

Камнев Дмитрий Григорьевич
к. полит. н., старший преподаватель
Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики, г. Москва
Kamnev Dmitry G., PhD in Political Science, senior teacher
National Research University Higher School of Economics
E-Mail: dkamnev@hse.ru

Политическая социализация российской молодежи по средствам СМИ: анализ современных тенденций

Political socialization of young Russians through the media:
an analysis of current trends

Аннотация: В статье исследован процесс политической социализации молодежи по средствам СМИ в современной России. Автор особое внимание уделил анализу роли СМИ в политической социализации в современных условиях, с учетом условий информационного общества и рыночной системой экономики.

The Abstract: The article analyzes the process of political socialization of young people through the media in Russia. The author considers the role of media in political socialization in today world.

Ключевые слова: Политическая социализация, молодежь, власть, СМИ, Интернет, информация, политические ценности.

Keywords: Political socialization, young people, government, media, the Internet, information, political values.

Более пяти лет тому назад мной активно проводились исследования, посвященные изучению политической социализации российской молодежи, предметом моих исследований являлись провластные молодежные организации, в частности политические движения «Молодая Гвардия» и «Наши». Меня интересовал вопрос, как выстроен процесс политической социализации в молодежных организациях, как приобщается молодой человек, ставший участником массового движения к политическим нормам и ценностям, существующим в обществе? Самым общим выводом из исследования, не вдаваясь в детали, стал следующий, что провластные молодежные организации один из эффективнейших институтов политической социализации в стране. В настоящее время в России провластные молодежные движения маргинализировались, ушли в тень от участия в активной политической жизни страны. Процесс политической социализации молодежи в стране должен постоянно продолжаться, не обращая внимания на исчезновение тех или иных институтов политической социализации, даже если это был на тот момент времени самый эффективный институт социализации подрастающего поколения. Исследование процессов политической социализации всегда будут актуальны, т.к. от качества восприятия гражданами политических ценностей зависит стабильность политического режима в стране и сохранность государства в целом. Тем более востребованность исследований политической социализации сохранится на высоком уровне вследствие естественных процессов, которые связаны с постоянным обновлением молодежных поколений, изменением политических ценностей, существующих в государстве и постоянного поиска новых эффективных практик социализации. Исследование

СМИ, как важного участника политической социализации молодежи мне кажется весьма перспективным направлением, исследование последнего может дать определенную пользу в деле дополнительного познания процесса приобщения молодежи к политическим ценностям, транслируемым с помощью технических средств, исключая физический и межличностный контакт.

В статье мной будет детально проанализированы СМИ, как институт политической социализации молодого поколения в современной России. Также в статье мной будет предложена теория политической социализации, выявлю положительные и отрицательные черты процесса политической социализации молодежи по средствам СМИ в современной России. В исследовании под термином «молодежь» понимается социально-демографическая группа от 13 до 30 лет.

Многие исследователи современности, чаще всего политологи и экономисты, называют XXI в. веком информационного общества, общества в котором для человека доступна любая информация, доступность информации стала возможной из-за технического прогресса с появлением телевизионных и компьютерных технологий, Интернета, мобильных средств коммуникации. В XXI в. индивида повсюду окружает информация, некоторые исследователи информационного общества в своих научных работах сообщают о нескольких крайностях, которые могут случиться с любым индивидом на протяжении его жизни в информационном обществе: информационный голод – когда остро чувствуется недостаток информации, сопровождающийся негативными эмоциями, чаще всего нервозностью; информационное перенасыщение – чувство усталости, раздраженности от большого объема, полученной информации. Так английский психолог Д. Льюис, проведя исследование «Умирая от информации», пришел к выводам, что большой объем информации опасен, также как и маленький. Переизбыток информации может привести к лишению аналитических способностей, индивид не сможет сделать правильный выбор, принять оптимального решения.

Для человека ведущего социальный образ жизни информация является важной и необходимой составляющей, выключая на время человека из общественной жизни, например, помещая на долгое время нарушителя закона в тюрьму, он с трудом адаптируется к жизни на воле, тем более в новейших условиях информационного общества. Умение обращаться с техникой, профессиональная работа с компьютером является в нашем обществе важнейшим критерием образованности и воспитанности человека.

