УДК: 070: 316.346.32-053.6 DOI: 10.22394/2071-2367-2018-13-1-123-134

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КУЛЬТУРЫ И ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ

Иванова К.А., Малик Е.Н.[1]

Выявлены механизмы и инструментарий, направленные на оптимизацию информационного влияния СМИ, трансформацию политической культуры и политической активности российской молодежи. Авторами обоснованы необходимые условия для развития политического потенциала молодых граждан в процессе проведения государственной медиаобразовательной политики, и структурированы ее стратегические ориентиры.

На основе анализа результатов социологических опросов авторами выявлено, что инструменты, используемые СМИ, восполняют пробелы политической коммуникации, являясь средством легитимации идеологий, что в результате трансформирует культуру и способы социально–политической активности молодежи. Аргументировано, что медиаобразовательная политика должна нивелировать экстремистские и деструктивные модели политического участия молодых граждан. Российским масс – медиа необходимо возродить свои воспитательные, образовательные и патриотические функции, направленные на преодоление политической инертности в молодежной среде. Совершенствование системы государственного регулирования деятельности СМИ должно стать стратегической задачей государственной молодёжной политики в РФ. Доказывается, что использование медиаобразовательных технологий и реализация задач повышения медиаграмотности молодого поколения позволят задействовать его инициативность в интересах государства и гражданского общества, активизировать выражение институциональных форм участия в демократической жизни.

***Ключевые слова*:** молодежь, политика, политическая культура, средства массовой информации, медиаобразовательная политика, политическое участие, политическое поведение, государственная молодежная политика.

MASS MEDIA IN THE PROCESS OF TRANSFORMATION OF CULTURE AND POLITICAL PARTICIPATION OF YOUTH

IVANOVA K. A. – Postgraduate of the Department of Political Science and Public Policy, Central Russian Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e–mail: budarina_ksenia@bk.ru

MALIK E. N. – Candidate of Political Sciences, Docent, Associate Professor of the Department of Political Science and Public Policy, Central Russian Institute of Management - a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e–mail: malik57–elena@mail.ru

Mechanisms and tools aimed at optimizing media information influence, transformation of political culture and political activity of Russian youth are revealed. The authors substantiate the necessary

Иванова Ксения Александровна – аспирант кафедры политологии и государственной политики, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302023, Россия, г. Орёл, б. Победы, д. 5а, e-mail: budarina_ksenia@bk.ru

Малик Елена Николаевна – кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры политологии и государственной политики, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302023, Россия, г. Орёл, б. Победы, д. 5а, e-mail: malik57-elena@mail.ru

conditions for the development of the political potential of young citizens in the process of conducting the state media education policy, and its strategic guidelines are structured.

Based on the analysis of the results of sociological surveys, the authors found that the tools used by the media fill the gaps in political communication, being a means of legitimizing ideologies, which as a result transforms the culture and ways of sociopolitical activity of young people. It is argued that the media education policy should neutralize the extremist and destructive models of the political participation of young citizens. The Russian mass media need to revive their upbringing, educational and patriotic functions aimed at overcoming political inertia in the youth environment. Improving the system of state regulation of the media should become a strategic task of the state youth policy in the Russian Federation. It is proved that the use of media education technologies and the implementation of the tasks of increasing the media literacy of the younger generation will make it possible to use its initiative in the interests of the state and civil society, to intensify the expression of institutional forms of participation in democratic life.

Keywords: youth, politics, political culture, mass media, media education policy, political participation, political behavior, state youth policy.

Контролируя важные информационные потоки, СМИ целенаправленно формируют у граждан политические предпочтения, стимулируя их к какой–либо деятельности, как правило, на бессознательном уровне. Таким образом, СМИ принимают важное участие в процессе создания, воспроизводства и трансформации новых социальных и политических практик, а также их трансляции.

В советское время СМИ активно призывали народные массы, прежде всего молодежь (комсомольцев, молодых партийцев), к активному политическому участию, членству в профессиональных союзах и организациях, тем самым выполняли функцию по обеспечению социальной и политической интеграции населения. Советские СМИ мобилизовали энергию и порыв молодежи на осуществление грандиозных государственных проектов, например, ориентированных на индустриализацию, культуру, преобразования – освоение целины, строительство крупнейшей Байкало–Амурской магистрали и Братской гидроэлектростанции и т. п.

