

ности "новой экономики". При всех особенностях возникновения, развития и продолжения нынешней "реплики" Великой депрессии 1929-1933 годов она служит убедительным доказательством полного краха прежде всего американской модели капитализма, которая и навязывается в последние десятилетия всему миру, в том числе постсоциалистическим странам, в качестве образца для подражания. Следуя в русле этой модели, большинство из них уже стали на путь необратимой деградации во многих отношениях, наивно поверив в сказки своих западных менторов о бескризисном развитии в рамках "новой экономики".

Поэтому выход этих стран, и в частности Украины, из исторического тупика, в который их завели с помощью западной "транзитологии" (т.е. теории о переходе от авторитаризма к демократии), лежит в принятии решения полного отказа от затянувшегося экономического эксперимента и требует поиска и претворения в жизнь собственной модели социально-экономического и политического развития — более прогрессивной, более гуманной, более справедливой, более демократичной. Это — очень трудная задача, особенно с учетом того, что современный глобальный капитализм может предпринять попытку преодоления нынешнего кризиса посредством втягивания народов мира в новую военную конфронтацию, как это неоднократно было в истории человечества, как и в случае Великой депрессии 1929-1933 годов. Однако именно и только решение этой невероятно сложной задачи дает шанс на выживание народам мира, обрекаемым на то, чтоб обслуживать интересы сильных мира сего в странах "золотого миллиарда" планеты, в том числе и украинскому народу. Отказ от "дружественной помощи" США и Евросоюза особенно важен в нынешних условиях, когда глобальный капитализм, вступая в век дефицита ресурсов, все больше и больше исчерпывает мирные резервы своего развития и делает все большую ставку ради продления своего существования на войну и организованное насилие.

РЕЛИГИОЗНОЕ СОЗНАНИЕ И ЕГО ФОРМИРОВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ СМИ

В.С. Ющенко, студент группы 17А00

Научный руководитель Воробьева Т.В.

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Актуальность темы исследования обусловлена все возрастающим использованием религиозными организациями средств массовой информации в миссионерских целях.

На сегодняшний день печатные СМИ и Интернет – ресурсы являются одними из основных информационных каналов распространения информации о религии, однако, стоит отметить важную роль телевидения и радио (а именно федеральных телеканалов и новостных светских радиостанций), которые имеют большой охват аудитории и выпускают в эфир информацию о религиозной жизни в информационные программы.

Религиозный сегмент средств массовой информации все больше влияет на религиозную жизнь общества, СМИ упрощает общение верующих, способствует развитию миссионерской деятельности, постепенно складывается система религиозных СМИ.

Объектом исследования являются религия и светские СМИ, рассматривающие вопросы религии.

Предметом исследования выступает общественная проблематика религии и светских СМИ, рассматривающих вопросы, связанные с религией.

Цель работы – проанализировать содержание материалов о религии и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, выявить их влияние на моральное и религиозное сознание общества.

Цель исследования предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть понятие и сущность религиозного сознания;
2. Проанализировать религию в информационном поле российских СМИ.

Религиозное сознание является одной из старейших форм общественного сознания, и совершенно очевидна подчиненность его конкретным общественно-историческим условиям.

Религиозное сознание являлось ведущей формой общественного сознания в течение более, чем двух тысячелетий, вплоть до эпохи Просвещения. С развитием науки, философии, правосознания, морали, религии значительно уступает свои позиции. Возникает атеизм как учение, опровергающее религиозные взгляды. Но научное опровержение религиозных взглядов не может полностью

решить проблемы религии. Как форма общественного сознания религиозное сознание находится во взаимодействии с другими его формам, и прежде всего такими, как нравственное сознание, эстетическое, правовое и др. Религиозное сознание специфично. Ему присуще прежде всего вера, эмоциональность, символичность, чувственная наглядность, соединение реального содержания с иллюзиями, диалогичность (диалог с Богом), знание религиозной лексики, воображение, фантазия.

Религиозное сознание отличается тем, что наряду с признанием реальной жизни, в нем сохраняется иллюзорное удвоение мира, вера в продолжение духовной жизни после прекращения жизни земной, вера в потусторонний мир. Доказать логично существование этого мира невозможно, поэтому религиозное сознание основано на вере. Вера это интегративная часть религиозного сознания. Она не нуждается в подтверждении истинности религии со стороны разума или чувств. Религиозная вера означает необходимость соответствующего поведения и деятельности и надежду на сверхъестественную добродетель благодаря милости Бога. В сущности своей это слепая вера. Не всякая вера является религиозной. Может быть и научная вера, но опирающаяся на факты. В этическом смысле вера - это способность доверять, предполагающая душевную стойкость (вера в человека, в дружбу, в будущее, в справедливость, в идеал и т.п.). Вера связана с риском, ибо это чувство может ошибаться.

Обыденное религиозное сознание является непосредственным отражением бытия людей. Оно выступает в виде представлений, иллюзий, чувств, настроений, привычек, традиций. Его нельзя назвать цельным и систематизированным. На этом уровне религия связана с индивидом и выступает в личной форме. Здесь преимущественно выступают традиционные способы передачи чувств, иллюзий, представлений.

