УДК 070.1:323-053.6(470) DOI: 10.12737/14300

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ И ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

***Бударина К. А.*[1]**

В статье рассмотрены возможности СМИ влиять на процесс формирования политической и гражданской культуры российской молодежи. Автор раскрыл сущность института масс-медиа и выявил основные функциональные характеристики данного субъекта политического процесса. Обосновывается трансформация политических ценностей российской молодежи, а также неустойчивость ее политических взглядов в условиях медиатизации и развития социальных медиа. Указаны приоритеты деятельности СМИ, влияющие на формирование политических знаний и ориентаций молодежи.

Ключевые слова: молодежь, политические ценности, политическая активность, политическая социализация, СМИ, политическая культура

MASS MEDIA IN THE SYSTEM OF FORMATION OF POLITICAL KNOWLEDGE AND YOUTH ORIENTATION IN THE CONDITIONS OF MEDIATIZATION OF THE SOCIETY

BUDARINA K. A. - Postgraduate student of the Department of Political Science and Public Policy, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: budarina_ksenia@bk.ru

The article examines the media's ability to influence the process of forming political and civic culture of Russian youth. The author revealed the essence of the institute of the media and identified the main functional characteristics of the subject of the political process. The transformation of political values of the Russian youth is substantiated, as well as the instability of its political views in terms of mediatization and development of social media is considered. The priority of media activities is specified that affects the formation of political knowledge and attitudes of young people.

Keywords: youth, political values, political activity, political socialization, the media, political culture

Сегодня активно развивается процесс медиатизации повседневной жизни, и СМИ выступают неоспоримым лидером в сфере формирования мировоззрения и политического сознания молодого поколения, оказывая целенаправленное воздействие на его политическое поведение. В данной связи масс-медиа являются основным институтом информационного просвещения молодежи по всем сферам жизнедеятельности общества. СМИ активно управляют процессом формирования политических, социальных, экономических и культурных ориентаций и установок нового поколения

Бударина Ксения Александровна – Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Орловский филиал, аспирант кафедры политологии и государственной политики (Российская Федерация, г. Орел), e-mail: budarina_ksenia@bk.ru

Являясь важным информационно-коммуникативным элементом политической системы, СМИ характеризуются, прежде всего, направленностью на массовую аудиторию. Медиа представляют собой современный высокоразвитый инструмент и механизм политического действия, в задачи которых входит систематическое распределение информации среди различных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей данного общества или его правящих групп, оказания идеологического, экономического, культурного, организационного и политического воздействия.

Универсальность СМИ, которая заключается в обслуживании всей системы политических отношений и способности регулировать политический процесс, говорит о несомненной возможности масс-медиа координировать действия различных социально-политических групп и выполнять разнообразные функции, в том числе и общие политические функции.

Самой известной функцией института масс-медиа выступает их информационная деятельность. Она заключается в том, что посредством данной функции гражданам страны доносится информация о политических событиях в стране и за рубежом, стратегии развития нашей страны по всем сферам, специфике управления в государственных органах власти, о мировых происшествиях и т.д. СМИ при подаче политической информации могут отражать и свою оценку, давать различного толка комментарии, посредством полученной информации граждане страны, в том числе молодое поколение, формируют свое мнение о деятельности отдельного чиновника и в целом о государственных институтах.

Таким образом, СМИ являются одним из главных средств удовлетворения информационных потребностей и ретрансляции политических знаний граждан. Следует подчеркнуть, что «происходящие в стране политические, экономические, духовные и мировоззренческие преобразования оказывают преобладающее воздействие на становление общественной активной личности с гражданско-правовыми ориентациями. Молодое поколение создает свое собственное политическое поле, с системой ценностей, идеалами, символами, ориентирами»[1] [2, с. 8]. И как важный институт политической социализации молодежи, масс-медиа, используя ценностно-образующий потенциал, активно влияют на способы интеграционного поведения и стиль жизни подрастающего поколения.

Информационная функция СМИ тесно связана с просветительской, которая влияет на формирование политической культуры граждан, особенно молодежи, путем распространения культурных норм и ценностей, признанных обществом. СМИ несут ответственность за распространение новых культурных направлений, которые способствуют коренному изменению ценностных ориентаций населения. Однако в современной действительности, часто в погоне за оперативностью СМИ помещают сообщения, содержащие непроверенную информацию. В зависимости от коммуникативных стратегий, которых они придерживаются, СМИ могут входить в группы манипулятивных, конвентивных, презентативных и других средств массовой информации.

Если обратиться к данным социологических исследований, то, отвечая на вопрос «Из каких источников Вы получаете сведения о политике, государстве, обществе, происходящих событиях?», молодые респонденты отдают предпочтение электронным видам СМИ (см. табл. 1)[2].