Радикальные преобразования политической системы 90–х годов XX века повлекли ломку старых стереотипов, и СМИ стали пропагандировать принципиально новые, «либерально–демократические» ценности. Так, на смену «коллективности», – «сам умирай, а товарища выручай» – пришли «индивидуализм», «корпоративность», а «интернационализм» сменила «независимость» и т. п. Во многом это способствовало формированию новых политических взглядов, мнений и настроений граждан. В том числе изменились представления о гражданском обществе, правовом и демократическом государстве, свободах граждан[1]. Активные в тот период трансляция и тиражирование СМИ ценностей и стандартов западной культуры отразились на деформированном восприятии молодежью таких важных и значимых для культуры русского народа воззрений, как «любовь к Отчизне», «Родина», «отчий дом», «защита суверенитета страны» и т. д. Молодежь стала ориентироваться на индивидуальные блага, игнорируя интересы и коллективные начала развития гражданского общества.

В современном политическом процессе происходит смена субъектов политической социализации молодежи: вместо государства, устанавливавшего систему ценностей, формы и нормы политического поведения, появляются множественные субъекты (владельцы медиа–империй, политические партии и объединения, зарубежные агенты влияния), преследующие

[1] Назаров М. М. Современные медиа в концепции сетевого общества // Социально–гуманитарные знания. – 2015. – № 6. – С. 262.

зачастую сиюминутные политические интересы и использующие СМИ как инструмент манипулирования сознанием молодых граждан, а не созидательного процесса включения молодежи в политическую жизнь страны.

Общественные преобразования в современных условиях активизируют и трансформируют политические, деловые, образовательные, научные, культурные, сетевые и иные коммуникации, что расширяет функциональное поле СМИ. Отсюда альтернативная политика, отвечающая тем запросам молодого поколения, которые традиционные политические акторы в полной мере удовлетворить не могут, становится все более популярной. Почти половина молодых граждан вовлечена в различные социальные и культурные движения и неправительственные организации, в социальные сети, поддерживает транснациональные связи, которые создаются и функционируют за пределами сфер влияния политических акторов, прежде всего политических партий. Такие разнообразные формы альтернативного участия могут снимать жесткие границы между политическим и личным, а такие проблемы, как экономическая справедливость, коррупция, глобализация, права граждан, качество жизни и т. п., часто стирают грани между политическими аспектами проблемы и личной заинтересованностью.

Мы приходим к пониманию, что молодежь не аполитична, она готова и участвует в политике, но индивидуально, а не на организационно–формализованном уровне. В условиях деинституционализации и персонализации социально–культурного мира, в котором формируется субъектность молодежи, для восстановления контактов с подрастающим поколением демократическим институтам необходимо изменить свой стиль политической коммуникации для его соответствия интересам и дискурсу молодежной субкультуры.

Социально–политические трансформации могут иметь противоположные последствия для политической субъектности граждан, в том числе молодежи. Среди негативных последствий могут иметь место политическая дезинтеграция, снижение уровня политической культуры, неконвенциональное политическое поведение, поддержка взаимодействия с западной агрессивной идеологией и т. д. Позитивный результат будет выражаться в росте разнообразия политических взглядов, новых моделях политического участия, включая сетевые его формы, повышении политической идентичности и т. д. Таким образом, ослабление прежних моделей политической коммуникации потенциально расширяет гражданское участие и стимулирует общественно–политическую активность граждан. Однако чрезмерное политическое многоголосье и слишком сильная дисперсия могут подорвать политическую стабильность и целостность системы политического управления.

Современные СМИ активно участвуют в политическом образовании молодого поколения, так как оно выполняет функции политической экспертизы, соответствия политических процессов принципам нравственности, уважения к человеку, именно с него начинается область осознанной публичной политики. «Правильно выверенная подача информационного материала может быть эффективно воспринята индивидом, тем самым у государственных структур, занимающихся организацией процесса политической социализации, появляются обширные возможности по дистанционной передаче политических ценностей и культуры, существующих в обществе и поддерживаемых государством»[1]. Слабый анализ событий, представленный в журналистских материалах, способствует углублению противоречий, существующих в отношениях субъектов социально–политических взаимодействий, и, напротив, преобладание в прессе аналитических материалов над информационными содействует налаживанию

[1] Камнев Д. Г. СМИ в процессе политической социализации молодежи в России: фокус на сравнительный анализ роли Интернета // Polit Book. – 2013. – № 4. – С. 64.

