

УДК 070 : 316.64(470.6)

Васильев Сергей Сергеевич

кандидат исторических наук, профессор кафедры социальных и гуманитарных дисциплин Северо-Кубанского гуманитарно-технологического института
editor@hist-edu.ru

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ НРАВСТВЕННОГО САМОСОЗНАНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ ЮГА РОССИИ

Рассматривается влияние механизмов работы средств массовой коммуникации на формирование нравственного самосознания различных групп населения. Раскрываются причины и способы целенаправленного влияния и манипуляций с использованием содержательных элементов массового сознания. Проводится сопоставление тенденций и процессов, происходящих в мировосприятии современного общества на мировом (глобальном), российском и региональном уровнях.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, массовое сознание, нравственное самосознание, Юг России, манипуляция сознанием.

Средства массовой коммуникации (СМК) как служебный механизм информационного обмена уникальны по своим возможностям передавать колоссальные объемы информации для многочисленной принимающей аудитории. Благодаря техническим средствам массовой коммуникации становится возможным прежде всего общение больших социальных групп, а применительно к региону – этносов. Любой акт общения свидетельствует о том, что активно изменяется то или иное отношение между людьми, между человеческими общностями безотносительно к тому, на каком социальном уровне это происходит [1].

В исследованиях концепций нравственного самосознания, проведенных рядом крупнейших зарубежных ученых, значительная роль отводится анализу механизмов работы СМК, как явных, так и скрытых. Массовая коммуникация представляет собой сообщение, передачу с помощью технических средств тиражирования специально подготовленных сообщений, представляющих социальную значимость, среди численно больших, анонимных, рассредоточенных аудиторий с целью оказания влияния на установки, оценки, мнения и поведение людей. Это важный социальный и политический институт современного общества, выступающий в качестве подсистемы более сложной системы – коммуникации, в широких масштабах выполняющей функции идеологического и политического влияния, поддержания социальной общности, организации, информирования, просвещения и развлечения. К СМК относятся пресса,

Vasiliev Sergei Sergeevich

PhD in History, Professor of the Department of Social Sciences and Humanities of the North-Kuban Institute of Humanities and Technology.
editor@hist-edu.ru

THE ROLE OF MASS COMMUNICATION MEDIA IN FORMATION OF MORAL SELF-CONSCIOUSNESS UNDER REGIONAL CONDITIONS IN THE SOUTH OF RUSSIA

The influence of mechanisms of activity of mass communication on formation of moral self-consciousness of different population groups has been considered. The reasons and ways for purposeful influence and manipulations using intensional elements of mass consciousness have been revealed. The comparison of tendencies and processes taking place in the perception of the world by modern society at the world-wide (global), Russian and regional levels has been analysed.

Key words: mass communication media, mass consciousness, moral self-consciousness, South of Russia, manipulation of consciousness.

радио, телевидение, кинематограф, различные информационные службы, а также системно вобравшая в себя их признаки глобальная компьютерная сеть Интернет.

Само по себе идеологическое и политическое влияние в навязчивой пропагандистской форме малоэффективно, а порой способно вызывать прямо противоположные результаты в виде неприятия и отторжения. Гораздо чаще оно используется в манипулятивной форме, подчас весьма изощренной. Разнообразные философские воззрения на сущность и предназначение человека, его место в природе и социуме, целесообразность тех или иных моделей поведения, как нравственных, так и безнравственных, могут быть интерпретированы и поданы в надлежащей оболочке посредством СМК.

О способах и методах манипулятивной техники уже написано огромное количество научных и научно-прикладных трудов. Поскольку нас интересуют общетеоретические аспекты отдельных элементов означенного явления, ограничимся лишь основными принципами манипуляции через СМК, которые наиболее точно сформулировал американский лингвист, философ и общественный деятель Ноам Хомский [2]. Ученый выделяет 10 основных способов.

1. Отвлечение внимания. Основным элементом управления обществом является отвлечение внимания людей от важных проблем и решений, принимаемых политическими и экономическими правящими кругами, посредством постоянного насыщения информационного пространства малозначительными сообщениями.

Прием отвлечения внимания весьма существенен для того, чтобы не дать гражданам возможности получать важные знания в области науки, экономики, психологии, нейробиологии и кибернетики. «Постоянно отвлекать внимание граждан от настоящих социальных проблем, переключая его на темы, не имеющие реального значения. Добиваться того, чтобы граждане постоянно были чем-то заняты и у них не оставалось времени на размышления; с поля – в загон, как и все прочие животные» [3].