Российская Федерация находится в едином мировом информационном пространстве наряду с другими странами мира, важнейшие мировые события, произошедшие за день, освещаются в российских и мировых лентах новостей, наши граждане в настоящее время больше имеют информации о какой либо далекой, но известной своими достижениями стране, чем о родном городе своего детства. Проблема выстраивания в современной России в эпоху глобального информационного общества эффективной системы национальной политической социализации молодежи стоит весьма актуально, т.к. мировые информационные потоки, как и отечественные, оказывают свое воздействие на сознание молодого поколения россиян. Одним из возможных решений означенной проблемы может стать создание эффективного института социализации молодежи на базе российских СМИ. Данное решение является вполне реалистичным и прогрессивным, нежели невыполнимая деятельность государственных органов по цензуре мировых информационных потоков и ограничению доступа граждан к источникам с нежелательной для общественного распространения информации. СМИ традиционно имеют большое влияние на граждан, основной задачей которых является предоставление актуальной информации, аналитических материалов, посредством использования в средствах информации правильной подачи общественной и политической

информации индивид воспримет ее, тем самым существует возможность дистанционно передавать информацию о политических ценностях, существующих в обществе.

Перед тем как нам детально перейти к анализу процесса политической социализации молодежи посредством института СМИ, остановлюсь в самом общем виде на теории политической социализации, которая разнообразно представлена в гуманитарных науках.

Наиболее полную и сбалансированную трактовку политической социализации предложил отечественный исследователь К.В. Рубчевский, он ее определяет следующим образом: «процесс усвоения личностью социального и политического опыта, накопленного обществом и сконцентрированного в культурных традициях, в групповых и коллективных ценностях, нормах, статусного и ролевого поведения» [5, стр. 149]. Также интересна своим смыслом лаконичное определение социализации И.А. Ковалева: «Политическая социализация – процесс включения индивида в политическую систему» [4, стр. 54]. Рассмотрев существующие теории и трактовки, можно сделать вывод, что политическая социализация является сложным процессом становления гражданина в обществе, которому присуща определенная последовательность:

- 1) усвоение и восприятие общественно-политического опыта, накопленного предыдущими поколениями, а также современного опыта;
- 2) превращение знания об обществе, политике государства во внутренние убеждения;
- 3) выработка способности отстаивать свои политические взгляды и интересы;
- 4) приобретение необходимых навыков общественно-политической деятельности, освоение ее основных принципов и норм;
- 5) реализация знаний и убеждений в практической политической деятельности и в области других сфер общественных отношений [6, стр. 162-163].

Очень важным аспектом в понимании процесса политической социализации является ее двухступенчатость: политическая система осуществляет передачу индивиду существующих в обществе политических ориентаций, ценностей и моделей политического поведения, а человек преобразует предлагаемые общественные нормы политической культуры в свои собственные ценности и установки. Индивид получает определенные политические знания, которые позволяют ему самоидентифицироваться с социальной группой, нацией, обрести ощущение своей вовлеченности в социально-политическую систему.

Процесс политической социализации идет на протяжении всей жизни человека. В любом обществе существуют специализированные институты, отвечающие за вовлечение в ту или иную группу новых членов и обучение их своим требованиям. Институты социализации – элементы социальной структуры, которые призваны передавать индивиду образцы поведения, нормы и ценности культуры. Кроме институтов существует политические факторы социализации, если их персонифицировать, то они имеют название «агенты политической социализации».

В качестве результатов процесса политической социализации выступают: во-первых, обеспечение бесперебойного функционирования политической системы при смене поколений в политике; во-вторых, происходит становление зрелых граждан, как замечает Е.Б. Шестопад: «... которые не подвержены колебаниям политической конъюнктуры, а способны без посторонней подсказки принять решение по важнейшим вопросам» [7, стр.186].

СМИ традиционно являются наиболее важными участниками процесса политической социализации молодежи, они выполняют разнообразные функции, в том числе и общие