конструктивного диалога, снижению напряженности в конкуренции. Избежать утраты доверия публики к массмедиа помогает следование профессиональным стандартам, в том числе представление аудитории различных мнений, конкурирующих источников информации, отделение фактов от комментариев. Тогда молодые граждане, опирающиеся на прогрессивные СМИ, смогут быстрее адаптироваться к социально–политическим трансформациям и преодолеть возможные трудности на пути интеграции в сферу общественно–политической жизни.

Общепризнанным является факт, что наиболее активная группа населения – студенческая молодежь, следовательно, государственные институты заинтересованы в том, чтобы процесс ее политической социализации получил позитивный вектор развития. Приоритетом государственных интересов СМИ и гражданского общества в отношении становления политической субъектности студенческой молодежи должна стать модель воспитания и формирования гражданина с активной позицией. При этом акцент должен быть сделан на формировании гражданской идентичности через систему образования, в том числе медиаобразования. В своем Послании Федеральному Собранию РФ В. Путин особо подчеркнул, что важно сохранить глубину и фундаментальность отечественного образования, при этом «нужны проекты в театре, кино, на телевидении, музейных площадках, в Интернете, которые будут интересны молодым людям, привлекут внимание молодежи к отечественной классической литературе, культуре, истории»[1].

Обучение в вузе, на наш взгляд, является наиболее важным этапом в формировании политической и правовой культуры молодого поколения. За это время происходит активное усвоение личностью новых политических знаний в процессе изучения обществоведческих и правовых дисциплин. Благодаря приобретенным знаниям у студентов формируются компетенции критической оценки достоверности слова и информации. В свою очередь совершенствование политической культуры молодежи предполагает не сам формальный уровень получения образования, а прежде всего его нравственные, этические, ценностные и культурные аспекты. Как справедливо отметил профессор Ю. С. Васютин, «внедрение управленческой и политической культуры в наши учебные заведения – это не что иное, как целенаправленное и долговременное обеспечение воспроизводства культурно–интеллектуального и политического потенциала общества, необходимого для поддержания его на должном уровне. Решение этой задачи возможно именно в процессе тесного взаимодействия культуры, образования и науки, а не выделения одной из этих частей в качестве приоритетной, что, как показали время и опыт, мешает двигаться вперед»[2].

Политически культурная личность характеризуется четкими установками на нормативное поведение, устойчивой гражданской и моральной позицией, толерантными ориентациями, сдержанностью в поведении, непримиримостью к агрессивному невежеству и экстремизму. «Молодые граждане (особенно из крупных городов) в меньшей степени, чем старшее поколение, включены в регулярный процесс многочасового просмотра телевидения, а вместо этого больше посещают кинопоказы, выставки и музеи, больше читают книги, активнее пользуются компьютером, а значит, более открыты для восприятия новой информации» [3].

Содержание и направленность процесса по формированию политической культуры

[1] Послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ 12 декабря 2013 // Российская газета. [Электронный ресурс]. – URL: http://news.kremlin.ru/news/19825.

[2] Васютин Ю. С. Кадры государственной и муниципальной службы: проблемы политологической подготовки и переподготовки // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – № 2. – Том 11. – С. 74.

[3] Бударина К. А. Роль института массмедиа как основного коммуникатора между гражданским обществом и государственными структурами // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – № 3. – С. 86.

молодежи во многом определяют дальнейшее формирование политического потенциала молодого поколения. Таким образом, высокий уровень политической субъектности российской молодежи, с одной стороны, будет способствовать осуществлению ее социальных и профессиональных ожиданий, а с другой – послужит формированию легитимных форм проявления ее общественно–политической активности в преобразованиях и совершенствовании общественной системы России.

Следует сказать, что в условиях роста гражданского самосознания актуальными становятся процессы медиаобразования. Медиаобразование можно определить как «часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к образованию»[1]. Эффективность медиаобразовательной политики зависит от целесообразности и реальности поставленных задач. Сегодня идеи медиаобразования органично вписываются в контексты модернизации российской экономики, информационного и инновационного развития, построения гражданского общества. Одной из необходимых составляющих эффективной медиаобразовательной политики является достаточный уровень компетентности тех лиц, которые возьмут на себя ответственность за ее реализацию. И здесь пока не все благополучно: требуется массовое повышение квалификации руководителей управлений и ведомств, разного уровня чиновников, административных работников в области медиа и информационной культуры.