2. Создание проблемы, а затем предложение способа ее решения. Данный метод также называется «проблема-реакция-решение». Создается проблема, некая ситуация, рассчитанная на то, чтобы вызвать определенную реакцию среди населения, в результате оно само потребует принятия мер, которые необходимы правящим кругам. Например, допустить раскручивание спирали насилия в городах или организовать кровавые теракты для того, чтобы граждане потребовали принятия законов об усилении мер безопасности и проведения политики, ущемляющей гражданские свободы. Можно вызвать экономический кризис, чтобы заставить принять как неизбежное зло нарушение социальных прав и сворачивание работы городских служб. Иными словами, все по старой поговорке: «Лучший способ защиты – нападение».

3. Постепенное применение. Чтобы добиться принятия какой-либо непопулярной меры, достаточно внедрять ее постепенно, день за днем, год за годом. Именно таким образом были навязаны принципиально новые социально-экономические условия (неолиберализм) в 1980–1990-х гг. Сведение к минимуму функций государства, приватизация, неуверенность, нестабильность, массовая безработица, заработная плата, которая уже не обеспечивает достойную жизнь. Если бы все это произошло одновременно, то наверняка привело бы к революции.

4. Отсрочка исполнения. Этот способ продавливания непопулярного решения заключается в том, чтобы представить его в качестве «болезненного и необходимого» и добиться в данный момент согласия граждан на его осуществление в будущем. Гораздо проще согласиться на какие-либо жертвы в будущем, чем в настоящем. Во-первых, потому что это не произойдет немедленно. Во-вторых, потому что народ в массе своей всегда склонен лелеять наивные надежды на то, что «завтра все изменится к лучшему» и что тех жертв, которых от него требуют, удастся избежать. Это предоставляет гражданам больше времени для того, чтобы свыкнуться с мыслью о переменах и смиренно принять их, когда наступит время.

5. Общение с народными массами как с ма-

лыми детьми. В большинстве пропагандистских выступлений, рассчитанных на широкую публику, используются такие доводы, персонажи, слова и интонация, как будто речь идет о детях школьного возраста с задержкой в развитии или об умственно неполноценных индивидуумах. Чем усиленнее кто-то пытается ввести в заблуждение слушающего, тем в большей степени он старается использовать инфантильные речевые обороты. Почему? «Если кто-то обращается к человеку так, как будто ему 12 или меньше лет, то в силу внушаемости, в ответ или реакции этого человека, с определенной степенью вероятности, также будет отсутствовать критическая оценка, что характерно для детей в возрасте 12 или менее лет» [4].

6. Влияние на эмоции в гораздо большей степени, чем на размышления. Воздействие на эмоции представляет собой классический прием, направленный на то, чтобы заблокировать способность людей к рациональному анализу, а в итоге и вообще к способности критического осмысления происходящего. В то же время использование эмоционального фактора позволяет открыть дверь в подсознательное для того, чтобы внедрять туда мысли, желания, страхи, опасения, принуждения или устойчивые модели поведения.

7. Поддержание людских масс в невежестве, культивирование посредственности. Это ведет к неспособности людей понимать приемы и методы, используемые для того, чтобы ими управлять и подчинять своей воле. Качество образования, предоставляемого низшим общественным классам, должно быть как можно более скудным и посредственным с тем, чтобы невежество, отделяющее низшие общественные классы от высших, оставалось на уровне, который не смогут преодолеть низшие классы.

8. Побуждение граждан восторгаться посредственностью. Внедрение в сознание населения мысли о том, что модно быть тупым, пошлым и невоспитанным.

9. Усиление чувства собственной вины. Человека необходимо убедить в том, что только он виновен в собственных несчастьях, которые происходят ввиду недостатка его умственных возможностей, способностей или прилагаемых усилий. В результате вместо того, чтобы восстать против экономической системы, человек начинает заниматься самоуничтожением, обвиняя во всем самого себя, что вызывает подавленное состояние, приводящее, в числе прочего, к бездействию. А без действия ни о какой революции и речи быть не может.

10. Знать о людях больше, чем они сами о себе знают. В течение последних 50 лет успехи в развитии науки привели к образованию все увеличивающегося разрыва между знаниями

простых людей и сведениями, которыми обладают и пользуются господствующие классы. Благодаря биологии, нейробиологии и прикладной психологии «система» получила в свое распоряжение передовые знания о человеке, как в области физиологии, так и психики. «Системе» удалось узнать об обычном человеке больше, чем он сам о себе знает. Это означает, что в большинстве случаев система обладает большей властью и в большей степени управляет людьми, чем они сами [5].

Все сказанное американским исследователем о роли СМК в манипуляции массовым сознанием справедливо как для глобального рассмотрения данного вопроса, так и для отдельно взятого региона. Северный Кавказ с давних времен представлял собой наиболее сложный в этнокультурном отношении регион Российской Федерации. На сравнительно небольшой территории расселены более 100 различных народов, у каждого из них своя история, традиции, обычаи.