политические функции. Наиболее важной и известной функцией СМИ является информационная деятельность. Она заключается в том, что по средствам данной функции гражданам страны доносится информация о политических событиях в государственных органах власти, о мировых происшествиях. СМИ при подаче политической информации могут отражать свою оценку, давать различного толка комментарии, посредством полученной гражданами страны информации формируется их мнение о деятельности отдельного чиновника и в целом об государственных институтах. Следующей широкой функцией СМИ является образовательная деятельность и связанная с ней функция социализации граждан, эти функции сопровождают индивидов в течение всей их жизни, но в юном возрасте они оказывают более эффективное воздействие в силу того, что молодой человек не обладает еще большим жизненным опытом, не имеет своего мнения, поэтому он более восприимчив к информации, в том числе и к политической, которая транслируется СМИ. Еще две функции СМИ, которые также похожи и присущи демократическому политическому режиму это функции контроля и критики. Чаще всего функцией критики пользуются оппозиционно настроенные к деятельности властей СМИ, но объект критики может быть достаточно широк. Основой же контрольной функции является авторитет общественного мнения, который культивируется СМИ, пользуясь этим обстоятельством, средства информации предлагают свою оценку совершенным деяниям и личностям, порой опережая в этом судебные инстанции и правоохранительные органы. Еще одной функцией СМИ является функция интеграции различных общественных интересов и взглядов, благодаря чему различные группы интересов, существующие в демократическом обществе, могут открыто высказывать свое мнение, представлять в социуме свои взгляды и групповые интересы. Данная функция весьма полезна в деле создания демократического политического режима в стране, но в недрах своих она скрывает потенциал, который не позволяет СМИ в современном обществе быть надежным институтом политической социализации для молодежи. Отечественный исследователь В.В. Воробьев, указывает и на другие политические функции СМИ в политической социализации молодежи: групповая солидаризация, при которой усиливаются чувства принадлежности граждан к определенной общности; опека социально незащищенных слоев населения; присвоения статуса социальным проблемам; формирования общественного мнения [2, стр. 46].

Во многих исследованиях, посвященных процессу социализации, ученые относят СМИ к институту политической социализации. Анализ СМИ в качестве института социализации молодого поколения в современной России является научным наследием советской гуманитарной науки. С исследователями можно было бы согласиться в советский период времени, когда СМИ, да и все остальные институты общества принадлежали советскому народу – советской власти, являлись попросту государственными. В СССР существовала мощнейшая пропагандистская машина, идеологи коммунистического режима из КПСС имели полный контроль над информацией в СМИ, они жестко управляли информационными потоками в стране. Советские традиционные СМИ: газеты, журналы, радио и телевидение, были встроены в советскую систему пропаганды, они транслировали только идеологически верную информацию, потребители которой могли воспринять заложенные в ней глубокие идеологические ценности советского образа жизни.

В настоящее время СМИ в нашей стране являются частными, стало быть, редакционная политика по выпуску той или иной информации полностью находится в частных руках. В начале 90-х гг. XX века СМИ, как частные предприятия претерпевают процесс своей коммерциализации, владельцы средств информации с помощью СМИ начинают зарабатывать финансовые средства для себя и коллектива СМИ, становится нормальным явление размещение в СМИ информационных материалов за плату. Государственная власть не в состоянии полностью влиять на информацию, транслируемую в

отечественных СМИ, государство не обладает достаточными ресурсами для размещения в СМИ необходимой информации для процесса политической социализации молодежи. Сегодня государство имеет возможности лишь предлагать нужный для процесса политической социализации материал в виде: авторских программ, фильмов, снятых с помощью государственного финансирования, различных агитационных роликов и социальной рекламы. Особо остро стоит вопрос с необходимым государственным контролем в сети Интернет. Но у государства остается рычаг влияния на СМИ, это его прерогатива вести государственную информационную политику с помощью законодательства и регулятивных норм.

В связи с таким положением вещей, как мне представляется, целесообразно рассматривать СМИ как не институт политической социализации молодежи в современной России, а как фактор социализации, который участвует факультативно, выборочно в процессе политической социализации молодежи, той ее части, которые являются потребителями государственно верной информации, в которой отражены ценности нынешней политической системы и общества. По справедливому замечанию российского исследователя И.В. Денисовой: «Одним из негативных последствий трансформации СМИ является стабильная тенденция к потере их независимости, как на общероссийском, так и на региональном уровне. Особенно отчетливо это проявляется среди прессы и телевидения. Такая ситуация обусловлена несколькими причинами ... коммерциализация масс-медиа, связанная с ориентацией на извлечение максимальной прибыли. Поэтому они далеко не всегда слышат мнение граждан и выражают общественный интерес» [3, стр. 78]. В России отечественные СМИ поставлены в условия, когда вынуждены самостоятельно зарабатывать деньги, основной финансовый приток обеспечивается с помощью рекламодателей, а рекламисты стремятся разместить свою рекламу в более массовых по аудитории СМИ. Для привлечения интереса аудитории к СМИ, руководитель – главный редактор средства информации вынужден наполнять контент, чаще всего информационным материалом низкого качества с точки зрения создания культурной и социализированной личности, но интересным подавляющему количеству индивидов. Получается замкнутый круг «острая информация – широкий интерес аудитории – большая покупка времени рекламодателями», в котором не досталось места для процесса по созданию культурной и социализированной личности.