Разработка медиаобразовательной политики невозможна без научного анализа ситуации с уточнением понятий, разработкой современных концепций, стандартов и индикаторов. Важен и выбор средств достижения целей медиаобразовательной политики: он должен совпадать с нравственными представлениями общества об идеалах и ценностях. В случае, когда цель медиаобразования состоит в формировании и развитии общества свободных, думающих и патриотически настроенных граждан, средства ее достижения будут включать в себя весь спектр социальных активов, которые проявятся через интеграцию, конвенциональность, общественный договор. По нашему мнению, политическое образование молодого поколения невозможно проводить без связи образовательного и научно–исследовательского процесса, основанного на постоянном анализе политического опыта (включая и позитивные, и негативные уроки прошлого) органов государственной власти. В Советской России эту проблему решали государственные институты, СМИ (прежде всего отечественный кинематограф), образовательные учреждения и научно–исследовательские коллективы, используя такие механизмы привлечения общественности, как проведение конференций, «круглых столов», лекториев, литературных гостиных и т. д. Анализ уровня образования и культуры современного молодого поколения, социализированного в условиях медиатизации общества и развития электронных СМИ, а также трансформации институтов образования и семьи, со всей очевидностью обнаруживает проблемы межпоколенческих связей и недооценку политического опыта.

Представляется, что медиаобразовательная политика государства должна быть направлена на предотвращение формирования и продвижения идеологии «общества потребления» среди российский молодежи, моделей «социального эгоизма» и «примитивного индивидуализма», моделей силового разрешения социальных и политических конфликтов, экстремистских моделей политического участия, распространения тоталитарных и авторитарных форм правления, недемократических ценностей. Вместе с тем представляется

[1] Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. – М.: изд-во РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. – С. 145.

целесообразной в складывающихся геополитических условиях и в условиях глобализации активизация усилий государства по привлечению СМИ к пропаганде демократических политических моделей мышления и поведения, распространению ценностей патриотизма. Необходимы и дополнительные усилия со стороны профессионального сообщества, его ассоциаций и творческих объединений для формирования и продвижения этических норм в работе журналистского сообщества, принципов самоцензуры, направленных на предотвращение распространения тех социально неприемлемых моделей, которые могут дестабилизировать социально–политическую обстановку.

Сознательное политическое участие предполагает достаточный уровень сформированных политических представлений, видения мира, поэтому интеллектуальные и материальные инвестиции в политическое образование и просвещение молодого поколения в масштабах национальной стратегии России, как нам представляется, более выгодны, чем в любые другие сферы. В рамках интеграции отечественной национальной политической традиции и российской реальности основной целью политического образования молодежи должно стать максимальное совершенствование способностей молодых граждан самостоятельно анализировать и интерпретировать политическую информацию из СМИ, и прежде всего смысл и динамику событий политической жизни.

Для повышения политического интереса молодежи она должна осознавать свою причастность к политической жизни и цель своей политической субъектности. Образовательные потребности молодежи, связанные с ее участием в политическом процессе, также находят свое воплощение в развитии системы интерактивного образования с использованием телекоммуникационных технологий, позволяющих снимать пространственно–временные и национальные ограничения.

Политическая социализация личности требует формирования у нее адекватной демократическим условиям политической культуры. Вполне объективно мнение российских исследователей по поводу того, что проблема трансформации культурных ценностей под влиянием инноваций все более актуальна. Поэтому сегодня встает острая необходимость разработки программ по взаимодействию с федеральными и региональными СМИ, которые стимулировали бы их интерес к темам патриотизма и гражданственности, санкционированного политического поведения, а не только выставления оценки органам государственной власти за реализацию программ в данных направлениях.

Создание эффективной системы государственного регулирования деятельности СМИ должно стать стратегической задачей государственной молодежной политики в РФ. Государственная пропаганда посредством СМИ должна быть ориентирована на социальную консолидацию, развитие гражданского общества, формирование гражданской идентичности молодых граждан, повышение у них уровня гражданского и правового самосознания и т. п.

Сегодня социологические опросы указывают на тот факт, что, несмотря на то, что 61% молодых респондентов считают себя патриотами, большинство из них плохо знают историю своей страны. Так, 41% не смогли назвать, с кем в 1812 году воевала Россия, 72% не знают год окончания Первой мировой войны[1]. По нашему мнению, это свидетельствует о кризисе национально–государственной идентичности в молодежной среде.

