УДК 301.085

Захаркин Роман Александрович – ст. преподаватель кафедры массовых коммуникаций ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет» (г. Владивосток). *E-mail: rom_zah@mail.ru*.

Roman Aleksandrovich Zakharkin – senior lecturer of the mass communications chair of FGAOU VPO "The Far-Eastern federal university" (Vladivostok).
E-mail: rom_zah@mail.ru

R.A. Zakharkin

The influence of mass communications on the potential of public activity of the Primorsk youth

The article is devoted to the influence of mass media on the social activity of the youth. It is shown that mass media form by the youth such life values that are far from the orientation on active participation in the social processes. Made research has confirmed this assertion and it has allowed conclude that there is no considerable potential to participate in protest actions in the Primorsk youth at present moment.

Keywords: youth, mass media, life values, protest activity.

Влияние средств массовых коммуникаций на потенциал общественной активности приморской молодежи

Статья посвящена влиянию средств массовых коммуникаций (далее – СМК) на потенциал общественной активности молодежи. Выявлено медиа зачастую формируют у молодежи жизненные ценности, которые далеки от ориентации на активное участие в общественных процессах. Проведенное исследование подтвердило это утверждение и позволило сделать вывод, что на данный момент в приморской молодежной среде нет значительного потенциала для участия в протестных акциях.

Ключевые слова: молодежь, средства массовой коммуникации, жизненные ценности, протестная активность.

Современное научное сообщество отмечает тенденцию уменьшения участия молодых людей в социальной жизни своих обществ. Например, Роберт Патнэм [1] отмечает, что смена поколений является основным фактором, влияющим на снижение власти социального капитала в американском обществе конца 90-х гг. Молодые люди не просто воздерживаются от участия в партийной жизни, но и в деятельности различных общественных организаций, добровольных организаций, направленных на оказание социальной помощи.

Подобные тенденции отмечаются и в российском обществе. Проведённое в 2008 г. Центром социальных технологий исследование [2] показало, что в

выборе стратегии адаптации к социальной среде молодые люди, как правило, следуют индивидуализированным, внеинституциональным практикам. Государственные и, в меньшей степени, общественные институты не находят поддержки у молодёжи. Следствием низкого уровня межличностного и институционального доверия в молодёжной среде является «атомизация» социальных практик и неготовность к солидаризации на позитивной основе ради реализации собственных интересов. Низкая готовность к долговременному сотрудничеству и коллективным действиям выражается, в частности, в низкой оценке роли политических партий и общественных организаций, в слабой вовлечённости в их деятельность. Анализ деятельности молодёжных организаций показал: участие молодых людей в организациях с позитивной программой деятельности (политических, волонтёрских, профсоюзах и др.) носит преимущественно мобилизованный характер, то есть инициируется «сверху» руководством учебных заведений, государственными структурами, «взрослыми» общественными организациями.

Таким образом, можно прийти к выводу, что высокий уровень абстрагированности современной молодёжи от активного участия в общественных процессах – это результат слабой интеграции в общественную жизнь.

Данный феномен можно связать с тем, что ориентация молодого человека в процессе его взросления в российском обществе идет, прежде всего, на такие ценности, как: развлечение, консьюмеризм, достижение собственного благополучия. Немаловажную роль в этом процессе играют средства массовой коммуникации. Исследование, проведенное в 2011 г. совместно кафедрами массовых коммуникаций ДВФУ и социологии, политологии и регионоведения ТОГУ [3], показало, что основной контент, который воспринимает молодёжь, носит развлекательный характер, на втором месте идёт информационный контент. Эта ситуация характерна для всех 3-х СМК, которые являются основными поставщиками информации для молодёжи: Интернета, телевидения и печати (в первую очередь, глянца). В отношении Интернета ситуация не столь прозрачна для анализа, так как выяснилось, что первое место в рамках этого СМК по популярности занимают так называемые «социальные сети». Но анализ групп в наиболее популярных «социальных сетях» показал, что основные темы, подымающиеся там, – это развлечения, спорт (фитнес), автомобили.

