

Массмедиа в построении эффективного диалога между государством и молодежью

Научный руководитель – Зеленина Елена Васильевна

Белините Алина Викторовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: abelina@list.ru

Проблема вовлеченности молодежи в жизнь государства стала особенно актуальной в 2018-ом году, на этапе президентских выборов. Современная российская молодежь — это 30,4 млн. граждан государства в возрасте от 14 до 30 лет, что составляет 20,7% от всей численности населения РФ#_ftn1. В 2018-ом около 7 млн. молодых граждан получили возможность проголосовать впервые, а всего 25 млн. совершеннолетних представителей российской молодежи имели право проявить свою гражданскую позицию, что составляет 22,9 % от общей численности избирателей всей России#_ftn2. Изъявляя свои предпочтения, молодежь может принять участие в жизни страны и обеспечить легитимность выборов.

Несмотря на то, что российская молодежь на протяжении долгого времени демонстрирует традиционно самую низкую явку на избирательные участки, генеральный директор ВЦИОМ В. Федоров еще до дня голосования выразил предположение, что в этот раз все изменится и количество молодых людей, пришедших отдать свой голос на президентских выборах, заметно увеличится. В качестве причины эксперт называл «активную информационную и агитационную кампанию в интернете и социальных сетях»#_ftn3. Итоги выборов подтвердили предположения и прогнозы. По данным ЦИК, уровень явки среди молодежи (избиратели с правом голоса в возрасте от 18 до 34 лет) 18 марта 2018 г. составил 69,5 %#_ftn4.

Активное участие молодежи в электоральном процессе свидетельствует о желании этой категории граждан влиять на социальный и политические процессы, происходящие в государстве. Однако зачастую у представителей молодого поколения не хватает информации о возможностях стать полноправными участниками политической жизни своей страны. Для того, чтобы понять, каким образом, с помощью каких каналов и механизмов можно эффективно доносить данные до молодых людей, следует вспомнить об особенностях молодежи в целом и об историческом опыте реализации молодежной политики в стране.

Самым первым шагом в попытках выстроить систему государственной молодежной политики можно считать конец XVIII века. Зарождение молодежного движения тогда было связано с формированием студенческой среды и реформаторской деятельностью Екатерины II (например, «Жалованная грамота дворянству», 1785). Поворот от социальной политики, которая лишь изредка обращала внимание на молодежь, к целенаправленному нормативно-правовому регулированию, начался в конце XIX века и был связан с деятельностью тайных организаций (группа «Центральный студенческий союз» в структуре «Народной воли») и студенческих забастовок. В начале XX века правительство пытается построить работу с молодежью по западному образцу: было создано Русское студенческое христианское движение, в 1906 г. было зарегистрировано Московское общество «Сетлемент», который представлял собой систему кружков по интересам на основе самоуправления, в 1916 г. появился первый Дом Юношества - культурно-просветительское объединение, на базе которого работали кружки разных направлений. Большая часть XX

века для молодежи прошла под знаком ВЛКСМ, который в прошлом году отпраздновал свое 100-летие. Комсомольская организация была и институтом социализации для каждого представителя советской молодежи, и социальным лифтом для тех, кто хотел связать свою жизнь с политикой и управлением государством.

В начале 90-х начался новейший этап в формировании понимания молодежной политики и законодательного аппарата, связанный с новыми реалиями: после распада СССР теперь уже Российской Федерации нужно было продумать законодательство и механизмы, которые смогут молодежь защитить, социализировать в обществе, дать ей надежду на достойное существование и возможности для ее самореализации.

В начале 90-х начался новейший этап в формировании понимания молодежной политики и законодательного аппарата, связанный с новыми реалиями: после распада СССР теперь уже Российской Федерации нужно было продумать законодательство и механизмы, которые смогут молодежь защитить, социализировать в обществе, дать ей надежду на достойное существование и возможности для ее самореализации.

Сегодня исследователи рассматривают молодежную политику как «деятельность государства, политических партий, общественных объединений и других субъектов общественных отношений, имеющую целью определенным образом воздействовать на социализацию и социальное развитие молодежи, а через это - на будущее состояние общества». #_ftn5 И.М. Ильин и А.И. Андреев дают более жесткое определение, рассматривая эту сферу жизни как настоящую борьбу: «со стороны государства за удержание власти, со стороны молодежи за возможность воздействия на власть, вхождение в нее». #_ftn6

В целом же, можно считать государственную молодежную политику (ГМП) планомерной работой органов государственного аппарата, призванной создать достойные социальные, правовые, экономические условия, которые будут гарантировать возможность самореализации отдельным индивидам и развития общественных инициатив. Но для того, чтобы молодежь включилась в эту работу, ее нужно, в первую очередь, информировать о существовании таких программ, создавая условия для полноценного функционирования информационных потоков в рамках системы «Государственные структуры - Средства массовой информации - Молодежь». Ключевыми здесь могут стать такие задачи, как обеспечение защиты молодежи от ложной, искаженной и недостоверной информации, поступающей через средства массовой информации; повышение авторитетности информационных потоков и возвращение доверия к ним молодежи; информирование молодежной аудитории о деятельности власти, разъяснение стратегии общественно-политического развития и обоснование текущих мер для ее реализации, с целью повышения правовой грамотности молодежи.