В данном ключе следует рассмотреть вопрос о роли СМИ в обосновании идеологий. Идеология может рассматриваться как форма общественного сознания; система представлений, понятий и взглядов на политическую жизнь. В таком качестве она отражает

[1] Горбатова Н. В., Малькевич А. А. Современные СМИ как инструмент политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. – 2015. – № 5. – С. 59.

социально–политическую деятельность людей, духовное производство. Восполнить пробелы в политической коммуникации как средстве легитимации идеологий способны массмедиа. Критерием отнесения их к данной сфере коммуникации являются степень их информационной нагрузки и способность использовать потенциал населения, заинтересованного в контактах с органами власти. В процессе легитимации идеологий участвуют государственные и муниципальные, независимые от власти и зарубежные массмедиа.

В таком случае формирование у молодых граждан государственной идентичности следует считать важным приоритетом государственной молодежной политики в современной России. К. С. Гаджиев, рассматривая содержание национально–государственной идентичности, говорит об установившихся особенностях национальной культуры, этнических характеристиках, обычаях, верованиях, мифах, менталитете, нравственных императивах и др.

Мы приходим к выводу, что деятельность информационных агентов, массмедиа, затрагивающая сферы молодежной политики, в том числе процесс формирования политической субъектности молодого поколения, должна быть ориентирована прежде всего, на уважение к национальным традициям России, демократическим нормам, внедрение в сознание молодых граждан ценностей и смыслов, нацеленных на укрепление национально–государственной идентичности, необходимость защиты суверенитета.

Следует отметить, что СМИ являются средой, где создаются и живут политические символика и мифология. При этом современное медийное пространство, прежде всего электронный формат в сети Интернет, демонстрирует, как разворачивается противостояние российской и западной мифологических картин мира. Так, известные оппозиционеры, журналисты, блогеры (например, А. Навальный, К. Собчак, И. Яшин, Г. Гудков и другие) пытаются навязать аудитории свои политические взгляды, убедить население в правильности своего политического поведения и сделать «картинку своего успеха и карьеры» как можно привлекательнее для молодых граждан. В итоге СМИ участвуют в создании фрагментарно–мозаичной картины реальности, виртуализируют политическую борьбу в стране, создают политические мифы. Следовательно, такая система координат может подвергать сомнению или отрицать политическую систему российского общества, многие исторические события и легендарные традиции, лежащие в основе цивилизационного фона российской государственности и нации.

Эффективная реализация СМИ своей функции по формированию общественного мнения зависит от наличия обратной связи с аудиторией. Осознание молодыми гражданами слабой возможности повлиять на политический курс, своей низкой компетентности, чтобы оказать влияние на принимаемые в стране государственные решения, в итоге снижает их уровень доверия к государственным управленческим структурам, политическим лидерам и институту власти в целом. Вместе с тем современное российское общество в условиях новой международной политики, осложненной факторами международного кризиса, необоснованных санкций, а также усилением западного идеологического влияния на развитие профашистских событий на Украине, особенно нуждается в усилении доверия населения к органам государственной власти. Сегодня именно СМИ должны выполнить роль связующего звена между гражданами и властью. И по нашему убеждению, в этом должны быть заинтересованы не только государственные структуры, а прежде всего сами граждане, включая молодежь. При этих условиях СМИ должны демонстрировать свою политическую нейтральность и независимость.

Следует подчеркнуть, что информация, ориентированная на молодежную аудиторию, должна по минимуму содержать оценку и комментарии, способные манипулировать ее сознанием. В основе подбора информационного материала для молодежи должен лежать

принцип независимости массмедиа от влияния политических и административных элит, чтобы избежать агрессивного идеологического давления на нее. Реализация указанной цели возможна путем достижения следующих задач:

– изложение в СМИ результатов мониторингов основных проблем молодых граждан, с которыми они сталкиваются в современных условиях, данных всероссийских и региональных исследований положения российской молодежи в обществе; публикация рекомендаций и консультаций по решению молодежных проблем практикующих специалистов в сфере государственной молодежной политики;

– оптимальное соотношение статистических данных информационно–аналитических центров и проблемно–аналитической информации, которую предоставляют органы в сфере государственной молодежной политики, через применение цифровых и электронных технологий.