В телевизионном контенте, который воспринимает молодёжь, также доминирует тренд развлекательного характера. Так как телевизионная информация более прозрачна для аналитики, было выявлено, что в числе наиболее упоминаемых молодыми людьми телепродуктов большое количество таких, которые получили неоднозначную, а порой и критическую оценку со стороны различных общественных организаций. В этом случае можно говорить о том, что молодёжь находится в зоне деструктивных информационных потоков, которые с большой долей вероятности оказывают негативное влияние на формирование жизненных ориентаций молодых людей.

Исследование печати выявило, что контентом, который может оказывать воздействие на установки молодёжи, является, в первую очередь, контент глянцевых журналов. Информация глянцевых журналов носит далеко неоднозначный характер для формирования личности молодых людей с гражданской точки зрения. Контент-анализ показал, что модели, которые проецируются глянцем в сознание молодёжи, ориентируются, прежде всего, на консьюмеризм, культ физической (т. е. внешней красоты), «свободные отношения» между мужчиной и женщиной, развлечения.

Таким образом, можно констатировать, что вокруг молодых людей на данный момент средствами массовой коммуникации создаётся информационное поле, в котором основными векторами развития обозначается ориентация на развлечение, консьюмеризм, достижение собственного благополучия. Нельзя недооценивать роль СМК в процессе социализации молодежи. Роль средств массовой коммуникации в рамках этого социального явления увеличивается с каждым годом, так как молодые люди более ориентированы на получение информации из СМК, особенно это касается такого СМК, как Интернет. В России социализация с помощью СМК усиливается тем фактором, что более старшие поколения не могут ей предоставить жизнеспособные (в рамках капиталистического общества) социальные модели. Поэтому СМК становятся одним из немногих агентов, которые предоставляют молодежи социальные нормы и модели поведения.

Оторванность молодежи от активного участия в общественной жизни страны в современных условиях можно трактовать двояко. С одной стороны, это, несомненно, негативное явление. Многие исследователи говорят о том, что высокий уровень абстрагированности современной молодежи от участия в общественной жизни негативно скажется на будущем демократии. В частности, по их мнению, ослабление демократических обязательств и уровня политической активности молодежи приведет к значительному сокращению числа молодых людей, которые регулярно принимают участие в выборах разного уровня, что может повлечь за собой разного рода социальные и политические катаклизмы. К. Дженнингс и Л. Стокер придерживаются мнения, что увеличение уровня абсентеизма в молодежной среде представляет серьезную опасность для дальнейшего развития демократических стран [4].

Что касается российской ситуации, то нам кажется, что такое мнение справедливо и для нашего общества. Если молодежь не будет интегрироваться в политическую и социальную жизнь общества, то могут вырасти поколения, выключенные из общественной жизни страны. И, например, в рамках электоральной ситуации, когда выборы являются единственным методом (в рамках демократии) легитимной передачи власти, такая ситуация может в целом негативно отразиться на стабильном развитии России как демократического государства.

С другой стороны, активное участие молодежи в общественных процессах при определенных обстоятельствах может привести к дестабилизации обстановки в стране, а в некоторых случаях – даже к революции. Социальная апатия – не совсем характерное для молодёжи

состояние, большинство революций делались при активном участии молодёжи, и февральские события 2011 г. в Египте – наглядное тому подтверждение. До поры до времени потенциал молодёжной активности может «спать», но, если он будет «разбужен» и повернет не в сторону созидания, а в сторону разрушения, то это грозит серьёзными проблемами государству.

