

ISSN 1991-9751

ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК
ВЕСТНИК



ВЕСТНИК

ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА



СЕРИЯ

ЛИНГВИСТИКА

Выпуск 15

№ 25 (284) 2012

ВЕСТНИК



**ЮЖНО-УРАЛЬСКОГО № 25 (284)
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА 2012**

ISSN 1991-9751

СЕРИЯ

«ЛИНГВИСТИКА»

Выпуск 15

Решением ВАК России включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Редакционная коллегия серии:

д-р филол. наук, проф. **О.А. Турбина**
(*отв. редактор*),
д-р филол. наук, проф. **Л.Г. Бабенко**,
д-р филол. наук, проф. **Е.В. Харченко**,
д-р филол. наук, проф. **А.П. Чудинов**,
канд. филол. наук, проф. **Т.Н. Хомутова**,
канд. пед. наук, доц. **О.В. Кудряшова**,
Е.С. Жеребятьева (*отв. секретарь*)

Серия основана в 2004 году.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-26455 выдано 13 декабря 2006 г. Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 февраля 2010 г. № 6/6 журнал включен в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук».

Подписной индекс 29016 в объединенном каталоге «Пресса России».

Периодичность выхода – 2 номера в год.

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И КОГНИТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА

ВОЙТЕЩУК И.В. Номинативное поле концепта «Лед» в немецком и русском языках	6
ЗЫХОВСКАЯ Н.Л. Изучение теории одорической вербализации в отечественной филологии	10
ОВЕШКОВА А.Н., СТАРКОВА Д.А. Образ зимы сквозь призму времени в современной русской поэзии (на материале произведений И. Кнабенгофа)	14
ПЕСТОВА Н.В. Становление австрийского экспрессионизма в журнальной полемике Австрии	21
КРАССА С.И., КАЛУГИНА Е.Н. Гендерные лингвоконцентры субстандарта	27
МИНЬЯР-БЕЛОРУЧЕВА А.П. К проблеме создания политических неологизмов	32

ФОНЕТИКА И ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА

БАБИНА О.А., ДЮМИН Н.Ю. Корпусный метод автоматического морфологического анализа флективных языков	38
БЫКОВА С.Е. Терминология как объект тезаурусного моделирования	45
МАКАРОВА Е.Н. Универсальные и специфические характеристики функционирования интонационного центра в системах неблизкородственных языков	50
ШЕРЕМЕТЬЕВА С.О. Об использовании программ обработки текста для обучения иностранным языкам	56
ШЕРЕМЕТЬЕВА С.О., ДЮМИН Н.Ю. Об экономии усилий при разработке многоязычных лингвистических e-ресурсов	60

ФРАЗЕОЛОГИЯ

ЗЕМЛЯКОВА К.В. Факторы семантической сочетаемости предикатов с фразеологическими характеристиками качества процесса (на материале русского и английского языков)	64
РАДЧЕНКО Е.В., РАНГ К.А. Субъектные процессуальные фразеологизмы со значением социальной деятельности лица как средство характеристики личности русского человека	70

СОЦИОЛИНГВИСТИКА И РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

КРАССА С.И., ВОЛКОГАНОВА А.В. Модели языковой игры в социолекте	74
ПОЛУЙКОВА С.Ю. Прагматический потенциал коммуникативной тональности	80
ХАКИМОВА Е.М. Лексический субстандарт в функциональном аспекте	86

ЗЕЛЕННЫЕ СТРАНИЦЫ

АНОСОВ Е.А. Гендерные стереотипы в поговорках русского языка в свете методологических подходов к исследованию феномена гендерной стереотипизации	93
АХРАМЕНКО К.В. «Свой» – «чужой» в языковом сознании курсантов (по данным теста «Завершение предложений»)	97
БЕЛОВА Н.А. Категория результативности и специфика её проявления в лексико-семантическом поле зрительного и слухового восприятия (на базе английского языка)	102
ГРИГОРЬЕВА Н.Ю. Функции когнитивной метафоры в поликодовом сообщении (на примере политического комикса)	107
ДУБСКИХ А.И. Тактика эпатирования как инструмент провокационной саморекламы в «звездных» интервью	109
КОЗЛОВА Н.С. Самопрезентация личности в условиях виртуальной коммуникации (на примере немецкоязычных блогов)	113