Традиционные СМИ в современном информационном обществе с развитием компьютерных и телекоммуникационных технологий, особенно в среде молодежи, становятся менее популярными по сравнению с увеличением количества абонентов сети Интернет. Молодежь в настоящее время предпочитают получать информацию в сети Интернет, т.к. полагают и в действительности информационные ресурсы сети менее ангажированы с властью, и в них снижен уровень политической цензуры.

Политические игроки, высшие государственные чиновники активно действуют в сети Интернет. В настоящее время существуют целые общественно-политические сайты, через которые различные политические силы привлекают к себе сторонников, взаимодействуют с сочувствующими и ведут политическую борьбу по средствам распространения негативной информации о конкурирующих политических силах. Интернет не является институтом социализации, но в пространстве сети представлены все агенты политической социализации, которые от вовлеченности в сеть, которая имеет свои параметры и негласные правила, получают своего рода качественные изменения. Например, классический агент политической социализации – периодическое издание, которое имеет сайт в Интернете, становится намного ближе к читателям, т.к. потребитель информации может сразу после ознакомления с публикацией оставить свой комментарий на сайте издания, поделиться полученной информацией и ссылкой на статью с другими пользователями Интернета.

По мнению А.А. Васецкого и А.А. Малькевича, Интернет в настоящее время усиливает взаимосвязанные тенденции, представленные в виде фрагментации общей политической культуры, идущего процесса медиатизации повседневной жизни, консьюмеризма и возрастания индивидуализма, которые снижают уровень традиционного политического участия [1, стр. 44-45].

В заключение отмечу, представления исследователей о роли СМИ в политической социализации молодежи в новейших исследованиях должны быть скорректированы под давление новых данных и существующих реалий современного мира. В настоящее время СМИ выполняют факультативную роль фактора в процессе политической социализации молодежи. С произошедшей трансформацией советской политической системы претерпели свои изменения и все институты, составлявшие основу данной системы, трансформировались и СМИ, как институт политической социализации молодежи.

Для увеличения роли СМИ, как фактора политической социализации молодежи в современной России, предложу для представителей власти некоторые ориентиры:

1) создание и размещение ненавязчивой социальной рекламы в СМИ, в том числе в местах массовых развлечений молодежи (кинотеатры, спортивные арены), которая бы показывала успехи и достижения наших граждан, страны;

2) более активная информационная политика, замена регулятивной деятельности в отношениях со СМИ на креативную, кооперационную модель взаимодействия;

3) способствовать развитию у молодежи, начиная со школьной скамьи, навыков критического отношения к предлагаемой им информации, приобщение их к аналитическому мышлению, и возможное введение в обязательные курсы школьной или вузовской программ дисциплины о государственной информационной политике;

4) активная помощь в строительстве российского гражданского общества, организаций гражданского общества, которые могли бы повысить планку культуры в обществе и выступить в качестве своего рода общественных цензоров информации, распространяемой в СМИ.

При условии постепенного выполнения данных ориентиров появятся возможности увеличения эффективности СМИ в деле политической социализации молодежи в современных условиях России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васецкий А.А., Малькевич А.А. «Новые СМИ» в процессе политической социализации молодежи // Управленческое консультирование, 2011, №3, с. 43-48.
2. Воробьев В.В. СМИ как агенты политической социализации старшеклассников // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2008, №4 (11): в 2-х ч. Ч. 1, с. 44-49.
3. Денисова И.В. Трансформация СМИ как института политической социализации в современном российском обществе // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2008, №4 (11): в 2-х ч. Ч. 1, с. 78-80.
4. Ковалева И.А. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория // Социс, 2003, №1, с.54.
5. Рубчевский К.В. Социализация личности: интериоризация и социальная адаптация // Общественные науки и современность, 2003, №3, с.149.
6. Хакимова Т.Р., Валеева А.Б. Политическая социализация молодежи в период трансформации российского общества, М., 2005, с.162-163.
7. Шестопал Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии, М., 2000, 431с.