О глубине воздействия медиамира на жизнь человека говорит профессор Е.Л. Вартанова, которая отмечает, что «СМИ структурируют его <человека> личный опыт через призму медианаративов. Представления о мире, собственной стране, обществе и даже личности для современного человека невозможны без многомерного воздействия на его сознание всего комплекса контента СМИ, в котором интегрированы и журналистские материалы, отмеченные стремлением объективно отразить действительность, и произведения массовой культуры, рассчитанные на банальное развлечение» /rus/event/request/97062/report/edit#_ftn8

В качестве одной из ключевых функций журналистики классик российской теории

журналистики Е.П. Прохоров выделял идеологическую, или социально-ориентирующую функцию#_ftn8. Основной целью, формулируемой сегодняшними властными структурами и общественными институтами в качестве приоритетных, является построение «гражданского общества», характеризующегося высоким уровнем самоорганизации и саморегуляции, а, следовательно, и инициативности его граждан. Медиаструктуры здесь оказываются призванными не только освещать происходящие процессы со стороны, но и активно реализовывать механизмы, призванные формировать «гражданственность» у членов общества.

И.Д. Фомичева, изучающая социологию СМИ, говорит о том, что понятие функции «охватывает и предназначение, и реальную роль СМИ»#_ftn9. Основными же, по мнению исследователя, становятся коммуникативная, информационная, ценностно-регулирующая, социально-организационная, социально-креативная, функция психического регулирования. Также Фомичева выводит такую функцию СМИ как «канал социального участия». Именно она и может стать ключевой в формировании эффективного диалога между молодежью и государством.

Под «каналом социального участия» или «социализаторской функцией» мы можем понимать усвоение человеком социального опыта и ценностно-нравственных ориентаций, необходимых для дальнейшего выполнения социальных ролей в общественной жизни. «Суть данной социализаторской функции молодежных СМИ заключается в представлении аудитории различных моделей поведения, в оказании определенного влияния на принимаемые читателем решения и тактичной корректировке их деятельности»#_ftn10, — отмечает в своей работе, повествующей о молодежных СМИ, М.Е. Аникина. Таким образом, СМИ должны помочь своим читателям, учитывая особенности межличностной коммуникации, найти не только интересную и важную информацию, но и предоставить определенные модели поведения, которые молодой человек потом сможет реализовать.

Подводя итоги, мы можем отметить, что и с точки зрения теоретического междисциплинарного подхода, и с позиции современных реалий молодежь следует считать не просто субъектом, на который влияют общественные институты и властные структуры, но и объектом, желающим участвовать в политических процессах на разных этапах. Однако пока это происходит чаще всего на индивидуальном, а не на организационно-формализованном уровне.

Для того, чтобы наладить эффективный диалог между государством и молодежью, необходимо вмешаться медийным структурам, которые выступят здесь и в качестве посредника, и в роли носителя определенных ценностей. Однако для начала следует выявить механизмы, направленные на оптимизацию информационного влияния СМИ на молодежь, и закрепить их на законодательном уровне.

#_ftnref1 Численность населения Российской Федерации по полу и отдельным возрастным группам на 1 января 2017г. (http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_111/Main.htm - дата обращения 20.01.2018)

#_ftnref2 Численность избирателей, участников референдума Российской Федерации - данные Центральной избирательной комиссии РФ (<http://www.cikrf.ru/izbiratel/quantity/> - дата обращения 13.03.2018)

#_ftnref3 ВЦИОМ ожидает высокой явки молодежи на президентских выборах (<https://ria.ru> дата обращения 13.03.2018)

#_ftnref4 ВЦИОМ. Молодежь ломает стереотипы. Пресс-выпуск (</rus/event/request/97062/report/>"<https://wciom.ru/index.php?id> - дата обращения 25.04.2018)

#_ftnref5 Ковалева А.И., Луков В.А. Социология молодежи: теоретические вопросы.- М.: Социум 1999. -с.125.

#_ftnref6 Ильин И.В., Андреев А.И. Словарь современной молодежной политики. - М.: Университетская книга 2006, с 6-19

#_ftnref7 Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. - М.: МедиаМир, 2013. -с. 256

#_ftnref8 Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. - М.: РИП-холдинг, 2005

#_ftnref9 Фомичева И.Д. Социология СМИ- М.: Аспект Пресс, 2012

#_ftnref10 Аникина М.Е. Молодежные издания // Типология периодической печати. М., 2009. - С. 179

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013
- 2) Зубок Ю.А – Феномен риска в социологии: Опыт исследования молодежи. М.: Мысль, 2007
- 3) Ильин И.В., Андреев А.И. Словарь современной молодежной политики. – М.: Университетская книга 2006
- 4) Ковалева А.И., Луков В.А. Социология молодежи: теоретические вопросы.– М.: Социум, 1999
- 5) Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. - М.: РИП-холдинг, 2005
- 6) Типология периодической печати – М., 2009
- 7) Фомичева И.Д. Социология СМИ – *ed* М.: Аспект Пресс, 2012