НАУМОВА А.П. Научная статья как жанр профессионального дискурса переводчиков ...	116
РОМАНОВСКАЯ Н.В. Средства массовой информации в контексте формирования духовно-нравственного сознания Россиян: теоретическое и практическое осмысление проблемы	119

КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

ВИЛИСОВА Е.В. Ассоциативный эксперимент как метод изучения языкового сознания медиков	124
ДМИТРУСЕНКО И.Н. Критерии оценки сформированности лексического навыка	126
ЗАЛЯЛЕТДИНОВА И.М. Лингвистические особенности оборотов, образованных неличными формами глагола, при выражении зависимого таксиса	128
КРАВЦОВА Е.В. Научный дискурс как вид институционального типа дискурса	130
МАШАКАЕВА Э.М. Роль лингвистики в решении глобальных проблем экологии (терминологические китайско-русские и русско-китайские словари в области экологии)	132
ОСМИНИН П.Г. Современные подходы к автоматическому реферированию и аннотированию	134
РЕПЬЕВСКАЯ М.В. Подходы к изучению нарратива	136
САЛТЫКОВА М.С. Импликация модальных значений в рекламном тексте	138
ЧИРКОВА О.И. Способы изучения нравственных ценностей	140
ФАЙЗРАХМАНОВА А.Р. Анализ основных подходов к изучению феномена «языковое сознание»	142

РЕЦЕНЗИИ

МИНЬЯР-БЕЛОРУЧЕВА А.П. Рецензия на монографию Т.Н. Хомутовой «Научный текст: интегральный подход»	144
СИДОРОВ Е.В. Рецензия на монографию Т.Н. Хомутовой «Научный текст: интегральный подход»	145
ТУРБИНА О.А. Рецензия на учебное пособие В.И. Томашпольского «Сравнительная типология французского и русского языков»	146

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ РОССИЯН: ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Н.В. Романовская

MASS MEDIA IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF SPIRITUAL AND MORAL CONSCIOUSNESS OF THE RUSSIANS: THEORETICAL AND PRACTICAL COMPREHENSION OF THE PROBLEM

N.V. Romanovskaya

Рассматриваются основные показатели духовно-правственного состояния современного российского общества. Автор анализирует степень влияния электронных средств массовой информации на этическое сознание россиян, на систему их ценностей и моральных ориентиров. Особое внимание в статье уделено выявлению причин наблюдаемого сегодня в России периода «нравственной смуты», духовной дезориентации.

Ключевые слова: средства массовой информации, нравственность, аномия, медиатерроризм, карнавализация сознания, медийная экология.

The article deals with the main indicators of spiritual and moral rates of modern Russian society. The author of the article analyses the influence of on-line media on the ethical consciousness of the Russians, their system of values and moral compass. Particular attention is paid to identifying the reasons for "moral confusion" and spiritual disorientation which are observed in Russia today.

Keywords: mass media, moral, anomie, mediaterrorizm, carnivalization of consciousness, media ecology.

«О времена, о нравы!». В одной из своих речей знаменитый римский оратор Марк Туллий Цицерон, громивший близоруких сенаторов, отлично знавших, что заговорщик Катилина готовится захватить власть, и не принимавших против него мер, воскликнул с возмущением: «O tempora, o mores!». С тех пор эта фраза выражает предел негодования, высшую степень осуждения общественных порядков.

В истории каждого народа и каждой страны нет, наверное, сколько-нибудь продолжительного периода, когда бы ни звучали горестные суждения о падении нравов и кризисе нравственности в обществе. Всеобщая обеспокоенность нравственным

состоянием социума вполне объяснима, поскольку без преимущественной этической направленности сознания общество переживает серьезный духовный кризис: «Возвышенные идеалы меркнут, цели становятся все более и более обособленными, ... понятия, которыми двигалось нравственное развитие и достижение лучших отношений общежития, постепенно и осязательно утрачивают свои ясные очертания и заменяются суррогатами... Доброта заменяется чувствительностью, причем последняя подчас бывает весьма жестокой; чувство чести заменяется самолюбием и тщеславием; любовь и праведное негодование уступают место симпатии и уклончивому несочувствию; на место долга усажи-

Романовская Наталия Валерьевна, преподаватель кафедры средств массовой информации, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), соискатель кафедры радио и телевидения, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург); научный руководитель – Т.В. Васильева, кандидат филологических наук, доцент. E-mail: NRO@inbox.ru