Сложное переплетение этнических интересов создает множество проблем, замыкающихся на проблеме национальной безопасности, составными элементами которой, наряду с военной и экономической, выступают социальная и духовно-нравственная безопасность. Трансформация социально-политических, экономических отношений привела в конце XX – начале XXI в. к серьезной деформации многих базовых духовных ценностей, межличностных отношений как на государственном, так и на бытовом уровне. Для этого процесса характерно частое использование лозунгов и понятий социальной безопасности в качестве содержания различных манипулятивных акций. Коррупция, насилие, бесстыдство, жестокость, пропагандируемые СМК всеми возможным способами, стали неременным атрибутом в международных отношениях новейшего периода российской истории. Создается впечатление, что многовековые братские связи между народами региона, чистота нравственных взаимоотношений, высокий дух традиций в сфере быта и культуры навсегда оставляют Северный Кавказ [6, с. 59-60]. При этом весьма примечательно, что у истоков создания данной проблемы стояли СМК, а затем те же СМК стали с завидной частотой намекать народу на возможные способы ее решения. Учитывая, что в определенных СМК, например, на телевидении, руководство осуществляется небольшими закрытыми группами, нетрудно выяснить, кто конкретно следит за работой редакторов телеканалов, кто выполняет заказ на создание определенных настроений среди народных масс [7].

В сложившихся условиях Координационный совет по культуре и искусству Ассоциации социально-экономического сотрудничества республик, краев и областей Северного Кавказа

отреагировал следующим образом, приняв обращение к главам субъектов Северо-Кавказского региона и обозначив следующие основные принципы взаимодействия в культурном пространстве:

1. уважение самобытности и равноправия всех народов, проживающих на Северном Кавказе, расширение и совершенствование их свободного культурного взаимообогащения;

2. обеспечение равного достоинства культур народов, проживающих на Северном Кавказе, свободного выбора человеком культурных ценностей и видов культурной деятельности;

3. реальная, законодательно и материально гарантируемая государством свобода творчества ученого, художника, педагога, поддержка обществом таланта во всех его проявлениях;

4. беспрепятственное творческое развитие многообразия школ, стилей, течений в литературе и искусстве, гуманитарных науках, образовательных технологиях, открытость культуры гуманистическим идеям прошлого и настоящего;

5. целенаправленное использование системы образования и СМК для сохранения и обогащения культур, их взаимодействия;

6. регулирование процесса коммерциализации сферы культуры и искусства и распространение массовой культуры с учетом духовно-нравственных традиций коренных народов [8].

Представляется, что их внедрение в практику этнокультурных отношений в значительной степени облегчается при целенаправленном участии в этом процессе средств массовой коммуникации. При этом они выступают одновременно и как механизм, проводник принципов этнокультурного диалога, и как один из его жанров.

Узнавание друг друга и собственная самоидентификация через средства массовой коммуникации и информацию существенно влияют на взаимодействие этносов и их ролевые установки, осуществляется познание духовной культуры друг друга, нравственности, своеобразия обычаев и традиций. Реципиенты, вступая в диалог-контакт с коммуникатором – передатчиком информации, формируют свое отношение к воспринимаемой информации, вольно или невольно попадают под ее влияние.

Особенно важной представляется информация, которая не дезорганизует народы, а при всей их самобытности демонстрирует богатство ценностного отношения к миру, общность исторических судеб, многовековые традиции миролюбия и добрососедства народов Кавказа.

Действия СМК должны быть направлены на миропонимание и сотворчество народов, на формирование культуры межнационального общения и исходить из принципа «не навреди».

Трансляция жизни народов только через призму конфликтов и войн является деструктивным фактором, который закрепляет в сознании людей ложную правоту насилия. На современном этапе, в условиях довольно сложных взаимоотношений кавказских этносов, акцентирование националистических, сепаратистских настроений в прессе и на телевидении можно назвать деструктивной однобокостью и злоупотреблением свободой слова, поскольку сепаратизм всегда носил внегрупповой характер и не был присущ какому-либо народу в целом. Поэтому средства массовой коммуникации как мощное оружие воздействия на общественное мнение, общественное и индивидуальное сознание именно в этих условиях должны отбросить узко-националистическую ангажированность и отдать приоритет информации миротворческого характера.