Концептуальный уровень религиозного сознания - это систематизируемая совокупность понятий, принципов, суждений, аргументов, в которую включено учение о Боге, природе, обществе, человеке. Это вероучение, теология, богословие, подготовленное и обоснованное специалистами.

В этот уровень сознания входят религиозно-этические, религиозно-эстетические, религиозно-правовые, религиозно-экономические, религиозно-политические концепции, основанные на принципах религиозного мировоззрения. И, наконец, к концептуальному уровню религиозного сознания присоединяется религиозная философия, находящаяся на стыке философии и теологии (неотомизм, персонализм и др

Сохранение религиозного сознания связано с эстетической привлекательностью обрядовой культуры, с эмоциональной насыщенностью религиозных чувств, с чувством веры в добро и справедливость.

Своеобразным аккумулятором религиозных взглядов всегда выступало и выступает сейчас искусство. Религиозные организации всегда старались поставить себе на службу различные виды искусства: архитектуру, живопись, скульптуру, музыку, поэзию, театр. Все это призвано усилить влияние религии, укрепить веру. В большинстве случаев господствующая религия выступает в союзе с государством, с политической властью.

В современном мире всю информацию люди получают из средств массовой информации. Для выявления взаимосвязей и отношения СМИ и религии в 2006 г. проводилось исследование. [3]

Вот выводы данного исследования.

Одна из важнейших, считают эксперты, – **тема религиозного образования**. Причем эта тема должна больше присутствовать как в светских, так и в конфессиональных СМИ.

Так же важна **тема молодежи**, практически не попадающая в поле зрения СМИ.

Недостаточно полно освещается **повседневная церковно-приходская жизнь** и в светской, и в конфессиональной прессе.

Есть индивидуальная точка зрения (Б. Любимов), что светская пресса могла бы освещать **вопросы богословия, церковной истории**, популяризируя их, распространяя знания на широкую аудиторию (в качестве примера приводится собственный опыт эксперта, который вел на телеканале "Культура" программу "Читая Библию").

Анализируя тематику конфессиональной прессы, эксперты отмечают, что так же, как и светская, она затрагивает практически весь тематический спектр. Однако в большинстве случаев делает это на низком профессиональном уровне, к тому же отдельные издания "отсеивают информацию", которая в основном касается недружественных церковных блоков и группировок. Или такая информация подается только в критической форме.

Все эксперты отмечают как наиболее значимую **тему взаимоотношений Церкви и государства**. На их взгляд, она требует отдельного внимания как светской, так и конфессиональной прессы,

так как политика этих взаимоотношений еще не выработана и до сих пор нет конкретных представлений о том, какой она должна быть.

СМИ представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам.

Их отличительные черты - публичность, т.е. неограниченный и надперсональный круг потребителей; наличие специальных, технических приборов, аппаратуры; не прямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров; однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей; непостоянный, дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.

Религия как социальный институт сегодня немыслима в отрыве от массовых коммуникаций. Поскольку религиозный фактор выступает одним из наиболее влиятельных в формировании социальной и политической картины современного мира, религия неизбежно и регулярно отражается в СМИ - на страницах газет, в новостных телевизионных передачах, новостных интернет - ресурсах.

При этом зачастую журналистами допускаются различного рода искажения и неточности в подаче новостей, интервью, экспертных оценок и других материалов о религии, что может быть чревато усилением межконфессиональной напряженности.

Поэтому чрезвычайно важно исследовать историю взаимоотношений религии и СМИ и их современное взаимодействие.

Кроме того, представители религиозных организаций активно используют ресурсы СМИ как средства миссионерской деятельности, что отражается на их вероучении и культовой практике (особенно это отражается при взаимодействии религии и сети интернет).

Литература.

1. Бакунин Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М.: АспектПресс, 2005 – 176 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 426 с.
3. Государство, СМИ и церковь: Материалы и рекомендации науч.-практ. конф. (14 ноября 2001 г.). – М.: Ин-т повыш. квалиф. раб.телевидения и радиовещания, 2002. – 66 с.

КУЛЬТУРА МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ВУЗЕ

Н.А. Бударина, студент группы 10720

Научный руководитель: Воробьева Т.В.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

Актуальность темы исследования обусловлена выявлением механизмов формирования взглядов молодежи на различные существующие позиции, во-первых, по теории нации и национальных отношений и, во-вторых, по вопросу о национально-культурных приоритетах.

Изменения в национальной сфере происходят на глазах молодежи, она становится невольным участником в них. Поэтому вопрос об отношении молодежи, в частности студентов, к данным проблемам стоит довольно остро и актуально.

В этой связи **целью** работы является изучение культуры межнациональных отношений в студенческой среде.

Наиболее важными **задачами**, решению которых посвящена настоящая работа, являются:

1. Обозначение проблем, связанных с развитием культуры межнационального общения в молодежной среде.
2. Выработка стратегий развития культуры межнационального общения.

Объект – студенты ЮТИ ТПУ в возрасте от 18 до 22 лет.

Предмет – особенности межнационального общения студентов.

Межкультурная коммуникация подразумевает межличностное общение представителей разных культур, а также культурные контакты. В процессе межличностного общения представителей различных культур происходит обогащение национального самосознания. [1, с.85].

Формирование культуры межнационального общения осуществляется на основе следующих основополагающих принципов: