***А. А. Марков***

*Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет*

**ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СИСТЕМЕ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ**

Чем более социализирована политика государства, тем менее она нуждается в идеологическом и насильственном обеспечении. Обосновывая роль такой социализации, мы полагаем, что потребности и интересы выражают объективную зависимость человека от условий его существования и не поддаются нравственной, правовой или любой иной социальной оценке. Они могут быть осознанными или неосознанными, более или менее разнообразными и развитыми, но сами по себе не являются «хорошими» или «плохими». Антиобщественными, низменными следует считать не потребности и интересы, а конкретные способы их реализации. Есть все основания говорить о формировании новой информационной культуры, которая вполне способна стать элементом общей культуры общества в системе современных коммуникаций конкретной территории (региона, страны). Ею станут знания об информационном пространстве, информационной сфере общества, законах ее функционирования, умение ориентироваться и адаптироваться в информационных потоках. Информационная культура является показателем общей и профессиональной культуры, но со временем станет важным фактором развития личности и общества.

Субъектами внедрения технологий информационной культуры выступают общество, его социальные институты, социальные группы, средства массовой коммуникации, государство, как стимулирующий и поддерживающий фактор. Проблемами внедрения являются коммерциализация средств массовой коммуникации, ставящая на второй план онтологические ценности общества, атараксия гражданских и государственных институтов от данной проблемы.

Для преодоления указанных проблем необходимо активно внедрять присущие российскому обществу традиционные морально-нравственные и духовные ценности, при этом резко критикуя наносное и вредное, искусственно внедряемое в сознание общества современными информационно-коммуникационными технологиями и информационной продукцией. Общество не нуждается в появлении массированных информационных суррогатов, отчетливо выраженных асоциальных информационных продуктов. Оно нуждается в активном противопоставлении им грамотной и аргументированной контрпродукции, умеющей ярко, красочно, доступно высмеивать, развенчивать, разоблачать деструктивность многих информационных потоков. Социальные технологии информационной культуры должны создаваться на положительных примерах нашей истории, нашей повседневности, включая такие понятия как патриотизм, социальная ответственность, единение российского социума как уникального геополитического образования.