Именно посредством политики, проводимой СМК в освещении процессов, происходящих на Кавказе, сформировался его имидж региона войн и насилия. В разгар войны в Чечне в 1995 г., когда позиция телевидения вызвала негодование людей самых разных социальных групп, обозреватель НТВ Е. Киселев возразил: «Не казните гонца, он приносит вам те вести, какие есть». Простота фраз телеведущих в оценке столь сложных событий, манера суждений и формулировки их были выстроены так, как будто телевизионная аудитория состояла целиком из подростков 14–15 лет. И сразу возникли сомнения. Гонец ли телевидение, те ли вести, что есть в действительности, нам оно приносит или фабрикует их по своему усмотрению? Выполняя задачу постоянной дестабилизации общественного сознания, телевидение оторвалось от обыденной культуры. Во время войны в Чечне 1999–2000 гг. (а уж тем более в 1995–1996 гг.) антирусская коалиция телевидения выразилась в прямом участии в психологической войне против России. Подавляющее большинство видеоклипов из Чечни транслировалось зрелище взрывов, обстрелов, разрушений и гибели. Между тем давно известно, а специальными исследованиями армейских психологов во время войны в Персидском заливе доказано, что видеоряд, показывающий последствия войны, оказывает сильнейшее воздействие на подсознание, которое восстанавливает общественное мнение против стороны, совершившей акт разрушения. Это происходит независимо от сознательного отношения к целям войны [9, с. 297].

Кроме того, одно из фундаментальных культурных табу, которое планомерно разрушалось телевидением, состоит в запрете на показ таинства смерти (Танатоса) вне установленного

нравственными нормами ритуала. О частоте показа по телеканалам другого таинства, олицетворяемого Эросом, можно даже не упоминать, здесь все запреты уже давно стерты. Сегодня телевидение вводит зрелище смерти в дом каждой семьи вне всяких норм, в огромных количествах и в самом неприглядном виде. С утра и до вечера на нас обрушивают поток образов смерти – катастрофы, похороны, убийства, морги. И нормальный человек погружается в состояние непрерывного шока. Например, в январе 2000 г. ТВЦ дал репортаж о лаборатории ростовского госпиталя, в которой проводили идентификацию неопознанных тел погибших в Чечне военных. Демонстрировались фотографии молодых людей крупным планом – так, что их не могли не узнать их близкие. А потом – кадры со стоящими на полке черепами. В целом – недопустимое с точки зрения культурных и нравственных норм «введение морга в жизнь».

Столь частое обращение к образу Танатоса, равно как и к миру Эроса, преследует, помимо отвлечения внимания и генезиса социально-этнических проблем, мощное воздействие на эмоции, погружение человека в ситуацию, при которой блокируется способность людей к рациональному анализу, а в итоге и вообще к критическому осмыслению происходящего, поиску истинных виновников социальной трагедии. По замечанию С.Г. Кара-Мурзы, он «за один день ... по разным программам восемь раз увидел отрезанные головы четырех русских пограничников и услышал, что это таджикские мусульмане мстят за действия русских в мусульманской Чечне» [10, с. 298]. А российское телевидение доносило это зрелище до каждой русской семьи, да по несколько раз, внедряя тем самым в подсознание соответствующие мысли, желания, страхи, опасения, которые впоследствии были бы реализованы в конкретных устойчивых моделях поведения.

Во всех постсоветских регионах напряженность в отношениях между этносами и постоянно провоцируемые СМК конфликты затрудняют проведение социально-экономических и политических преобразований, тормозят «объединение нравственности вокруг гуманистических идеалов» [11]. Это неудивительно, так как каналы центрального радиовещания и телевидения ежедневно выливают на россиян мутные потоки массовой культуры, причем не лучших образцов, в политической и криминальной ситуации нагнетается чувство всеобщего страха, безысходности и истерии. Поэтому очень важно донести до многоязычной аудитории истинные причины конфликтных ситуаций.

Ситуация на Кубани выглядит на сегодняшний день относительно благополучной, однако существует множество проблем, тре-

бующих решения. Отдельные районы Краснодарского края отмечены довольно сложной этнополитической обстановкой. Существующие здесь конфликты можно условно классифицировать. Во-первых, самыми значительными по количеству и масштабам являются конфликты между коренным населением и мигрантами. Во-вторых, конфликты между различными этническими группами коренного населения. Они начали проявляться еще в 1994 г. и были вызваны в основном социальными и бытовыми проблемами. В-третьих, редкое пока явление – массовое волнение мигрантов. Конфликтный потенциал подобных выступлений велик, поскольку шестидесятитысячная армия не по своей воле мигрирующих людей, численность которой уже явно перевалила за эту официально зарегистрированную отметку, неустанно пополняется из Чеченской Республики и отчасти Дагестана. Как правило, они выступают с социально-экономическими требованиями к местным властям о помощи в благоустройстве [12, с. 70-71].

Следовательно, наиболее острые конфликты между нациями возникали и возникают при определении территориальных границ и при неудовлетворенности в решении споров в области экономики. Язык, культура, обычаи тоже способны вызвать конфликты, но они не имеют той остроты и в подавляющем большинстве случаев разрешаются мирными средствами.