Мы приходим к пониманию, что самыми посещаемыми ресурсами в Интернете сегодня стали социальные медиа, которые являются серьёзным конкурентом традиционным СМИ. Пользователи меняют привычные информационные и развлекательные Интернет-сайты на социальные медиа,

[1] Малик Е.Н. Особенности включения молодежи в политическую сферу общества современной России. // Образование и общество. 2008. № 4. – С. 8-10.
[2] Дорохова Ю.В., Игнатова Т.В., Проказина Н.В. Молодежь Орловской области в 2015 году. Научное издание. Информационно-социологический бюллетень / Под общ. ред. П.А. Меркулова. - Орел: Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015. – с. 50.

которые выступают для них главными источниками информации. Как правило, выделяют следующие разновидности социальных медиа: социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Google+ и др.); блоги и микроблоги (Twitter, Живой Журнал и др.); форумы; фото- и видеохостинги (YouTube, Instagram) и другие. «Разновидности социальных медиа в настоящее время становятся дополнительной площадкой для коммуникации и инструментом прямого обращения политиков к гражданам для достижения политических целей. В свою очередь активные авторы публичного контента делают социальные медиа актуальным индикатором общественных настроений. Таких активных авторов в мае 2014 г. в России было приблизительно 35 млн. человек»[1].

Таблица 1/ Table 1

Источники политического и социального информирования молодежи»
Sources of political and social awareness of youth

Варианты ответов	в %, от числа опрошенных
Знакомых	7,1
Участников событий	1,8
Друзей	10
Социальных сетей	13,8
Интернет	22,5
Документальных фильмов	2,0
Учебников по истории, обществознанию	1,2
Законов и прочих нормативных актов	1,6
Книг, художественной литературы	0,9
Книг по истории	1,1
Газет, журналов	6,1
Радио	3,4
В образовательных учреждениях	2,5
Телевидения	20,2
Родителей	5,9

Следует обратить внимание и на тот факт, что в условиях медиатизации стремительно меняются культурные стандарты, и прежде всего это касается молодежной когорты. Молодежь в своем большинстве читает теперь не только и не столько книги, написанные литературным языком, сколько «посты», «твиты» и «коменты» в социальных сетях. Данная тенденция, по нашему мнению, ведет не только к упрощению русского языка, требований к грамотности, но и к расширению публичного пространства.

Социальные медиа (или социальные СМИ) кардинально трансформируют каналы и формы получения политической информации молодыми гражданами. Принцип распространения сообщений в таких ресурсах строится на социальных связях и позволяет пользователям мобильно реагировать на актуальные политические события. Однако клиповое сознание молодых граждан приводит и к изменению их политического поведения. Использование телевидения и многих СМИ

[1] Меркулов П.А., Балашов А.Н. Интернет-сообщества политических партий: сравнительный анализ российских и зарубежных практик// Вестник Поволжского института управления. –2015. – №3 (48). – С. 18-26.

как рупора государственной позиции привело к уходу протестно настроенной аудитории в Интернет. В условиях системной трансформации институтов социализации политическое сознание молодежи оказывается под влиянием различных политических сил, которые посредством деятельности в том числе СМИ используют противоречивость и неустойчивость политических взглядов молодежи для формирования своего политического капитала и получения конкурентного преимущества[1]». Интернет и социальные сети вполне подходящее место концентрации оппозиционеров и, поэтому молодежные интернет-сообщества могут представлять угрозу стабильности и использоваться различными политическими силами в своих интересах. Войдя в контакт с молодежной группой, изучив ее интересы, опытный политтехнолог может простимулировать ее мобилизацию и управлять данной группой уже по своим намерениям.

Особенности трансформационного развития российского общества влекут за собой поверхностное усвоение вновь установленных норм и снижение уровня культурных ценностей у всех социальных групп, в частности у молодежи. При этом необходимо отметить, что «создание необходимых условий для реализации молодежного потенциала и активного вовлечения молодых людей в общественные процессы возможно лишь на основе глубокого изучения их социально-политических предпочтений, иерархии проблем, целей и устремлений.

Говоря о молодежных средствах массовой информации нельзя не отметить новый журналистский стиль, который стал доминирующим в молодежных газетах, журналах, на радио и телевидении, в языке Интернета. Как показал анализ содержания программ в электронных СМИ, их эфир заполнен все более музыкальными, игровыми и другими развлекательными программами, сериалами, а также криминальной и спортивной хроникой, телевизионными реалити-шоу, которые ориентированы на массового зрителя, прежде всего молодежь. Информация, направленная на восприятие молодежью, носит, как правило, яркий и «захватывающий» характер, учитывая легкую внушаемость и открытость молодежной аудитории. Вместе с тем, практически отсутствуют аналитические программы по повышению активности молодежи в сферах политики, экономики, культуры, а также гражданско-правового и патриотического воспитания. Анализируя публикации юношеской прессы, автор пришходит к заключению, что наблюдается явное подражание взрослой бульварной прессе, где большое внимание уделяется «звездным» новостям (шоу-бизнес, эстрада, видео, кино, музыка).