Nataliya V. Romanovskaya, chair lecturer, Mass Media, South Ural State University (Chelyabinsk); chair post graduate, Radio and Television, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg); Scientific Supervisor – Tatyana V. Vasilyeva, PhD (Journalism), docent. E-mail: NRO@inbox.ru

вается личный расчет и удобство, твердость смешивается с бездушием и жестокостью...¹ Так, под воздействием политических, экономических, социальных и иных факторов нравственное сознание социума подчас подвергается серьезным трансформациям. Отчетливо это видно в кризисные периоды развития социума, когда нравственные ценности замещаются принципами прагматичного мира, нормой становится потребительское отношение к жизни, пренебрежение к другим людям, душевная пустота и вседозволенность. Одним словом, когда наблюдается дегуманизация и так называемая *карнавализация сознания*, выражающаяся в смене бинарных оппозиций морали и разврата, ценностном «переворачивании» существующего порядка.

В России проблема нравственного и ценностного выбора сегодня как никогда актуальна, отчасти и в связи с историческими особенностями развития государства. XX век для нашей страны был временем некоего социального эксперимента, когда религиозные верования были заменены научным атеизмом, каноны христианской веры – принципами коммунистической морали, когда был исключен духовно-нравственный компонент из культурных и образовательных программ, когда постсоветское общество было дезориентировано в отношении своего дальнейшего развития, а в сознание россиян активно внедрялась идеология рыночника – все это привело страну в состояние всеобщего духовного кризиса. Свой вклад в нравственную деградацию современного российского общества вносят и средства массовой информации, в частности, телевидение, пропагандирующее насилие, вседозволенность и чуждые большей части нашего населения идеалы. Сегодня огромное число программ как федерального, так и регионального телевидения – это неконтролируемая подача информации катастрофического характера, выработка у людей ощущения «от меня ничего не зависит», и как следствие – отказ от участия граждан в жизни общества. Телепрограммы демонстрируют жестокость, насилие, пороки, скандалы, цинизм и аморальные супружеские отношения. Яркие примеры – телепередачи «Дом 2», «Мама в законе», «Каникулы в Мексике», «Десять поводов влюбиться», «Брачное чтение», «Пусть говорят»; зарубежные сериалы, киноленты и мультфильмы, которые формируют у зрителей искаженное представление о семейных ценностях. Опасение вызывает и тот факт, что в большинстве своем данные проекты транслируются в эфире телеканалов, ориентированных на молодежную публику, наиболее уязвимую часть телеаудитории. Как следствие, актуальным явлением сегодня становится «аномия», выражающаяся в «разложении» системы ценностей подростков и части представителей других возрастных групп. В последующем она проявляется и в более ужасающих последствиях: отчужденности человека от общества, апатии, разочарованности в жизни, преступности.

Духовно-нравственные показатели развития современного российского общества

Истоки смены российскими средствами массовой информации вектора своего ценностного развития следует искать еще в период реформ 80-90-х годов XX века. Это время демонополизации, коммерциализации, разобщенности СМИ. Массмедиа в большинстве своем стали собственностью медиамagnатов, что повлекло за собой изменение содержательной модели печатных СМИ, смену программной политики теле-, радиоканалов, увеличение количества развлекательных телепередач с ориентацией на прагматизм, легкую наживу, появление коммерческой рекламы и криминальных фильмов-боевиков, в которых прославлялся культ силы и наживы, эгоизма и нравственной распушенности. Именно в этот период явной стала тенденция эксплуатации человеческих слабостей и пороков, биологических инстинктов, в первую очередь, сексуальных. На это и сегодня ориентирована как печатная продукция, так и ТВ, и в особенности Интернет. Причины обозначенных деструктивных показателей можно связать и с упразднением социальных институтов морального контроля. В советском обществе – это институт государственной цензуры, партийная и комсомольская организации, товарищеские суды, народный контроль и т. д. В досоветское время – религиозные институты. Серьезное влияние на духовное сознание общества оказывают и западные стереотипы поведения, которые продолжают и сегодня пропагандироваться в России. Обществу навязывают следующие принципы: 1) «не ленись, будь энергичен, всегда стремись к большему»; 2) «саморазвивайся, учись, становись умнее – тем самым ты содействуешь прогрессу человечества»; 3) «добивайся личного успеха, достигай богатства, живи в достатке – тем самым ты содействуешь процветанию и развитию общества»; 4) «не доставляй другим неудобств, не лезь в чужую жизнь, уважай личность другого и частную собственность»; 5) «Бери от жизни всё!» Ты должен это попробовать!».