Деятельность субъектов политической социализации, направленная на формирование и повышение уровня политической и гражданской культуры молодых граждан, должна вестись регулярно. Аргументировано, что «одним из важных аспектов процесса институционализации молодёжной политики в Российской Федерации является проблема восприятия и отношения к молодёжи, а соответственно и целенаправленного воздействия на неё со стороны различных субъектов молодёжной политики и иных актов социально–политических, культурных и экономических процессов»[1]. Сегодня очень важно преодолеть политическую инертность молодежи, которая как особая социально–демографическая группа признается во всем мире самой дееспособной. Из–за снижения уровня политического доверия к институтам власти, информации политически ангажированных СМИ большинство молодых граждан не верят в необходимость своего участия в общественной и политической жизни, процессе разработки политических решений. Заниженная самооценка мешает молодому поколению рационально использовать свой потенциал и энергию, проявлять позитивные инновации и энтузиазм. Поэтому необходимо стимулировать политическую субъектность молодых граждан, их социально–политическую активность.

По нашему мнению, пути достижения указанных задач могут быть следующими:

1) обеспечение равного доступа представителей молодежных объединений, студентов, инициативных групп к информационным базам государственных структур, в том числе органов по делам молодежи, где размещена информация в отношении положения молодежи в регионе;

2) развитие новой системы молодежного информационного консалтинга; повышение эффективности научно–информационного и аналитического обеспечения деятельности органов в сфере молодежной политики на региональном уровне;

3) расширение числа центров общественного доступа к современным информационным и коммуникационным ресурсам Интернет, обеспечение бесплатного режима беспроводных точек доступа Wi–Fi в образовательных учреждениях, общественных и производственных библиотеках, интернет–кафе и т. д.;

4) создание специальных журналистских отделов в крупных изданиях, специализирующихся на регулярном освещении выборов в целях защиты гражданских интересов в избирательном процессе. Специалисты должны готовить материал о кандидатах, желающих принимать участие в выборах, включая их биографию.

В этих условиях мы сможем говорить о перспективах развития российского гражданского

[1] Малик Е.Н., Мельников А.В. Влияние молодежной политики парламентских партий на становление политической субъекности российской молодежи // Вестник государственного и муниципального управления. – 2015. – Т. 4. — № 1. – С. 92.

общества, достижении демократических принципов избирательного процесса, конструктивном сотрудничестве населения и органов власти, построенном на доверии и взаимном уважении, а также о развитии политического медиадискурса.

Политический дискурс посредством СМИ представляет собой «коммуникативный процесс обмена между политическими акторами и массовой аудиторией смысловыми единицами семиотической природы, отражающий актуальный фрагмент политической реальности»[1]. В свою очередь медиадискурс выступает разновидностью политического или институционального дискурса и обладает особенными чертами и свойствами, обусловленными его массово–информационной спецификой. Некоторые исследователи указывают на тенденцию «демократизации медиадискурса» в российском обществе, предполагающую рост готовности аудитории к участию в массовых коммуникациях. В процессе политического медиадискурса достигается конструктивное политическое согласие в какой–либо обсуждаемой области социально значимых вопросов через ведение добровольного, свободного и аргументированного диалога. Сегодня сформировались косвенные и прямые формы участия массмедиа в развитии политического медиадискурса. Так, к косвенным формам следует отнести: самообразование молодого поколения в процессе потребления информационного материала массмедиа и поиска медийной информации, что сопровождается накоплением коммуникативного опыта; рост уровня медиакомпетентности молодых граждан: 1) внештатное сотрудничество с редакциями СМИ в качестве авторов и независимых журналистов, а также участие в теле – и радиопрограммах; 2) выпуск молодежных периодических изданий и телерадиопрограмм в «Школе юного журналиста» (других культурно–образовательных учреждениях, где возможно общение с масс – медиа); 3) «самиздат» – участие молодых людей в выпуске альтернативных периодических изданий или любительская интернет–журналистика; публичные внередакционные встречи молодежной аудитории с журналистами, медиатехнологами, другими специалистами медиаотрасли по типу творческих вечеров, авторских встреч журналистов с читателями, телезрителями и т. п.; блогерство – участие молодежной интернет–аудитории в подготовке и создании индивидуальных блогов, их наполнении и поддержке сайтов.