Подводя итог, можно сделать вывод: исполняя интересы своих владельцев, СМИ нередко не исполняют своего важного общественного предназначения, а именно контроля за эффективностью деятельности органов государственной власти по реализации прав и интересов российских граждан. Для ограничения деятельности СМИ по производству и распространению информации, направленной на манипуляцию политическим сознанием граждан и, что особенно важно, молодежи, необходимо выполнить задачи по объединению усилий общества и государства в создании единой общенациональной идеологии. «Проблема повышения общего уровня политического сознания, преодоления правового нигилизма, повышения политико-правовой культуры граждан, молодежи и общества в целом достаточно остро стоит на современном этапе. Трансформации социальных практик предъявляют к молодому поколению новые требования: молодежь должна быть готова и способна не только отстаивать свои права, но и выполнять свои социальные обязанности[2].

[1] Ручкин Б.А. Молодежь и становление новой России // Социально-политические процессы в меняющемся мире. Тверь, 2009. –С.36.
[2] Меркулов П.А., Елисеев А.Л., Малик Е.Н., Консервативная модернизация государственной молодежной политики как фактор устойчивого развития современной России// Власть. 2015. –№ 8. –С. 80.

К важным направлениям института масс-медиа, способствующим формированию политических знаний и ориентаций молодежи в условиях медиатизации российского общества следует отнести:

– достоверность, полноту, качественность и объективность информации о деятельности властных институтов различных уровней и ветвей;

– обеспечение обратной связи с аудиторией СМИ благодаря информационным материалам в региональных и муниципальных масс-медиа;

– равный доступ различных политических сил и институциональных структур гражданского общества, в том числе молодежного сегмента, к официальной информации.

Масс-медиа должны стать эффективным связующим звеном между народом и властью. В этом одинаково должны быть заинтересованы как властные структуры, так и институты гражданского общества. Учитывая «социально-психологическую специфику молодежи, лабильность сознания, неустойчивость политических ориентаций молодых людей, необходимо политически воспитывать, чтобы они осознали значимость собственного положения в обществе и свою политическую силу».. От уровня политической и гражданской культуры во многом зависит степень политической и социальной активности молодых людей.

Стремительное распространение новой культуры СМИ может иметь положительный результат лишь в случае сохранения ее качества, а также духовного возрождения как в сфере образования молодежи, так и в других областях. Ориентация молодого поколения на достижение общественно значимых задач должна одновременно сочетать принципы солидарности и критической оценки политической ситуации, преданности общественным идеалам и независимости суждений. Тогда молодежь, опираясь на прогрессивные СМИ, в большей степени сможет реализовать свои потенциальные возможности в качестве источника нового социального синтеза, который готов к решению общественных проблем в современной России.

Библиография/ References:

1. Дорохова Ю.В., Игнатова Т.В., Проказина Н.В. Молодежь Орловской области в 2015 году. Научное издание. Информационно-социологический бюллетень / Под общ. ред. П.А. Меркулова. - Орел: Издательство Орловского филиала РАНХиГС, 2015. – 72 с.

2. Малик Е.Н. Особенности включения молодежи в политическую сферу общества современной России. // Образование и общество. – 2008. – № 4. – С. 8-10.

3. Меркулов П.А., Балашов А.Н. Интернет-сообщества политических партий: сравнительный анализ российских и зарубежных практик // Вестник Поволжского института управления. – 2015. – №3 (48). – С. 18-26.

4. Ручкин Б.А. Молодежь и становление новой России // Социально-политические процессы в меняющемся мире. – Тверь, 2009. С.36.

1. Dorohova, YU.V., Ignatova, T.V., Prokazina, N.V. (2015) Molodezh' Orlovskoj oblasti v 2015 godu. Nauchnoe izdanie. Informacionno-sociologicheskij byulleten' [Youth Orel region in 2015. Scientific publication. Information, Sociological Bulletin] / Pod obshch. red. P.A. Merkulova. - Orel: Izdatel'stvo Orlovskogo filiala RANHiGS. - 72 p. (In Russ.).

2. Malik, E.N. (2008) Osobennosti vkliucheniia molodezhi v politicheskuiu sferu obshchestva sovremennoi Rossii [Especially the inclusion of young people in the political sphere of society in modern Russia] // Obrazovanie i obshchestvo [Education and Society]. – №4. – P. 8-10. (In Russ.).

3. Merkulov, P.A., Balashov, A.N. (2015) Internet-soobshhestva politicheskikh partij: sravnitel'nyj analiz rossijskikh i zarubezhnykh praktik [Online communities of political parties: a comparative analysis of Russian and foreign practices] // Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya [The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration]. – № 3 (48). – P. 18-26. (In Russ.)

4. Ruchkin, B.A. (2009) Molodezh' i stanovlenie novoj Rossii [Young people and the formation of a new Russian] // Social'no-politicheskie processy v menyayushchemsya mire. - Tver', 2009. – 168 p. (In Russ.)