Необходимо, чтобы СМИ, выявив основу национального самосознания, нашли в нем общие для всех народов Северного Кавказа идеи терпимости (толерантности) и дружелюбия, сделали эти идеи первостепенными в своей информационной политике. Это совместные программы и иные издания, совместные проекты журналистов, принадлежащих к разным национальным и этнокультурным традициям.

Важность роли, которую играют СМИ в современном российском обществе, принимается общественным мнением сегодня как данность. Эту роль трудно переоценить, однако для нас очевидно, что дестабилизирующее начало в деятельности нынешней журналистики проявляется в большей степени, нежели начало стабилизирующее, конструктивное.

Если раньше пресса не только обеспечивала общество собственно информацией, но и вела систематический анализ действительности, отслеживая цепочки событий, тенденции, прогнозируя результаты различных сфер деятельности и общества в целом, то ныне в большинстве случаев она такой работой не занимается, ограничиваясь лишь констатацией фактов. Факт не воспринимается сознанием человека сам по себе, важен угол зрения, который определяет его интерпретацию и соответственно сознательную и подсознательную реакцию. Угол задается так, чтобы сделать трудным или невозможным анализ факта.

Сегодня мы наблюдаем ситуацию, когда вместо системного анализа действительности пресса обеспечивает аудиторию лишь новостями, причем только изредка в новостных сообщениях содержится попытка объяснить ситуацию. Привычным стало и отсутствие комментариев, оценок, выводов. Практически все публикации региональной прессы укладываются в виде четырех основных групп по своему содержанию: во-первых, персонализированные; во-вторых, драматизированные; в-третьих, фрагментарные и, в-четвертых, нормализованные [13].

В персонализированных сообщениях средств массовой коммуникации центром событий выступают конкретные, всем известные персоны. Это позволяет привлечь интерес аудитории, превратить журналистский материал в подобие мелодрамы.

Драматизированные материалы строятся по принципу драмы: они содержат конфликт, проблему, их завязку, развитие, пик и завершение и, следовательно, становятся более привлекательными, причем с точки зрения журналистов.

Фрагментарность – характерная черта многих публикаций региональной прессы, они страдают от отсутствия значимых, четко выстроенных связей. По изложению зачастую трудно проследить взаимосвязь событий, их значение. К тому же даже в одном и том же средстве массовой коммуникации одно и то же событие или явление, будучи показанным сегодня под одним углом зрения, завтра может быть освещено с диаметрально противоположным смыслом. Множественность каналов информации в телевидении придает ему такую гибкость, что одно и то же слово может восприниматься по-разному. Опросы общественного мнения показывают, что основная часть населения затрудняется четко определить свою позицию по тому или иному вопросу; большинство людей помнят лишь несколько фактов, касающихся важных тем, они не видят взаимосвязи между разными фактами и с легкостью меняют свою позицию в зависимости от того, какую журналистскую информацию получили в данный период времени.

СМИ, являющиеся прежде всего выразителем всех общественных интересов, оказываются тем интегрирующим социальным институтом, который на основе массово-коммуникационного действия способствует определению интересов как отдельной личности, так и общества.

Следует отметить, что сегодня многие имеют возможность не один раз убедиться на примере региона в том, как отдельная публикация может возбудить противостояние СМИ и общества. Особенно остро эти противоречия проявляются в период предвыборных кампаний,

урегулирования вопросов социальной сферы и т.д. Хорошим тоном в прессе и на телевидении считается выдвигание «ярких обвинений» против ключевых фигур власти и общественности. Настораживает то, что элитные группы часто провоцируют ситуации, при которых подобные умозаключения в их адрес становятся правомочными: массы требуют отыскать виновных либо среди богатых, либо среди власть придержащих, либо среди общественных деятелей и такие виновные, как правило, находятся. Факты влияния губернаторской администрации на средства массовой коммуникации признают и официальные издания, корректно подчеркивая, что это ни в коей мере не прямолинейное административное давление, а скорее результат договоренностей.

Следовательно, созданные переходным обществом и существующие в условиях сложившейся неразберихи СМИ могут не только отражать происходящие процессы, но и искажать их или придавать им направленность, о последствиях которой задумываются далеко не всегда. Зачастую в прессе появляются статьи явно заказного характера, подрывающие доверие к данному средству массовой коммуникации. Ныне появляется все больше примеров, высвечивающих коммерциализацию «духа» журналистов. По результатам опроса общественного мнения, наибольшее число голосов набрали следующие высказывания: «российские журналисты – это выразители общественных интересов» (37%); «наблюдатели жизни, информаторы общества» (33%); «ловцы сенсаций и “жареных” фактов» (28%); «прислужники властей, богатых и влиятельных людей» (15%); «манипуляторы общественным мнением» (14%); «воспитатели, наставники, просветители» (11%); «стражи демократии, поборники справедливости» (11%). Такие ответы свидетельствуют о том, что в общественном мнении отсутствует однозначная оценка деятельности журналистов, причем отрицательные характеристики им склонны давать около 40% респондентов [14, с. 111-112].

