**Реферат**

**По теме**

**Роль культурной коммуникации в современном обществе**

**Введение**

Массовая культурная коммуникация - одно из тех важных явлений современного общества, которое заметно сказывается на развитии общественных отношений внутри каждой страны и между странами и народами.

Современный мир сложен, многообразен, динамичен, пронизан противоборствующими тенденциями. Он противоречив, но взаимозависим, во многом целостен. Развитие общественных отношений сопровождаются углублением отношений общения и разветвлением связей человека с человеком, народа с народом, общества с обществом, то есть развитием процессов социальной коммуникации. Продолжающееся революционное преобразование средств массовой коммуникации: оказывает возрастающее воздействие как на материально - производственную, так и на социально политическую, культурно-идеологическую области жизни всего человечества и каждого отдельного человека. В этой среде происходят процессы, ведущие к расширению рамок развития культуры, наблюдается процесс культурного взаимодействия и взаимопроникновения. Поскольку в современном мире культурное пространство человека в основном формируют различные средства массовой информации. Телевидение и Интернет вытеснили из культурных потребностей современного человека посещение театров, библиотек, музеев. Массовая коммуникация вплетена в ткань современного общества, в его экономику, политику и культуру, охватывает международные, межгрупповые и межличностные отношения. Именно поэтому *актуальной* является тема культурной коммуникации в современной массовой культуре.

**Проблема культурной коммуникации в современных условиях**

В современных условиях бурное развитие культурной коммуникации происходит в самых разных сферах человеческой жизни: туризме, спорте, военном сотрудничестве, личных контактах и т.д.

Значение массовой коммуникации в духовной культуре общества обусловлена:

1. ее ролью в жизнедеятельности и культуре современного общества, постоянно возрастающей благодаря резкому обострению идеологической борьбы между социальной и буржуазной идеологией;

2. реальным ростом в мире количества создаваемой социальной информации, которая характеризуется ситуацией так называемого "информационного взрыва", вызывает в обществе социальную потребность в создании более мощной, технически оснащенной и оперативно действующей системы средств массовой коммуникации, способной доставить обществу эту информацию;

3. сама культура общества начинает рассматриваться как динамическая система социальной информации, распространение которой возможно лишь при помощи системы средств массовой коммуникации.

Коммуникация является это специфической формой человеческого общения. Коммуникация выступая в качестве момента содержания сферы духовной жизни, является в то же время выражением системного качества последней. Сама культура, при этом, рассматривается как динамическая система функционирования информации, на основе чего дается вывод: коммуникация - это специфическая культурная форма духовного общения людей. Значимые ценности культуры играют роль определенных информационных сигналов, распространяемых в обществе в знаковой, символической, а также образной форме. В ходе общения культурные ценности способствуют передаче жизненного опыта внутри и между поколениями. Таким образом, обмен духовными ценностями оказывается главным содержанием в развивающейся культуре общества.

Средства коммуникации выступают вещественным, материальным компонентом коммуникативного процесса и всегда выражают собой способ передачи, сохранения, производства и распространения культурных ценностей в обществе. Существует два типа средств коммуникации: естественно возникший (язык, мимика, жесты) и искусственно созданный (технический) - а) традиционный (пресса, книгопечатание, письменность) б) типично современный (радио, телевидение, кинематограф). [1, с.13]

Средства коммуникации не только ведут к состоянию тотального восприятия и сиюминутности осознания действительности, но и способствуют расширению органов и чувств человека в пространстве и во времени. Изучение средств массовой информации тем более важно, что в последние десятилетия, и особенно в последние годы, наблюдается совпадающая с расцветом научно - технической революции известная переоценка этих средств.

Сейчас Интернет является самым популярным средством передачи информации и в ближайшем будущем эта популярность не спадет, а вырастет. Но новые технологии не будут автоматически заменять старые. Ничто из сказанного выше не лишает газеты и телевидение будущего. Обе эти сферы вещания, скорее всего, приспособятся к новым экономическим условиям. Однако им предстоит столкнуться с серьезной конкуренцией со стороны новой глобальной системы, и чтобы выжить в этой борьбе, всем традиционным средствам массовой информации придется значительно перестроиться.

