УДК 316.77

**Шочева Александра Александровна**

Магистрант направления «Культурология»

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«Удмуртский государственный университет»

*SunSanna@mail.ru*

Напольских Владимир Владимирович

Доктор исторических наук, профессор,

Член-корреспондент РАН

**Shocheva Aleksandra Aleksandrovna**

Master’s Cultural studies

Udmurt State University

Napolskikh Vladimir Vladimirovich

Doctor of History, professor,

Corresponding Member of RAS

**КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: КРИТИЧЕСКИЙ**

**CULTURAL POLICY IN A MODERN INFORMATION SOCIETY: CRITICAL LOOK**

*Аннотация:*

*В статье представлены негативные тенденции культурной политики в информационном обществе. Автор выделяет основные подходы к осмыслению данных понятий, анализирует их взаимосвязь. Значительное внимание уделяет проблеме формирования негативных последствий в связи с популярностью трансляции отрицательных образов в медиасреде, которые размывают границы культуры в целом, а также способствуют релятивизации информационной культуры в России.*

*Ключевые слова:*

*Информационное пространство, трансляция, коммуникация, культурная политика.*

*Description:*

 *The article presents some unfavorable tendencies of the cultural policy in an information society. The author highlights the basic approaches to think through these ideas, he analyzes their interconnection.* *He gives attention to the negative effects, caused by the widespread broadcasting of negative images in mass media content.* *They abrade boundaries of the culture in whole* *and also lead to relativization of the cultural policy in Russia.*

*Keywords:*

*Infomedia, broadcasting, communication, safety, cultural policy.*

Говоря о современной соотношении традиционного и инновационного в ее культуре, обойти тему культуры и путей из него. В условиях культурного абсентеизма, а же ценностной дезориентации общества, потери целей и задач быть некое вмешательство в процессы культуры сверху. Это относится к сфере культурной политики в среде. Однако что пока малоэффективна.

В современной политике трансляция признанных позитивными, ценностей не приводит к результатам. Хотелось обратить внимание в основном на один аспект, который является не только по себе, и в силу того, он ещё не

В современном информационном пространстве мы сталкиваемся с концентрированной трансляцией ценностей и все обнаруживаем позитивные.

 ценности – это что считается и отрицается культурой. Они, несомненно, имеют аксиологический смысл и в формировании культуры. Вместе с тем их в современном медиа-пространстве, а также приемы и подачи часто разрушительными.

С точки зрения социологии и культурологии здесь может быть обозначено несколько проблем. Во-первых, аксиологическая. Негативные образы размывают границы культуры и способствуют релятивизации (относительности, условности и субъективности) ценностей [5].

Как отмечает С. Кара-Мурза: «помещение человека в атмосферу аморальности отключает его систему навигации, это как включение генератора радиопомех, чтобы сбить самолет с курса» [3].

Во-вторых, из-за зависимости современного человека от информационного пространства снижается его способность критически оценивать увиденное. На сегодняшний день в обществе сложился некий стереотип, содержание которого состоит в том, что если индивид или некое СМИ имеет заявить о себе, людей задуматься и то изменить в себе – необходимо показать «сенсационные» кадры, шокировать публику, вызвать у них чувство недоумения и горечи. Что впоследствии приведет к появлению нездоровых фантазий и ожесточения общества.

Большинство российской рекламы, транслируемой на просторах интернета и телевидения – яркий пример подхода. Журналисты и желающие заставить тех или людей с помощью «разоблачающих», ужасающих кадров, противоположного эффекта. Рассчитывать на рефлексию не приходится: зритель либо начинает подражать «сенсационным» кадрам, либо, включив защитный механизм, отгораживается и не ассоциировать себя с разруганной «золотой молодежью», взяточником, зависимыми курильщиком и алкоголиком. Он притупляет самоанализ, направляя всю критику вовне.

В-третьих, политика в информационном пространстве является частью политики. Сегодня из избы быстрее, чем появляется. Поэтому надо сохранение имиджа страны – не политически выгодная стратегия, но и важная часть политики. Метод формирует негативный нашей культуры только для самих, но и всего мира [1].

В психолингвистике давно техника аффирмации, т.е. утверждения, не отрицания. Аффирмация четкий образ и допускает разных интерпретаций. Именно её наиболее эффективной в работе с подсознанием, воспринимающим утверждение, например: «Я прийти на помощь» [4].

Отрицание же фиксируется точно, а приводит к искажению информации. Возможность интерпретации необходимо особенно в области поскольку «акт следует рассматривать как простое сообщения, остающегося самому себе, сознания адресанта в адресата, а как текста с языка «я» на язык «ты»» [6].

Аффирмации универсальны, поэтому являются важнейшими передачи информации [2]. В политике их применять, закладывая в форму аффирмации содержание позитивных ценностей. Например, в социальной рекламе при борьбе с курением неразумно изображать сигареты или курильщика – лучше создавать положительный образ здоровья, спорта, материнства и т.п.

В нашей истории есть такой опыт. Мы знаем множество фильмов, снятых в СССР, которые дают образы порядочных и в целом положительных людей, а так же массу книг с глубоким и сильным содержанием. Таких примеров немало. Поэтому возникает закономерный вопрос – почему ранее было меньше негативного в СМИ? Тогда существовала жесткая цензура, следившая, в том числе и за сохранением культуры. Видится, что адаптированная к современным реалиям цензура должна служить берегами потока культуры: их, мы законы и нормы пространства медиа – и неподконтрольный поток импульсов, приводящих к релятивизму, психологической

Таким образом, нельзя забывать о том, что цель политики в информационном – человек, его раскрытие творческих возможностей, а не угнетение и «аутсайдеров». Утверждение в культурной политике быть превалирующим трансляции традиционных ценностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. С. Ю. Информационное общество и культура в России: к постановке проблемы // Вестник государственного университета. 7: Философия. Социология и технологии, 2016. – № 5 – С. 18-21
2. Гуревич П. С. идентичности человека в антропологии // Вопросы теории, 2015. – Т. IV. – С.63-87
3. Кара- С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Мурза М.: Эксмо, 2013. – С. 238
4. Ю. М. Цит. по: Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Проект, 2015. – С. 18
5. Никифоров Т. Д. информационное окружение вопросы безопасности // культурологии, 2017. – № 2. – С. 233-244
6. Семенюк Э. П. культура общества и информатики // Аналитика культурологии, 2014. – № 1. – С. 44