Противоречивость по отношению к СМИ проявляется и в ответах респондентов на вопросы о характере влияния масс-медиа на общественную жизнь. Так, когда опрошиваемым предложили составить рейтинг социальных институтов, «положительно влияющих сегодня на жизнь нашей страны», в глазах общественности СМИ уступили только церкви (СМИ – 14%; церковь – 26%). Отрицательное воздействие СМИ отметили 11%. В то же время на вопрос, касающийся деятельности СМИ: «Какое в целом влияние – положительное или отрицательное оказывают телевидение, радио, пресса на настроения людей?», более половины опрошен-

ных (51%) выбрали отрицательный ответ и только 28% положительный [15, с. 112].

Одним из главных упреков со стороны населения в адрес СМИ является не объективность информации, около 60% населения обвиняют СМИ в необъективности и предвзятости передаваемой информации, тогда как треть населения, наоборот, склонна верить в надежность масс-медиа как источника информации. В последнее время число не доверяющих СМИ все больше растет.

СМИ не остаются в стороне и от продолжающейся в России борьбы за передел собственности. Этот во многом криминальный процесс, борьба интересов, борьба за доминирование в коммуникационной среде наблюдалась и в нашем регионе. Что касается свободы слова, печати, то местные СМИ имеют довольно широкое поле для своей деятельности. Вместе с тем в Краснодарском крае широко представлены и негосударственные СМИ (в последнее время акционизируемые, с активным участием региональной власти), и создаваемые местными властями так называемые медиахолдинги, финансируемые из городских или федеральных бюджетов. Ярким примером тому являются ГТРК «Кубань», КТРК «НТК» и МТРК «Краснодар». Эти компании напрямую управляются краевой администрацией и соответственно отражают идеологическую, политическую, экономическую точки зрения региональной административно-государственной элиты, хотя при этом ГТРК «Кубань» – дочернее унитарное предприятие медиахолдинга ВГТРК РФ, имеющее целью представлять интересы федерального правительства и президента РФ.

Развитие гласности и отсутствие цензуры породили вседозволенность в эфире, на газетных и журнальных страницах, где нет никаких запретов, не действуют нравственные табу. По мнению современных психологов, и в условиях свободы информации людей заставляют смотреть то, что им вредит. Ученые предлагают менять структуру передач, сам подход к информации, поскольку телевидение должно нести людям культуру и радость, психологическое удовлетворение и разрядку.

Метаморфозы российского телевидения, тесно связанные с политическими, социально-экономическими процессами в стране, часто оказывают негативное влияние на формирование нравственного самосознания индивидов, усиливают фрустрацию. Возможно, следует использовать опыт зарубежных стран, где на телевидении уже на протяжении десятилетий существуют попечительские советы, которые могут интегрировать телевидение. Санкции нравственного плана могли бы охранять общество, особенно молодежь и детей, от фильмов и

передач, прославляющих не труд, а жизненный успех любой ценой, от жестокости и насилия, нравственной распущенности.

Все это неотъемлемая часть сегодняшнего информационного пространства Южного региона. И СМИ, которые называются четвертой властью, влияют на умонастроения людей, на формирование ценностей и исторических ориентиров, они способны управлять и манипулировать общественным мнением, как бы нам ни доказывали обратное, ни убеждали, что предназначение средств массовой коммуникации – только независимое и объективное информирование.

СМИ должны сегодня ориентироваться на просветительский характер, на отношение журналистов к себе как к интеллектуальной элите общества, обладающей административной властью; на формирование журналистского сообщества по принципу «малой публики», для которой проблемой гражданского общества являются скорее предметом информационного интереса, чем насущной потребностью.

Массовая культура, распространяемая через средства массовой коммуникации, тесно связана с консьюмеризмом, т.е. погоней за теми вещами, модой, услугами, знаниями, которые будто бы определяют принадлежность человека к высшим слоям общества. Поощряя такие взгляды, она внушает мысль о первостепенной значимости личных интересов по сравнению с общественными [16, с. 524].

Под влиянием СМИ происходит девальвация отечественной национальной культуры, вытесняемой прозападной культурой. В результате изменяются внутренний мир человека, система ценностей, базовая структура личности. В обществе нарастает социальная напряженность, конфликтность, чувство страха и апатичности к государственным и общественным делам. Нередки случаи, когда одновременно по всем каналам центрального телевидения демонстрируются западные телесериалы, боевики, фильмы ужасов, в общем однообразная низкопробная кино и телепродукция. По утверждению С.Ф. Анисимова, искусство, не оплодотворенное высокой нравственной идеей, способно превращаться из прекрасного в свою противоположность, в безобразное, как это и демонстрируют сегодня многие произведения культуры, кино, телевидения [17, с. 27]. На такого рода «образцах» успело вырасти целое поколение, именуемое сегодня «поколением π».

