

ВЛИЯНИЕ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА КУЛЬТУРНУЮ КАРТИНУ МИРА

© *Чагдурова Эржена Дондобовна*

кандидат философских наук, доцент кафедры философии Бурятского государственного университета

Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а

E-mail: chagd60@mail.ru

Статья посвящена проблеме влияния средств массовой информации на культурную картину мира. Автором отмечается, что в условиях современной информационной насыщенности человек не может избежать давления смыслов, закодированных в текстах масс-медиа. Сегодня СМИ выполняют не только информативную, но и аксиологическую, развлекательно-компенсаторную, фоновую, трансляционную, идеологическую и образовательную функции. В процессе формирования общественного мнения, а также стремясь к коммерческому успеху, СМИ прибегают к технологиям манипуляции сознанием, продуцируют тексты, намеренно искажающие традиционную ментальность. Их негативное влияние на процессы формирования, развития и дальнейшего функционирования культурной картины мира становится все ощутимее и очевиднее. Однако особую тревогу вызывает тот факт, что наблюдается массированная пропаганда потребления, роскоши и гламура.

Ключевые слова: общество, ценности, нормы, средства массовой информации, культура, картина мира, сознание, аудитория, манипулирование, стереотипы.

Исследование влияния средств массовой информации на культуру общества и на человека является приоритетным направлением современной научной мысли, так как именно через масс-медиа продуцируются и внедряются в сознание общества тексты, смыслы и значения, которые незаметно для нас превращаются в доминирующие над любыми другими. Объясняется доминирующая роль СМИ очень просто: на сегодняшний день информационная среда необы-

чайна насыщена и, являясь членом социума, человек просто не может избежать влияния смыслов, закодированных в предлагаемых его вниманию текстах.

Конечно, такая огромная сила не могла остаться без внимания со стороны исследователей, и уже с XIX в. начинается активное изучение влияния СМИ на индивида социологами, психологами, политологами, физиологами, культурологами и, конечно же, философами. В самом начале прошлого века Ч. Кули разрабатывает теорию, согласно которой человек, приобщаясь к СМИ, как бы расширяет свою картину мира, то есть осуществляется актуализация «органически цельного мира человеческой мысли» [1]. У. Липпман считал, что СМИ целенаправленно воздействует на аудиторию, манипулируя ее сознанием, формируя стереотипные представления о процессах, происходящих в обществе, работающие в интересах властной элиты. Именно эти стереотипы отвечают за реакцию масс на события социальной и политической жизни [2].

Сегодня особенно сильным влиянием на сознание масс обладает телевидение. «Телевидение для широких кругов зрителей и, особенно, для молодежи является первым каналом распространения норм, ценностей, вкусов, в том числе, и в области культуры. Телевидение – это массовая, популярная энциклопедия культурной жизни» [3]. Львиную долю свободного времени современный человек проводит напротив телевизора, причем, зачастую не имея определенной цели просмотра, автоматически переключая телеканалы и забывая, где и что смотрел до этого, даже засыпая и отвлекаясь на разговоры по телефону и приготовление пищи, то есть телепередачи являются как бы естественным фоном повседневности.

Тексты СМИ, продуцируемые авторами, которые в первую очередь заинтересованы в рейтинге своих программ, в их коммерческой успешности, представляют, на наш взгляд, серьезную опасность для нравственного и психического здоровья молодого поколения, которое не обладает способностью к критическому анализу происходящего на экранах телевидения, не умеет абстрагироваться и защищаться от потоков агрессии и негатива, излишнего эротизма, граничащего с пошлостью и цинизмом. Сила телевизионного вещания, как не раз было отмечено политологами, заключается в его способности обращаться напрямую к подсознанию человека, внедрять в него нужные власти, контролирующей, либо как-то регули-

рующей телевещание, ценности, норм, идеологемы и мифологемы. А молодежь с этой точки зрения наиболее уязвима.

Е. Д. Павлова утверждает, что «СМИ не только транслируют существующую систему ценностей, но и активно формируют новое аксиологическое пространство. <...> Масс-медиа за относительно короткий исторический период превратились в эффективнейший инструмент моделирования мировоззрения личности и ценностной ориентированности социума. <...> Предполагаем, что по степени влияния на ценностные координаты общества, СМИ можно поставить в один ряд с религией, искусством, литературой, а также системой образования и воспитания – в XXI в. масс-медиа взяли на себя функцию приобщения личности к историческому и духовному наследию наций, поколений, государств» [2].