Такой прагматичный подход, акцентирование на собственном «я», следование идеологии потребителя стали причиной нового морально-психологического кризиса нации, о котором все чаще сегодня говорят исследователи и видные общественные деятели. Подтверждает этот факт и игумен Иоанн (Экономцев). Открывая IX Рождественские чтения в Государственном Кремлевском дворце, он высказал следующую мысль: «...идеалы общества потребления, человеческий эгоцентризм, стремление к комфорту и наслаждениям, безудержная погоня за прибылью и вещами завели человечество в тупик»². В качестве доказательства самоуничтожения нации можно привести данные социологических исследований: в 2006 году 30% от всех обратившихся за медицинской помощью наркоманов – это люди подросткового возраста.

По данным МВД РФ 70 % всех наркоманов – это подростки и молодежь³. За последние годы значительно ухудшилась и криминальная обстановка в стране: обесценилась человеческая жизнь, стремительно растет число убийств (в том числе заказных, садистских, бессмысленных), изнасилований, издевательств, хулиганства, воровства, взяточничества – и все это, как правило, остается безнаказанным (см. таблицу).

Приведенные в таблице данные указывают на болезненное состояние современного российского общества. Но сложившуюся ситуацию нельзя оценивать однозначно негативно. Несмотря на все более насаждаемые идеалы потребительского общества, только 18 % населения считают сегодня, что богатство может сделать человека счастливым. В сознании людей все еще сильны традиционные ценности – любовь к близким, здоровье, благополучие детей, хорошая работа⁴.

Найти объяснение происходящим в обществе процессам пытаются представители различных научных направлений. Многие исследователи склонны считать, что причины наблюдаемых ныне негативных социальных тенденций кроются в самой истории развития мирового сообщества. Так,

среди причин современной нестабильности ценностных ориентаций россиян ученые выделяют следующие:

1) ослабление семейных, клановых, общинных и других коллективных связей (что воспринимается многими людьми как снижение взаимовыручки, рост эгоизма, подрыв семейных устоев и т. п.). Человек стал свободнее от диктата главы семьи, лидеров общины, клана и иных форм коллективного контроля – зачастую насильственного и далеко не всегда благотворного;

2) улучшение условий жизни снизило потребность во взаимопомощи. Например, 200 лет назад отказать в помощи родственникам или соседям нередко означало обречь их на полуголодное существование (а иногда и на голодную смерть). Сейчас отказ в помощи может иметь даже позитивный результат, заставляя человека действовать более энергично и отказываться от иждивенческой психологии;

3) снижение «альтруистического начала» по отношению к «ближним» позволило распространить альтруистические установки на «дальних». Многие исследователи (например, Ф. Фукуяма в книге «Доверие») отмечают, что чем крепче связи

Состояние преступности в Российской Федерации*

	Январь-июль 2011 г., тыс.	В % к январю-июлю 2010 г.
Зарегистрировано преступлений	1438,9	90,6
в том числе:		
особо тяжкие	68,2	95,0
тяжкие	307,1	85,6
средней тяжести	547,0	93,0
небольшой тяжести	516,5	90,8
из общего числа зарегистрированных преступлений по отдельным составам преступлений:		
убийство и покушение на убийство	8,7	92,5
умышленное причинение тяжкого вреда здоровью	23,0	98,4
изнасилование и покушение на изнасилование	2,7	89,9
террористический акт, единиц	18	100,0
содействие террористической деятельности, единиц	56	в 5,1р.
разбой	11,7	82,7
грабеж	75,3	77,6
кража	590,7	93,8
в том числе из квартир	64,5	82,6
вымогательство	3,6	86,4
присвоение или растрата	27,4	82,3
мошенничество	95,5	88,4
хулиганство	3,5	80,4
взяточничество	8,1	88,6
неправомерное завладение автомобилем или иным транспортным средством без цели хищения (угон)	22,1	100,7
нарушение правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств	14,1	104,0

* Социально-экономическое положение России – 2011 / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_01/IssWWW.exe/Stg/d07/3-4.htm (дата обращения: 30.11.2011).

