

Религиозная пропаганда в средствах массовой информации: проблематика сосуществования

Kaluzhsky, Mikhail

Postprint / Postprint

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaluzhsky, M. (1997). Религиозная пропаганда в средствах массовой информации: проблематика сосуществования. In *Общество и религия: материалы межрегионального семинара* (pp. 45-47). Omsk: Omsk State Pedagogical University. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-430872>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Free Digital Peer Publishing Licence zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Free Digital Peer Publishing Licence. For more information see:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

РЕЛИГИОЗНАЯ ПРОПАГАНДА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ПРОБЛЕМАТИКА СОСУЩЕСТВОВАНИЯ

Калужский М.Л.

Омский государственный технический университет

RELIGIOUS PROPAGANDA IN THE MEDIA: ISSUES OF COEXISTENCE

Kaluzhsky M.L.

Omsk State Technical University

Аннотация: Статья об использовании средствами массовой информации религиозной пропаганды в качестве информационного повода для привлечения внимания читателей. Автор анализирует цели, задачи и направления государственного регулирования деятельности средств массовой информации для социализации религиозной пропаганды. Религия рассматривается в статье как инструмент социального управления и контроля.

Ключевые слова: социальное управление, религиозная пропаганда, социальный контроль, СМИ, социальная политика, государственная идеология, государственная политика, государственное управление, социализация.

Abstract: Article on the use of the media of religious propaganda as newsworthy to attract the attention of readers. The author analyzes the goals, objectives and directions of state regulation of the media for the socialization of religious propaganda. Religion is considered in the article as an instrument of social control of citizen's behavior.

Keywords: social control, religious propaganda, social control, mass media, social policy, political ideology, public policy, public administration, and socialization.

В постперестроечный период появилась масса новых возможностей для самореализации личности, не связанных напрямую со сферой материального производства и не требующих высокого уровня интеллектуальной подготовки. Сформировались совершенно новые, деидеологизированные стереотипы общественного сознания. И средства массовой информации (СМИ), к сожалению, сыграли в этом далеко не самую приглядную роль.

Практически повсеместно мы наблюдаем общую тенденцию к дегуманизации и деморализации подаваемой СМИ информации, отсутствие каких-либо нравственных ориентиров. Все это проявляется, прежде всего, в принижении, искажении и разрушении нравственного образа человека. Скрытая и явная пропаганда секса, насилия и достижения материального благополучия любой ценой привела к изменению норм общепринятой морали, вывела духовную жизнь общества из состояния естественного равновесия. Неадекватное представление реальности, навязывание ложных ценностных ориентиров – "грехи" российских СМИ можно перечислять очень долго. В самом деле, то, что прежде казалось немыслимым и постыдным на страницах газет и экранах телевидения, теперь воспринимается как нечто само собой разумеющееся.

Конечно, в условиях открытой экономики совершенно объективно все сферы общественной жизни общества переходят в состояние открытости и пытаться искусственно ограничить их проявления было бы абсолютно бессмысленно. Речь здесь идет о другом. Необходимо выявить и запустить механизмы естественного уравнивания негативных тенденций в обществе. Сегодня, когда во многих семьях, помимо телевизоров и видеомагнитофонов, появились компьютеры, развиваются международные коммуникационные сети, трудно говорить о реальности запретных мер. Нужен некий противовес – нечто такое, что, наравне с новой российской идеологией (находящейся сейчас в зачаточном состоянии), составило бы реальную альтернативу десоциализующему воздействию средств массовой информации.

Подобной альтернативой и своего рода стабилизирующим фактором с древнейших времен служила религия. Не случайно нравственные установки крупнейших мировых конфессий во многом повторяют друг друга. Объяснение этому очень простое: любое общество в

процессе самоорганизации неизбежно вырабатывает свои внутренние стабилизирующие факторы, одним из которых и являются нормы религиозной морали. Ведь даже и современная гуманистическая мораль зародилась в свое время нигде иначе как на основе христианских нравственных ценностей. Разумеется, необходимо отдавать себе отчет в том, что церковь давно уже отделена от государства и в Конституции РФ законодательно закреплена свобода совести граждан. Сегодня трудно говорить всерьез о возможности возрождения подлинной религиозности в России и связанных с ней нравственных установок. Да и обилие действующих конфессий делает такую задачу невыполнимой.

Современное государство по своей сути нерелигиозно, оно преследует свои сугубо прагматичные цели. Однако государство объективно заинтересовано в появлении и сохранении естественных (самоорганизующихся) факторов стабильности общества. И здесь государственные установки и некоторые аспекты религиозной деятельности совпадают. Соответственно поддержка и содействие, оказываемые со стороны государства религиозным организациям, должны быть не просто данью традиции, но стать следствием осознанной политики, направленной на общую социализацию общественных процессов.

Назрела необходимость создания концепции взаимодействия органов государственной власти и конфессиональных организаций с целью выработки взаимоприемлемых условий сосуществования. Разумеется, поддерживаться должны не отдельные конфессии, но реализация конкретных социально-значимых программ. И приоритет здесь должен отдаваться в первую очередь интересам стабильности социума.

Нельзя забывать, как бы банально это не прозвучало, что защита государственных интересов – одна из важнейших функций государства. Поэтому роль государства в вопросах регулирования религиозной пропаганды в средствах массовой информации должна быть первостепенной. Средства массовой информации – могучее оружие воздействия на умы людей, и органы общественного самоуправления должны выработать механизм влияния на ход религиозной пропаганды.

Принципы такой коррекции достаточно просты. Церковь не должна заниматься собственной пропагандой в средствах массовой информации – пропагандироваться должны религиозные ценности, не входящие в противоречие с общепринятыми нормами нравственности и морали. Необходимо помнить, что подлинная религиозность зиждется на принципе свободы совести гражданина, т.е. на принципе свободного волеизъявления человека. Поэтому всякие попытки использования СМИ в целях рекламы и агитации со стороны любых конфессий следует купировать всеми доступными средствами.

Средства массовой информации должны служить не орудием подчинения сознания масс со стороны той или иной конфессии, но механизмом общего процесса социализации и гуманизации общества. И именно в таком контексте нужно рассматривать вопросы взаимодействия органов власти с религиозными организациями.

Это вовсе не означает, что государство должно вмешиваться в дела религиозных организаций. Во все нет. Просто тогда, когда речь идет об использовании религиозными организациями средств массовой информации в целях религиозной пропаганды, следует, видимо, руководствоваться принципами общественной целесообразности и общественной безопасности таких действий. Иначе говоря, свобода совести приверженцев какой-либо религиозной общины не должна служить поводом для использования возможностей влияния СМИ на умы наших сограждан.

Опубликовано: Калужский М.Л. Религиозная пропаганда в СМИ: проблематика сосуществования / Общество и религия: Материалы межрегионального семинара. – Омск: ОмГПУ, 1997. – С. 45-47. – ISBN 5-8268-0071-2. (Доступна [электронная версия](#)).