Соответственно среди прямых форм участия СМИ в процессе развития политического медиадискурса и политической медиакультуры молодых граждан мы выделим такие, как публикации и программы в массмедиа, наполненные образовательным смыслом и имеющие просветительское значение; публикации и репортажи независимой медиажурналистики, построенные на комплексном анализе, объективной оценке и справедливой критике деятельности и содержания современных СМИ и СМК; выпуск печатных изданий, создание теле – и киногидов, способствующих формированию у молодежи политической медиаграмотности: базовых знаний, компетенций восприятия и оценки материалов СМИ; ведение колонок медиаомбудсменов («читательских редакторов», «защитников читательских интересов», «адвокатов молодежной медиа–аудитории»), где будут подробно рассматриваться спорные случаи из журналистской практики, факты и случаи, подвергающие сомнению журналистскую этику.

Из этого следует, что участие молодого поколения в данном виде информационно–политических коммуникаций стимулирует у него навыки научно–критического анализа, ведения активного социального диалога посредством массмедиа.

Инициатива Президента В. Путина в данном направлении нашла поддержку в создании

[1] Сулина О. В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства // Вестник ВГУ. – 2014. – № 1. – С. 17.

электронного портала «Российская общественная инициатива»[1]. Данная площадка покрывает пространство всех субъектов РФ и позволяет гражданам опубликовать свою законодательную инициативу для обсуждения и голосования. При наибольшем одобрении инициативы пользователями она передается на рассмотрение в соответствующий орган государственной власти. Интерактивная карта позволяет гражданам принять участие в голосовании инициатив федерального, регионального и муниципального значения.

Обобщая вышесказанное, следует заключить, что для увеличения роли СМИ как института, влияющего на политические ценности и установки российской молодежи, требуется:

а) разработать технологии создания и размещения ненавязчивой социальной рекламы в СМИ любого формата, а также объектах наибольшего скопления молодежи (кинотеатры, библиотеки, спортивные стадионы, концертные площади и т. д.), которая отражала бы основные достижения и успехи наших граждан, мощь страны;

б) предпринять меры по разработке эффективной информационной политики, усиливая значение креативных механизмов СМИ, а также укрепить молодежные СМИ как самостоятельный сегмент российской медийной системы, имея в виду огромный потенциал их аудитории;

в) формировать у молодого поколения со школьного возраста навыки аналитического и критического осмысления информации. Данному направлению, возможно, будут способствовать включенные в школьные и вузовские образовательные программы такие дисциплины, как «Государственная информационная политика», «Средства массовой информации в политических процессах», «Социальные медиа и молодежь» и т. п.;

г) организовать эффективную систему государственного управления молодежными медиаресурсами.

Для продуктивной работы в области молодежных СМИ важно проведение постоянного мониторинга региональных молодежных массмедиа, что позволит организовать медиасреду, исключающую деструктивную направленность. Отсутствие же в органах региональной власти координаторов, ответственных за данное направление, снижает уровень осведомленности государственных структур об информационных запросах и потребностях молодежи, лидерах контактных групп молодых граждан в социальных сетях, тематике информации, которая транслируется через молодежные электронные СМИ, и т. д., что в целом указывает на неспособность административного управления данными процессами; д) привлекать ресурсы гражданского общества, в том числе его молодежный сегмент в виде молодежных организаций и союзов, для профессионального анализа информации, распространяемой в СМИ. В первую очередь следует проверять социальные медиа, в том числе сайты, блоги, форумы, которые наиболее популярны среди молодежи. В данном направлении уже предприняты некоторые меры, и в качестве примера следует отметить реестр сайтов с неблагонадежной информацией, составляет и ведет его Роскомнадзор, существенную помощь в наполнении списка оказывают граждане страны и общественные организации, которые подают жалобы на определенные информационные ресурсы сети Интернет.

Выполнение данных стратегических ориентиров во многом усилит методологическую роль СМИ в процессе трансформации политической культуры современной российской молодежи. СМИ выступают основным источником информации о событиях в стране и распространения мировых новостей, которые получают граждане. Массмедиа применяют технологии целенаправленного конструирования в сознании молодого поколения политических убеждений,

[1] Интернет–портал «Российская общественная инициатива». [Электронный ресурс]. – URL: https://www.roi.ru/ (дата обращения:15.01.2018).

стереотипов, установок, соответствующих современной российской политике.