Зеленые страницы

внутри малого коллектива тем, как правило, хуже отношение к «чужакам», другим членам большого общества. Современный человек в меньшей степени готов жертвовать собой ради благополучия родственников или соседей, но с гораздо большей готовностью платит налоги на социальную помощь людям, которых он никогда не видел;

4) прошлые эпохи были временем страдания: гораздо больше было физической боли, мук голода и т. п. За последние столетия срок жизни значительно увеличился, молодость длится намного дольше; благодаря достижениям медицины и фармакологии гораздо меньше стало физической боли;

5) развитие технологий привело к росту жестокости. Во времена средневековых завоеваний ассимиляция и уничтожение покоренных народов проходили достаточно долго не в силу высокой нравственности и сдержанности завоевателей, а лишь потому, что в их распоряжении не было современных технологий уничтожения⁵.

Эти и другие социокультурные факторы в равной степени повлияли на изменение нравственных ценностей современного российского общества. Но изменения затронули не столько состав, сколько их иерархические соотношения в индивидуальном, групповом общественном сознании: одни ценности получили более высокий статус или ранг, другие стали менее значимыми. В настоящее время в качестве главной задачи России можно назвать возрождение духовно-нравственных устоев и национального самосознания, в том числе и с помощью целевой, программной, ценностной переориентации средств массовой информации как одного из главных этических регуляторов общественного сознания.

Взаимодействие СМИ и общества: нравственный контекст

В современных условиях, когда общественное мнение во многом формируется под влиянием теле- и радиопередач, публикаций в газетах и журналах, неизмеримо возрастает ответственность средств массовой информации перед обществом, их значение в деле создания в стране атмосферы гражданской ответственности за процессы развития России. В то же время в центральных средствах массовой информации практически отсутствуют программы, освещающие историческое наследие духовной культуры в нашей стране и её нравственные многовековые традиции, ценности семьи и человеческой жизни, не используется духовно-нравственный потенциал традиционных религий народов России для создания положительного образа семьи и многодетности. Широко распространена пропаганда порока, жестокости, безнравственности, цинизма. Наблюдается так называемый *медиа терроризм* – целенаправленное, планомерное, систематическое использование возможностей средств массовой информации для создания и тиражирования чувств страха (ужаса, беспокойст-

ва, тревоги) и распространения их в информационном пространстве в целях манипулирования общественным сознанием.

Собственное стремление к сенсационности, репортажности и эпатажу представители средств массовой информации, видные деятели культуры и искусств оправдывают потребностями аудитории. Другими словами, ответственность за негативный контент светских СМИ они целиком и полностью перекалывают на совесть телеаудитории. Такой точки зрения придерживается, в частности, вице-президент Академии Российского телевидения И.Н. Мишин: «Вкусы и привязанности определённой части населения столь безнравственны, что на них совершенно спокойно откликается тот или иной канал, продавая внимание этой безнравственной аудитории рекламодателю»⁶. Кинорежиссер И. Дыховичный добавляет: «Повседневная жизнь предоставляет людям гораздо больше образцов аморального поведения, чем СМИ вообще и телевидение – в частности»⁷.

Но все разговоры о том, что спрос на телевизионную продукцию определяет зритель, – профессиональное лукавство. Телевидение само порождает этот спрос, потому что определяет свое предложение, формируя при этом качество и уровень аудитории: или поднимает своих телезрителей, или опускает их до уровня своих программ.

Производители телевизионной и иной журналистской, кинематографической продукции действительно не имеют представления об информационных и иных запросах и предпочтениях россиян. Подтверждают этот факт исследования мнений россиян, которое выявило, что ценности и поведенческие стереотипы, пропагандируемые в СМИ, диаметрально противоположны тем ценностям, которые сами люди воспринимают как значимые. Говоря о СМИ, на первое место подавляющее большинство респондентов ставит насилие (68%). Естественно, говоря о личных ценностях, ни один человек не сказал, что насилие является для него приемлемым. На втором месте среди ценностей, которые пропагандируют СМИ, находятся деньги. 65% считают, что СМИ постоянно твердят: нужно зарабатывать деньги, нужно стремиться к богатству. В то время как деньги являются ценностью только для 36% респондентов. По мнению 64% населения, СМИ пропагандируют жестокость. 56% считают, что СМИ очень часто говорят о плотской любви, а эта ценность имеет низкий приоритет для населения: только каждый десятый считает ее ценностью. Получается, что каждый второй сталкивается с этой пропагандой, но не считает это ценностью⁸.