Причина сложившейся ситуации кроется в характере самого западного общества, в русле которого и формируется культура. Идеи приоритета материального благополучия, безудержной конкуренции, презрительного отношения к проигравшим и побежденным и подострастного к сильным и успешным

сформировали основу западной культуры, дали начало соответствующим моделям поведения. Западная культура агрессивна и экспансивна, следствием чего является ее доминирование практически в любой из национальных культур современного мира. Используя новейшие достижения мирового прогресса, научные знания, недоступные большинству, но прославляя и восторгаясь посредственностью, западный масс-культ инфицировал отечественную культуру и искусство. Если в советских мифологемах в книгах и фильмах героями были рабочие, колхозники, солдаты, изобретатели, ученые и прочие общественно-значимые личности, то произведения прозападной культуры часто выдвигают на авансцену жуликов, мафиози, преступников, наркоманов, лиц без определенного места работы и жительства, сексуальных извращенцев, откровенных дебилов и т.п. Образ положительного героя в советской литературе и кино формировался так, что персонаж часто становился примером для подражания, и это было нормально. Сегодня вряд ли можно назвать психически адекватным человека, который хочет подражать персонажам сериала «Глухарь» и других подобных произведений. Современная отечественная культура по части освещения мрачных сторон жизни уже догнала западную, чтобы это проверить, достаточно лишь включить телевизор.

Аналогичным образом формируется и профессиональная общность работников СМИ. По данным исследования, проведенного среди политической, экономической, информационной и религиозной элиты России, мораль информационной элиты наименее жесткая. Так, считают недопустимым гомосексуализм только 45% элиты СМИ (во всей нерелигиозной элите – 62%), проституцию – 34 (соответственно 46%), аборт – 6 (соответственно 12%), употребление наркотиков – 65% (соответственно 80%). По всем этим вопросам позиция элиты Русской православной церкви значительно более жесткая [18, с. 37].

При ответе на вопрос: «Удовлетворены ли Вы тем, как центральное телевидение освещает проблемы нравственного воспитания молодежи?», «да» ответили – 26,75%; «нет» – 42,05%; затруднились ответить – 30,75%. На вопрос: «Какие телепередачи центрального и регионального эфира оказывают негативное влияние на нравственное самосознание молодежи?», около 90% анкетированных назвали ток-шоу Первого канала: «За стеклом», «Окна», «Империя страсти», «Большая стирка», «Криминал» и только 10% затруднились ответить в силу отсутствия времени на просмотр телепередач [19, с. 39]. Надо пояснить, что опрос проводился в 2001–2003 гг., многих из названных передач сейчас уже нет на экране ТВ, но у них

появились многочисленные преемники с точно таким же содержанием. Как видим, центральные СМК, к сожалению, доминируют и оказывают определенное негативное влияние на нравственное самосознание молодежи региона, пропагандируя культ денег, насилия, безнравственности, индивидуализма и пренебрегая уже сложившимися этнокультурными ценностями.

На призыв, что же необходимо сделать для решения нравственной проблемы были высказаны различные точки зрения:

- пропаганда нравственных норм в СМК;
- введение на телевидении программ духовно-нравственного воспитания;
- освещение СМК здорового образа жизни;
- удаление из репертуара СМК «вредных программ», т.е. введение цензуры;
- улучшение материального положения населения региона;
- введение в школах и вузах курсов «Этика» и «Эстетика»;
- самосовершенствование, развитие нравственности с самого рождения;
- уделение большего внимания нравственному воспитанию детей в семье;
- проведение бесед с молодежью о проблемах нравственности.

Следует отметить что, несмотря на заполнение телеэкрана американскими, латиноамериканскими и другими фильмами, предпочтение респонденты отдают все же классике отечественного кино. Примерно с 2003–2005 гг. российский зритель в возрастной группе от 35 до 60 лет, окончательно устав от голливудского ширпотреба и отечественной «чернухи», обратился к классике советского кинематографа, несущей положительный эмоциональный заряд. Дополнительными факторами в эти годы стали: стремительное развитие высокоскоростного Интернета, значительное удешевление компьютеров и повсеместное внедрение цифровых технологий в вещание СМК, дающее возможность значительной части населения формировать репертуар, исходя из личных предпочтений, вне зависимости от географических, технических и прочих ограничений.

