

Духовная культура современного российского общества в СМИ

Новиков Валерий Игоревич

Студент (специалист)

Московский гуманитарный институт имени Е.Р. Дашковой, Гуманитарный факультет,
Кафедра журналистики и рекламы, Москва, Россия

E-mail: novikov.val84@mail.ru

Духовная культура общества представляет собой совокупность идей, связанных с существованием человека в мире, поэтому она отражается не только в деятельности сознания, но и в человеческих взаимоотношениях, в религиозных и научных представлениях о мире, в тех художественных образах, которые запечатлели этот мир во всем богатстве[1]. Недооценка влияния средств массовой информации на человека и манипуляция общественным сознанием становятся одной из главных причин вырождения культурных ценностей человека и общества, искусства и науки, нравственности и духовности, образования и воспитания подрастающего поколения. Для того, чтобы восстановить гармонию между законом и реальной жизнью, необходимо переместить акцент философского знания и общественного мировоззрения с внешнего на внутренний мир человека, на его высшие социальные и духовные чувства.

Духовный мир человека, если его не защищать, легко уязвим. Нередко с помощью средств массовой информации подрываются духовное здоровье и безопасность общества, внедряется бездуховность, господство материальных интересов, которое ещё Платон называл основой пороков человека общества и государства[3].

Сегодня, когда в нашем обществе кризис духовности и нравственности достиг угрожающих размеров, недооценка иностранного вмешательства не без помощи средств массовой информации является одной из глобальных ошибок.

Тезис «тот, кто владеет информацией, владеет миром» становится всё более актуальным. Как считает известный американский учёный О. Тоффлер, к исходу XX столетия знания и информация стали важнейшим ресурсом власти: они позволяют достичь искомым целей, минимально расходуя ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить противников в союзников. Можно сказать, что в этих условиях все победы и поражения свершаются на невидимом фронте информационно-психологической войны, использующей коммуникативные технологии с долговременными и кратковременными целями, а единое информационное пространство признается обязательным компонентом государственности[6].

В этих условиях роль средств массовой информации в манипуляции общественным сознанием значительно возрастает.

Увеличение роли СМИ в процессе манипулирования и стереотипизации общественного мнения свидетельствует о том, что на сегодняшний день в российском обществе происходят кризисные явления среди социальных институтов, ведущих эту деятельность[5]. Наличие множества концепций играет большую роль в борьбе за демократизацию внутренней структуры монополий прессы, радио и телевидения. В результате этих исследований формируются вполне конкретные и реальные предложения об участии широких социальных слоёв в управлении теми предприятиями, которые относятся к «индустрии информации», о создании редакционных коллегий, призванных осуществлять общественный контроль за органами журналистики, об образовании единых профсоюзов журналистов и технического персонала данных предприятий[3].

Недооценка влияния средств массовой информации на человека и манипуляция общественным сознанием становятся одной из основных причин вырождения культурных ценностей человека и общества, искусства и науки, нравственности, духовности, образования и воспитания подрастающего поколения.

В большинстве развитых демократий существуют специальные органы контроля за средствами массовой информации, призванные следить за соблюдением ими правовых и этических норм. Цивилизованный контроль со стороны общества за средствами массовой информации не означает наличие предварительной цензуры, осуществляющей карательные функции в тоталитарных и авторитарных государствах и не является нарушением свободы и выражения мнения. Информация и политическая свобода одних людей и организаций требует ограничений в тех случаях, когда она нарушает права других граждан и государств.

Реализация стратегических, среднесрочных и краткосрочных мероприятий в рамках комплексной реализации информационной политики государства в сфере духовной культуры со всей очевидностью приведёт к существенному улучшению духовной атмосферы в российском обществе.

Проведенное исследование показало, что средства массовой информации остаются одним из немногих социальных институтов, обладающим достаточно большим творческим и идейно-культурным потенциалом для реализации идеи гуманизации современного российского, воплощения главного земного предназначения разумного, мыслящего человека: «сеять разумное, доброе, вечное». Только при таком благоприятном стечении обстоятельств СМИ могут сыграть в решении этих проблем ведущую и созидательную роль.

Источники и литература

- 1) Андреев С. С. Информационная культура: уровень содержательности духовных ценностей / С. С. Андреев // Соц.-полит. науки. 1996. - № 2.
- 2) Волков Ю.Г., Мостовая И.В. Социология, М.: Гардарики, 2001. - 432 с
- 3) Гуревич П. С. Целостность человека как социальная проблема / П. С. Гуревич // Политика и общество. 2004. - № 3. - С. 119-129
- 4) Ольшанский Д. В. Слова, слова, слова. Гласность и массовое сознание общества / Д. В. Ольшанский // Лит. обозрение. 1989. - № 8.
- 5) Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. «Четыре теории прессы», – М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998. – 223 с.
- 6) Тоффлер О. «Метаморфозы власти», Издательство АСТ. М., 2003. – 669 с.