения. Одним из методов такого исследования является контент-анализ. Можно выделить две причины, по которым мы воспользуемся методом контент-анализа. Во-первых, метод контент-анализа отвечает требованиям конструкционистского подхода,

¹ <http://polijournal.spb.ru/120106>

выбранного нами для нашего исследования, то есть он позволяет объективно оценить какие проблемы в данный момент освещаются на телевидении. Как говорит по этому поводу М.М. Назаров: «Метод контент-анализа ориентирован на проведение объективного, измеряемого и проверяемого исследования содержания сообщений массовой коммуникации. С помощью контент-анализа можно определить степень соответствия сообщения намерениям коммуникатора и специфике канала, изучить связи между характеристиками сообщения и установками аудитории, а также ее реальным и коммуникативным поведением...»¹. Во-вторых, контент-анализ может послужить базой для массового обследования аудитории, то есть позволит уточнить и подтвердить правильность изложенных нами теоретических оснований.

А.В. Конькова

НЕСТАНДАРТНАЯ ЗАНЯТОСТЬ КАК НОВАЯ ФОРМА ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

За последние полтора десятилетия трудовые отношения не только в мире, но и в нашей стране претерпели изменения. «В частности, возросла роль таких форм занятости, которые ранее либо запрещались, либо находились в зачатом состоянии»². Раньше работник, устраиваясь на предприятие или в учреждение, получал полную занятость, бессрочный трудовой договор, оплаченные выходные, ежегодный отпуск и отпуск по болезни, социальное страхование, пенсионное обеспечение, медицинское обслуживание, также имел возможность в повышении квалификации. Это все давало человеку уверенность в будущем и ощущение достойной жизни. Именно такие условия труда и найма считаются стандартными, а отклонения от них – нестандартными формами занятости (НФЗ).

К нестандартным формам занятости можно отнести следующие: неформальная, неполная, самостоятельная занятость, сверхурочная, временная,

¹ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. М., 2003. С. 78.

² Капелюшников Р., Гимпельсон В. Нестандартная занятость и российский рынок труда // Вопросы экономики. 2006. № 1. С. 121.