Система массовой информации являются теоретическими средствами СМК: их функционирование немыслимо без соответствующего технического обеспечения в отличие, например, от средств устной агитации, связанных в первую очередь с живым, естественным, непосредственным общением между людьми. Hаучно-техническая революция создает оптимальные условия для технического развития средств массовой информации, порождая в то же время определенные иллюзии об их всемогуществе и слабости живых, естественных средств массовой коммуникации. Системы средств массовой коммуникации связаны между собой через среду, через поле общения, то есть они связаны между собой словом, которое в начале было устным. Развитие коммуникаций включает в себя и такие процессы, в ходе которых информация не только передается, но и искажается, может самопроизвольно возрастать или угасать. Массовая коммуникация по самой своей природе требует инноваций и жадно ассимилирует, что придает ей динамичность и непредсказуемость ее эффектов. В условиях свободы слова, гласности, права каждого на получение и распространение информации, общество должно учиться использовать возможности массовой коммуникации с максимальным эффектом.

Средства массовой коммуникации (кинематограф, печать, радиовещание и телевидение) - активно участвуют в процессе становления общественного мнения сегодня. Роль показателя совокупной эффективности деятельности средств массовой коммуникации играет на состояние массового сознания, но предание ему желательных качеств составляет лишь часть целей информационной деятельности, не менее важными целями правомерно считаются: совершенствование существующей в обществе системы социальных институтов, развитие в общественно - необходимом направлении всего комплекса социальных отношений, улучшение звеньев и элементов социальной организации.

Таким образом, развитие средств обработки и передачи информации, возрастание скорости информационных процессов, а во второй половине XX в. невиданная их интенсификация привели к становлению нового типа организации общества, его функционирования и управления. Система средств массовой коммуникации, обеспечила новую и эффективную связанность общества, унифицировала его жизнедеятельность и психологию, тем самым сформировала основу для утверждения специфического феномена массовой культуры.

**Роль культурной коммуникации в современном российском обществе**

Культура — это система ценностей и социальных кодов, сохраняемых и передаваемых из поколения в поколение, призванная служить основанием для сохранения самобытности общества. Культура в ее современном понимании - еще и социальная модель действительности, создаваемая людьми в процессах общения. Особенно важно такое понимание культуры для уяснения роли, которую в современном обществе играют средства массовой коммуникации.

Традиционно российское общество состоит из разнородных групп. В основе этой разнородности многонациональный уклад общества, удаленность территорий, значительные различия в условиях проживания в городской и сельской местности. В годы формирования рыночной экономики усилилось социальное расслоение общества. Переходный период привел к нарушению устоявшихся культурных связей и традиций, замене социальных ориентиров и ценностей.

В современных условиях общественных изменений происходит переосмысление роли культуры, обновление ее форм и функций. С одной стороны, культура по-прежнему воспроизводит традиционные отношения и образцы поведения, во многом предопределяющие поведение и мышление людей. С другой стороны, широко распространяются современные медиа-формы (телевидение, кино, печать), реклама, что усиливает формирование идеологических и моральных стереотипов массовой культуры, "модного" стиля жизни. Посредством средств массовой информации предлагаются различные смыслы и новые идентичности, трансформируется мышление людей. Поэтому особое значение приобретает взаимодействие культуры и массовых коммуникаций как процесса, формирующего "человеческий капитал" и нравственный ресурс социально-экономического развития государства.

Единое культурное и информационное пространство России, в этом контексте, понимается как смысловое, коммуникативно связанное общей системой духовных ценностей и государственных интересов, программно организованное пространство культурных и информационных событий, которые способствуют становлению гражданского общества и объединению народа.

Новое понимание конструктивной роли культуры в развитии России XXI века требуется и в контексте процессов глобализации. Связанные с ними социальные изменения сложны и неоднозначны. Эти изменения зачастую порождают напряженность и нестабильность в обществе. Поиск и самоопределение человека, выстраивание людьми новых систем ценностей в мире, охваченном глобальными потоками информации, становятся фундаментом для новых социально-культурных приоритетов.

Для современной России этот поиск особенно актуален. Переживая сложные процессы социально-экономических преобразований и структурных реформ, Россия оказалась перед реальной угрозой разрушения национальной самобытности. Сохранение ее целостности и единства на основе культурного разнообразия — важнейшая предпосылка успешного развития России в эпоху глобализации, в эпоху становления обществ, основанных на знаниях и умениях эти знания эффективно использовать.