Но если люди среднего и старшего возраста способны критично оценить телевизионный, печатный и иной журналистский продукт и, в дальнейшем принять осознанное решение, смотреть ту или иную передачу, читать ли интернет-заметку или нет, то наиболее уязвимыми в этой связи

представляются дети и подростки, которые в большинстве случаев не могут в полной мере осознать то негативное влияние, которое оказывается средствами массовой информации на их психологическое и душевное здоровье. Как следствие, в наше время жестокость малолетних стала не столько возрастной болезнью, сколько социальной, поскольку она усугубляется современными масс-медиа. Ученые уже давно склонны сопоставлять факты жестокости малолетних с содержанием телевизионной продукции. Ряд известных психологов (в том числе, профессор А.К. Колеченко) установили ряд закономерностей деструктивной работы СМИ – в частности, создание ряда психологических образов-убийц. Телевизионные и кинематографические сцены убийств и самоубийств, сопровождающиеся исполнением характерных песен весьма известными исполнителями, закрепляются в психике молодых людей и при стечении определенных обстоятельств толкают их либо на преступление, либо на самоуничтожение. Интерес в этой связи представляет и социологическое исследование, проведенное в 80-х годах в США среди осужденных преступников. Согласно обнародованным данным, 63 % осужденных преступников заявили, что они совершили преступление, копируя телевизионных героев, а 22 % – переняли из телефильмов «технологии» преступления⁹.

Красноречивые факты позволяют говорить о необходимости формирования в российском обществе *медийной экологии*, то есть выработки своеобразного иммунитета против низкокачественного медиапродукта и овладение духовно-нравственными и эстетическими критериями. Этому может способствовать и введение ценностной цензуры в СМИ, прежде всего – на телевидении. «Средствам массовой информации необходимо понять новый социальный заказ, – вице-президент «МедиаСоюза» Елена Зелинская. – Складывается впечатление, что медиа отстают от аудитории, которая ждет больше ценностных ориентиров, чем те, которые сегодня предлагаются».

Таким образом, средства массовой информации как светский институт, несомненно, является важным этическим регулятором современного общества. Руководству современных российских

СМИ, а также творческим коллективам редакций необходимо стремиться уменьшить оказываемое сегодня на российское общество негативное влияние, тем самым его нравственно оздоровить. Для решения данного вопроса необходимо кардинально менять программную политику большинства средств массовой информации, отказываясь от демонстрации жестокости, убийств и других социальных пороков, предлагая своей аудитории положительные примеры нравственного образа жизни. Необходим также государственный и общественный контроль за содержанием современных медиа, ценностное цензурирование их контента, усовершенствование законодательной базы в данной отрасли.

¹ Кони А.Ф. Новый суд // Сочинения: в 8 т. М., 1966. Т. 1. С. 418–419.

² Николаев С.В. О взаимодействии светских общественных и церковных организаций в обеспечении устойчивого развития России // Православие, экология, нравственность: сб. ст. М.: АОЗТ «Просветитель», 2004. С. 88.

³ Статистика. Наркомания. URL: http://statistika.ru/zdr/2007/12/07/zdr_9773.html (дата обращения: 01.08.2011).

⁴ Перевезенцев С. Больной хочет выздороветь. О духовно-нравственном состоянии современного российского общества. URL: http://www.perspektivy.info/misl/cenn/bolnoiy_hochet_vyzdorovet_oduhovno-nravstvennom_sostoyanii_sovremennogo_rossiyskogo_obschestva.htm (дата обращения: 10.01.2011).

⁵ Прогресс нравственности. URL: http://www.truemoral.ru/moral_pr.php#ran (дата обращения: 05.06.2011).

⁶ Нравственность на телевидении: нужна ли цензура? // Телепередача «Открытая студия», 5 канал (г. Санкт-Петербург). URL: <http://www.5-tv.ru/video/503059/> (дата обращения: 27.10.2011).

⁷ Реферат передачи «Времена» (25.02.07, «Первый» канал). URL: <http://bd.fom.ru/report/whatsnew/tkr07> (дата обращения: 12.12.2010).

⁸ Национальное единство и российские СМИ: ценности современной России // Церковный вестник. № 20 (345). URL: <http://www.tserkov.info/numbers/churchsociety/?ID=1948> (дата обращения: 02.06.2011).

⁹ Чуприй Л. Падение нравственности в российском обществе // Агентство политических новостей. URL: <http://www.apn.ru/publications/article23740.htm> (дата обращения: 11.05.2011).

Поступила в редакцию 19 декабря 2011 г.