Мягкое, незаметное, но упорно изо дня в день повторяющееся в СМИ искаженное представление об истории России, СССР, о выдающихся политических и культурных деятелях изымает из национальной картины мира структурообразующие элементы, а взамен них подставляют чуждые, в результате чего осуществляется формирование новой картины мира. Оплот любой государственности – армия, закон, органы охраны правопорядка – в СМИ сегодня предстают в неприглядном свете, как деградирующие системы, погрязшие в коррупции, лишенные чести и достоинства, зачастую в анекдотичном и опошленном виде. История переписывается заново в передачах-размышлениях о прошлом, как бы искренних и честных, но на деле тенденциозных и антипатриотичных. Осуществляется массированная пропаганда потребления, роскоши, гламура, порождающая чувство неполноценности собственной жизни, не соответствующей этим идеалам.

В результате мы наблюдаем утрату ценностей, благодаря которым русский народ выстоял на нелегких поворотах своей истории. Так, на смену коллективизму, взаимовыручке и солидарности приходит индивидуализм, стремление к личному успеху любой ценой. Патриотизм россиян, без которого не удалось бы одерживать бесмертные победы, уступает место жажде сытой и красивой жизни где угодно, но только не в России. Зачастую родители сегодня настаивают на детей на получение такого образования, которое могло бы открыть дороги для выезда из страны и трудоустройства за рубежом. Известная всему миру жажда справедливости, ради достижения которой русский народ не боялся идти на любые жертвы, се-

годня проявляется лишь в критических комментариях на страницах некоторых форумов в сети Интернет. Принимать участие в крупномасштабных акциях, в открытом противостоянии несправедливости власть предержащих россияне сегодня не спешат, либо опасаясь за свое личное благополучие, либо не ощущая потребности в этой борьбе. Наш знаменитый на весь мир интернационализм, которым по сей день гордились наши отцы, сегодня трещит по швам. «Картина мира современного россиянина сегодня лишена позитивной национальной идентичности, его восприятие себя-в-мире и мира по отношению к себе лишено ясности и перспективы» [3].

Именно СМИ сегодня все активнее влияют на процессы формирования, развития и дальнейшего функционирования культурной картины мира. Кроме непосредственной своей функции – информативной, СМИ выполняют аксиологическую, развлекательно-компенсаторную, фоновую, трансляционную, идеологическую, образовательную и пр. Конечно, перечисленными функциями роль СМИ в обществе не ограничивается, но нас интересуют именно они, так как процессы формирования и развития личности, ее социализации в значительной степени испытывают на себе влияние средств массовой информации. Опасность транзитивного периода заключается в отсутствии четких ориентиров будущего, траектории развития, будущее неопределенно и зыбко, маятник может качнуться в любую сторону. И здесь особенно важно сохранение традиционных ценностей, национальных идеалов, позитивной национальной идентичности, о чем сегодня забывают в погоне за аудиторией, за прибылью информационные магнаты.

Литература

1. Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания / под ред. А. А. Стриженко. – Барнаул, 2003 // [Электронный ресурс]. – URL: <http://ektvschool.ru/602/1598/1687/> (дата обращения 16.01.2016).
2. Павлова Е. Д. Средства массовой информации – инструмент скрытого воздействия на сознание: социально-философский анализ. – М.: Наука, 2007.
3. Чагдурова Э. Д. «Транзитивность» как объект философского осмысления // Вестник Бурятского государственного университета. Сер. Философия, социология, политология, культурология. – 2014. – №6-1 // [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/>

n/tranzitivnost-kak-obekt-filosofskogo-osmysleniya (дата обращения 09.05.2016).

INFLUENCE OF THE MASS MEDIA INTELLIGENTSIA ON THE CULTURAL WORLDVIEW

Erzhena D. Chagdurova

PhD in Philosophy, A/Professor, Department of Philosophy, Buryat State University

24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia

E-mail: chagd60@mail.ru

The article discusses influence of mass media on the society's cultural worldview. The author notes that in the present context of information overload it is impossible for a person to avoid the influence of meanings encoded in messages of mass media. In the process of creating a public opinion, mass media driven by commercial gain use techniques of manipulating public consciousness and produce messages that distort traditional mentality. Today, the media have not only informative, but also axiological, entertainment-compensatory, background, broadcast, ideological and educational functions. In the process of public opinion formation, as well as striving for commercial success, the media resorted to the technologies of manipulation of consciousness; produce the texts, deliberately distorting the traditional mentality. Their negative impact on the processes of formation, development and continued functioning of the cultural picture of the world is getting larger and clearer. However, of particular concern is the fact that there is a massive propaganda of consumption, luxury and glamour.

Keywords: society, values, norms, mass media, culture, worldview, consciousness, audience, manipulation, stereotypes.