Результаты проведенного социологического исследования позволяют со всей очевидностью утверждать, что центральные СМК целенаправленно работают на разрушение нравственного самосознания, на искоренение самобытности в национальной культуре, а не на их поддержку и развитие. Коммерциализация телевещания, прямая зависимость руководителей телеканалов по всему миру от крупных промышленных и финансовых структур породили ряд отрицательных тенденций. Они связаны с разрушением общественного сектора, с заменой общественного мнения

искусственно имплантированными PR-агентами решениями, с эрозией национальной культуры, которая обусловлена двумя группами факторов: вымыванием из телеэфира культурно-просветительских передач в классическом виде и увеличением доли прямого или опосредованного импорта самых дешевых и некачественных телепрограмм, которые ориентированы на самые низменные эмоциональные чувства зрителей и подсознательные комплексы: страх, зависть, экономическую неустроенность, сексуальную неудовлетворенность и т.п. Специфика негативных аспектов заключается также в отсутствии института общественного телевидения, в политизации вещания, в господстве авторитарных традиций логического манипулятивного контроля над общественным сознанием посредством масс-медиа, отсутствии правовых механизмов согласования интересов в сфере телевещания и, наконец, в том, что все эти проблемы усугубляются нестабильностью современной ситуации в экономике и политике.

Необходимость повышения уровня духовно-нравственной культуры современного российского общества, нравственного самосознания предполагает проведение мер информационно-просветительского характера. Цель этих мер – формирование заинтересованности проблемой населения региона, пробуждение личной и общественной инициативы. Существенная роль отводится пропаганде средствами массовой коммуникации традиционных духовно-нравственных ценностей, добродетельного, благочестивого образа жизни. Возможно придание просветительской направленности ведущейся в большинстве регионов работе по православному краеведению: создание телепередач и публикаций о региональных святынях, достопримечательных людях края с привлечением подлинных исторических материалов, архивных документов.

Таким образом, роль СМК в современном культурно-информационном обмене является ключевой. Проблемную ситуацию можно квалифицировать как острое противоречие между объективными целями общества и выбором адекватного пути социокультурного развития, с одной стороны, и различным характером и направленностью творчества и искусства по отношению к традиционным ценностям отечественной культуры – с другой. Отсюда потребность в многомерном анализе позитивных и негативных процессов в творческой социокультурной среде и взаимосвязи ее с динамикой общественных настроений.

Совершенно очевидно, что только объективный анализ исторического прошлого и современного социокультурного состояния России

позволит найти оптимальные решения для преодоления кризисных явлений, развития диалога и сотрудничества с мировым сообществом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

1. Булацкий Г.В., Прилюк Ю.Д. Социология общения: Журналистам о социальной природе и политических функциях общения. М., 1987.
2. Ноам Хомский (Авраам Ноам Хомский) – американский лингвист, философ, общественный деятель и политический аналитик, заслуженный профессор языкознания Массачусетского технологического института и один из выдающихся деятелей науки XX в. Его фундаментальные труды в области теории языкознания и науки познания получили заслуженное признание в научном и преподавательском сообществе. URL: <http://www.nndb.com/people/590/000022524/> (дата обращения 06.10.2011)
3. URL: <http://www.abovetopsecret.com/forum/thread633151/pg1/> (дата обращения 06.10.2011)
4. URL: http://thinkexist.com/quotes/avram_noam_chomsky/ (дата обращения 06.10.2011)
5. URL: <http://www.chomsky.info/articles.htm> (дата обращения 06.10.2011)
6. Магомедов А.А. Полиэтничность и поликонфессиональность региона: вопросы оценки // Материалы 48-й науч.-практ. конф. Ставрополь, 2003.
7. О структуре медиапространства и собственниках телеканалов в России с 1991 г. см.: Мухин А.А. Медиаимперии России. М., 2005.
8. Приложение к решению Координационного совета по культуре и искусству Ассоциации «Северный Кавказ» № 3 от 17.11.98 г.
9. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2002.
10. Там же.
11. Федеральная целевая программа «Русский язык» // Правительство РФ. 2001. № 483.
12. Власов О.И. Региональная пресса как средство формирования политической и экономической культуры: дис. ... канд. фил. наук. Екатеринбург, 1999.
13. Там же.
14. Кристаллинская Т.Г. Влияние СМИ на субъекты экономики региона. Ставрополь, 2000.
15. Там же.
16. Темиров С.С. СМИ и отечественная культура: социокультурный ракурс: сб. науч. ст. М., 2002.
17. Анисимов С.Ф. О первоценности морали в структуре человеческой духовности // Вестник МГУ. Сер. 7. Философия. 2001. № 1.
18. Каарияйнен К., Фурман Д. Люди на тающей льдине // Вопросы философии. 1999. № 1.
19. Там же.