Таким образом, важной задачей современных массмедиа является разработка адекватных механизмов, направленных на формирование свободных личностей с высоким уровнем критической оценки политических ситуаций и демонстрирующих легальные формы общественно–политической активности. СМИ должны ориентировать молодых граждан на достижение общественно значимых целей при одновременном соблюдении принципов солидарности, верности общенациональным идеалам и независимости суждений, а также поддерживать уважительное отношение к своей стране.

Библиография/References:

1. Бударина К. А. Роль института массмедиа как основного коммуникатора между гражданским обществом и государственными структурами // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – № 3. – С. 82–88.

2. Васютин Ю. С. Кадры государственной и муниципальной службы: проблемы политологической подготовки и переподготовки // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – Том 11. – № 2. – С. 71–78.

3. Горбатова Н. В., Малькевич А. А. Современные СМИ как инструмент политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. – 2015. – № 5. – С. 52–63.

4. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. – М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. – 243 с.

5. Камнев Д.Г. СМИ в процессе политической социализации молодежи в России: фокус на сравнительный анализ роли Интернета // PolitBook. – 2013. – № 4. – С. 61–74.

6. Малик Е.Н., Мельников А.В. Влияние молодежной политики парламентских партий на становление политической субъекности российской молодежи // Вестник государственного и муниципального управления. – 2015. – Т. 4. – № 1. – С. 91–98.

7. Назаров М. М. Современные медиа в концепции сетевого общества // Социально–гуманитарные знания. – 2015. – № 6. – С. 260–273.

8. Послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ 12 декабря 2013 // Российская газета. – URL: http://news.kremlin.ru/news/19825

9. Сулина О. В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 16–25.

1. Budarina, K.A. (2015) Rol' instituta massmedia kak osnovnogo kommunikatora mezhdu grazhdanskim obshchestvom i gosudarstvennymi strukturami [The role of mass media institute as the main communicator between civil society and government institutions] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – № 3. – P. 82–88. (In Russ.)

2. Vasiutin, Iu.S. (2016) Kadry gosudarstvennoi i munitsipal'noi sluzhby: problemy politologicheskoi podgotovki i perepodgotovki [Personnel of state and municipal service: problems of political science training and retraining] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – Tom 11. – № 2. – P. 71–78. (In Russ.)

3. Gorbatova, N.V., Mal'kevich, A.A. (2015) Sovremennye SMI kak instrument politicheskoi sotsializatsii molodezhi [Modern media as an instrument of political socialization of youth] // Upravlencheskoe konsul'tirovanie [Management Consulting]. – № 5. – P. 52–63. (In Russ.)

4. Zhilavskaia, I. V. (2013) Mediaobrazovanie molodezhi [Media education of young people]: monografiia. – M.: RITs MGGU im. M. A. Sholokhova. – 243 p. (In Russ.)

5. Kamnev, D.G. (2013) SMI v protsesse politicheskoi sotsializatsii molodezhi v Rossii: fokus na sravnitel'nyi analiz roli Interneta [Media in the process of political socialization of youth in Russia: a focus on a comparative analysis of the role of the Internet] // PolitBook. – № 4. – P. 61–74. (In Russ.)

6. Malik, E.N., Mel'nikov, A.V. (2015) Vliianie molodezhnoi politiki parlamentskikh partii na stanovlenie politicheskoi sub"eknosti rossiiskoi molodezhi [Influence of youth policy of parliamentary parties on formation of political subjectivity of the Russian youth] // Vestnik gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniia [Journal of Public and Municipal Administration]. – T. 4. – № 1. – P. 91–98. (In Russ.)

7. Nazarov, M.M. (2015) Sovremennye media v kontseptsii setevogo obshchestva [Modern media in the concept of a networked society] // Sotsial'no–gumanitarnye znaniia [Social and humanitarian knowledge]. – № 6. – P. 260–273. (In Russ.)

8. Poslanie Prezidenta RF Federal'nomu Sobraniiu RF 12 dekabria 2013 [Message of the President of the Russian Federation to the Federal Assembly of the Russian Federation on December 12, 2013] // Rossiiskaia gazeta. – URL: http://news.kremlin.ru/news/19825 (In Russ.)

9. Sulina, O.V. (2014) Politicheskii mediadiskurs kak element diskursivnogo prostranstva [Political media discourse as an element of discursive space] // Vestnik VGU. Seriia: Filologiia. Zhurnalistika [Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism]. – № 1. – P. 16–25. (In Russ.)