В этом контексте определяющая роль культуры в общем процессе модернизации России состоит в формировании личности как активного субъекта экономической жизни и социальной самоорганизации. Все проекты социально-экономического развития должны включать в себя гуманитарную составляющую, способствовать развитию духовных сил и здоровья человека, осознанию им высокого смысла своего существования.

Современное состояние российского общества позволяет выстраивать государственную культурную политику на новых демократических принципах. Это предполагает развитие связей между центром и регионами, расширение межрегионального взаимодействия, диалог с обществом по вопросам культурной политики, стимулирование культурного разнообразия в российских регионах, доступности и участия граждан в культурной жизни.

Экономика и культура являются относительно автономными, самоорганизующимися, сопряженными и взаимовлияющими составляющими сложной системы, сформированной в общем для них информационно-коммуникативном пространстве государства. Для России, осуществляющей экономические и социальные реформы, государство, являющееся основным институтом ее общественного развития, призвано создавать условия для взаимодействия культуры, экономики и общества, развивать и поддерживать их взаимоусиливающую коммуникацию.

Переосмысление роли культуры в жизни общества неизбежно влечет за собой необходимость реформирования управления в сфере культуры и массовых коммуникаций.

В массовом телевизионном вещании существует настоятельная потребность организации национального общественного телевидения. Такое телевидение позволит реализовать давно назревшую потребность общества и государства в изменении содержания информационных потоков. Изменение их содержания должно существенно усилить культурно-просветительскую составляющую информационного поля с увеличением доли детских и молодежных программ. Такое телевидение есть необходимое условие становления гражданского общества.

Создание независимых от органов государственной власти и частных интересов телерадиовещателей, финансируемых из общественных источников и контролируемых институтами гражданского общества, создает более полные возможности для удовлетворения спроса граждан на объективное освещение общественно-политических событий, на развитие образовательного и детского телевидения, программ о культуре, а также программ, отвечающих интересам различных социальных, возрастных, национальных, религиозных, иных групп российского общества. [7, с.4]

**Заключение**

Таким образом, коммуникация между людьми существовала во все эпохи, а в наше время просто появились технические средства ее реализации. Эволюция средств массовой коммуникации, рассматривая сквозь призму развития человеческой культуры, показывает, как постепенно увеличивалась скорость обмена информацией, с тем, чтобы сохранить путь к овладению человеком знаний, добытых предшествующими поколениями людей.

Массовая коммуникация является неотъемлемой частью современного общества, его экономики, политики, культуры и охватывает международные, межгрупповые и межличностные отношения.

Современная массовая культура выступает как комплексная форма организации и структурирования культурной жизни общества, производя и культурный продукт, и его потребителя, что осуществляется во многом благодаря усилиям СМИ. В своей совокупности СМИ создают определенные представления о мире, о человечески наиболее значимых ценностях и понятиях, при этом способствуя разрушению традиционно ценимых, но ставших ненужными качеств.

Социальная сущность массовой коммуникации сводится к тому, что это — мощное средство воздействия на общество с целью оптимизации его деятельности, социализации индивида и интеграции общества. Однако, данное влияние не всегда носит положительный характер.

Массовые коммуникации стали сегодня мощным средством, которое не только формирует общественное мнение, но и часто влияет на принятие тех или иных политических решений, способствует взаимопроникновению культур и распространению культурных образцов и стандартов за границы одной культуры, создающее глобальное культурное пространство.

**Литература**

1. Белл Д. Массовая культура и современное общество– Америка. - 1963. - № 103
2. Ерасов Б.С. Социальная культурология. В 2-х ч. Ч II. - М. : АО Аспект Пресс, 1994
3. Соколов А. Актуализация сферы культуры и массовых коммуникаций как важнейшего элемента стратегии социально-экономического развития //Государственная служба. – 2005. - №4. – С. 3-6
4. Массовая культура: Учебное пособие / К.З. Акопян, М31 А.В., Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 304 с.
5. Назаров Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: Едиториал – УРСС, 2002. – 240с.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: «Релф-бук». – 2001., 656с.