

## Нравственные ориентиры журналистики в современном информационном пространстве

Статья посвящена проблеме влияния современных СМИ и Интернета на воспитание современной молодежи. Рассматривается взаимосвязь технологических и социальных процессов, происходящих в информационной сфере. Анализируются нравственные и этические стороны, предлагаемые сегодняшнему потребителю контента. Выявляются причины современных проблем в воспитании молодежи.

*Ключевые слова:* СМИ, культурная элита, нравственные ценности, эстетическое воспитание, информация.

В наше время для большинства людей СМИ являются «главствующим источником информации и, как следствие, основным инструментом управления общественным мнением, способным оказывать влияние практически на все сферы жизни общества»<sup>1</sup>, в том числе и на повседневную культурную деятельность человека. В качестве такого посредника ранее выступала интеллектуальная элита общества, которая через систему общественного воспитания формировала утверждения высоконравственных образцов человеческого поведения. Сегодня культурная элита заметно утрачивает свое высокое предназначение в социальной иерархии. Отчасти это проявляется в снижении интереса широких кругов к литературе, классической музыке, театральным постановкам, выставкам, музейным экспозициям и, как следствие, потере влияния элиты на заинтересованную и подготовленную публику<sup>2</sup>.

Во многом поэтому в СМИ сейчас сложно обнаружить сформировавшуюся политику производства программ эстетической

направленности. Основная задача – заработать высокие рейтинги, уделяя больше внимания коммерчески выгодным, т. е. развлекательным контентам, где достаточно сложно создать окупаемый «продукт», который мог бы совмещать в себе коммерческую и эстетическую составляющие.

В числе основных социальных причин следует назвать несомненный кризис в самой интеллектуальной элите, проявляющийся в личностном усреднении общества, приводящий к засилью массовой культуры, образцы которой легки для восприятия, направлены, в основном, на эксплуатацию человеческих эмоций, отвлекают от истинных современных проблем. Напротив, «высокая культура всегда развивалась таким образом, что ее создатели ориентировались на запросы интеллектуально развитой публики, которая соответственно воспитывалась с детства»<sup>3</sup>. По мнению социологов и культурологов, компоненты высокой культуры не будут интересны и необходимы массе с «усредненным» уровнем развития вкусов и образования<sup>4</sup>.

Поэтому наибольшим спросом в контенте пользуется развлекательная составляющая. Большинство социальных сетей и СМИ предлагают своим потребителям ненавязчивый, однобокий развлекательный контент, в котором проявляются следующие основные черты: «эклетицизм (безвкусное сочетание разных стилей), претенциозность (стремление выдать дешевое за дорогое, чувственное за возвышенное, публичное за интимное), псевдодемократичность (показная простота, назойливость, эмоциональная перенасыщенность), эротичность (явная или скрытая), постоянный интерес к “запретным” темам»<sup>5</sup>. Именно это на сегодняшний день и представляет собой основу для формирования внутреннего мира современного человека, его эстетического развития, художественных предпочтений, стереотипов, ценностных ориентаций и культурных установок.

Не имея необходимых представлений о фундаментальных нравственных ценностях, будучи неподготовленными к нравственной и эстетической оценке событий, наши современники вынуждены «погружаться» в спорные информационные потоки, предпочитая из них наиболее легкие для восприятия (паблики с мемами, музыку, кино, спорт). Все это особенно опасно потому, что формирует в молодежной среде специфические эстетические вкусы, которые в процессе взросления несут угрозу закрепления их в структуре личности, соединяясь с ее ведущими мотивами<sup>6</sup>.

Что сейчас предлагают нам популярные источники информации? СМИ, в том числе Интернет, стали генератором пропаганды

насилия, навязывания образцов для деструктивного поведения, низкосортного юмора, глумления над религиозными ценностями и порицания патриотизма. Широкое потребление подобного контента во многом объясняется изменениями в социальном статусе молодежи. Речь идет о широкой вовлеченности в образовательный процесс, в который зачастую заложена нравственная оценка общественных процессов; стремление молодежи в качестве самоутверждения обозначить свое участие в общественной жизни без должного критического понимания современных событий; поверхностное стремление активно участвовать в массовых «неоднозначных» с точки зрения рассматриваемой темы выступлениях и фактическое отстранение от многообразных реальных видов социальной деятельности; потребность в изменении к лучшему окружающей действительности и очевидная пассивность в поиске и реализации прогрессивных идей.

Безусловно, что процесс утверждения нравственных ориентиров в обществе, особенно среди молодежи, явление комплексное. Оно должно быть управляемым, не напрямую, теми или иными формами диктата, а путем создания благоприятных условий для утверждения позитивных начал нравственного воспитания. Несомненно, значительная роль подобной деятельности должна принадлежать государству и авторитетным общественным институтам. Огромное значение имеет подготовка квалифицированного и духовно-нравственного журналистского корпуса, именно его деятельность способна переломить складывающуюся ситуацию. Последовательная и целенаправленная работа в этом направлении, в том числе привлечение к созданию контента в СМИ и в Интернете социально значимых известных личностей, своевременная экспертная оценка состояния общественной мысли в молодежной среде должны быть положены в основу такой работы.

#### Примечания

- <sup>1</sup> *Левада Ю.А.* Индикаторы и парадигмы культуры в общественном мнении // Мониторинг общественного мнения. 1998. № 3. С. 7–12.
- <sup>2</sup> *Дубин Б.В.* Группы, институты и массы: Культурная репродукция и культурная динамика в сегодняшней России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 1998. № 4. С. 22–32.
- <sup>3</sup> *Рассадина А.А.* Социально-психологические особенности влияния СМИ на эстетические предпочтения молодежи: Дис. ... канд. психол. наук. С. 155.

- <sup>4</sup> *Вайль П.Л., Генис А.А.* 60-е: Мир советского человека. М.: Согрус, 2013. С. 278.
- <sup>5</sup> *Рассадина А.А.* Акмеологические особенности влияния СМИ на эстетические предпочтения молодежи // Акмеология. 2010. № 3. С. 27.
- <sup>6</sup> *Козленко В.Н.* К вопросу диагностики креативности учащихся: Вопросы психологии познавательной деятельности учащихся средней школы и студентов // Межвуз. сб. науч. тр. / Отв. ред. И.Л. Баскакова. М.: МГПИ им. Ленина, 1981. С. 64–67.