В связи с усилением общественной активности, и прежде всего оппозиционной, в Москве и ряде других регионов после февральских парламентских выборов 2012 г. кафедрой массовых коммуникаций ДВФУ и кафедрой социологии, политологии и регионоведения ТОГУ было проведено исследование, целью которого стало выяснить, насколько приморская молодежь готова была бы поддержать такие мероприятия, и каково отношение к такой оппозиционной активности. Действительно ли молодежь, задавленная общественной пассивностью и апатией, пропустила эти события мимо себя, не обратив на них внимания, и как она поступила бы, если бы такие события происходили в Приморском крае?

Для исследования нами был взят кластер молодёжи между 18 – 24 годами, который мы ранее определили как типичный для данной социальной группы. В исследовании принимали участие 300 молодых людей из крупных городов Приморского края (Владивосток, Артём, Уссурийск, Находка, Партизанск, Дальнегорск, Дальнереченск) – 160 девушек и 140 юношей.

В целом, исследование показало, что приморская молодежь действительно обладает небольшим потенциалом для активного участия в протестной деятельности, связанной, прежде всего, с уличными выступлениями. На вопрос: «Стали бы Вы участвовать в уличных выступлениях (митингах, шествиях и т. д.), если бы они состоялись в ближайшие выходные?», – 83% респондентов ответили отрицательно, и только 17% – положительно. Эти цифры показывают, что большая часть молодежи не имеет желания или потребности выражать какие-то свои устремления с помощью уличной активности.

На вопрос, уточняющий возможность участие молодых людей в мероприятиях, имеющих именно оппозиционный характер: «Если бы была возможность участвовать в оппозиционном мероприятии (например, на митинге как на Болотной площади), Вы бы приняли в нем участие?», – были получены следующие ответы: «Да» – 26%, «Нет» – 54%, «Не знаю» – 20%. Данные ответы показывают, что протестные идеи не вызывают у молодых людей стремления изменить свою общественную стратегию и активно включиться в социальную трансформацию.

Большая часть молодых людей не верит, что активными уличными выступлениями можно что-то изменить в российской общественной и политической ситуации, так как ответы на вопрос: «Как Вы считаете, можно ли активными уличными выступлениями что-то изменить в российской общественной и политической ситуации?», – дали следующую динамику: «Да» – 32%, «Нет» – 45%, «Не знаю» – 23%. Большая часть молодых людей не уверены, что активное выражение своей гражданской позиции может привести к какому-то практическому результату.

Таким образом, мы видим, что обозначенные выше представления о молодежи как апатичной и не готовой к активными действиям категории населения, в целом, подтвердились. Как нам кажется, ожидать широкого участия молодых людей в акциях любого характера, в том числе и оппозиционного, вряд ли приходится. Тем более, что вопрос: «Как Вы считаете, есть ли альтернатива уличным выступлениям для выражения своей активной гражданской позиции?», – показал, что молодежь видит более конструктивные пути решения каких-то накопившихся социальных проблем, так как 62% ответивших на поставленный выше вопрос ответили утвердительно, и только 34% – дали отрицательный ответ. Были получены следующие ответы на вопрос, целью которого было выяснить, какие альтернативные пути для выражения своего отношения к происходящим в обществе процессам видят молодые люди,: «голосование на выборах» – 41%; «членство в полит. партиях» – 10%; «активная общественная деятельность» – 46%; «силовая смена власти» – 3%.

Последняя позиция указывает на то, что в молодежной среде существует прослойка, которая настроена очень радикально и которую не устраивают даже митинги как средство выражения своей гражданской позиции. Это говорит о том, что протестный потенциал в молодежной среде существует, и небольшая её часть является ресурсом активных общественных выступлений. Ответы на вопрос «Одобряете ли Вы активное участие молодежи в арабских странах (Египте, Ливии, Тунисе и т. д.) в уличных выступлениях (митингах, шествиях и т. д.)?», – подтверждают данное предположение. «Да» ответили 42% опрошенных, «Нет» – 22%, «Ничего об этом не знаю» – 36%.

Если брать российскую действительность, то на вопрос: «Одобряете ли Вы митинги оппозиции (например, на Болотной площади), которые проходили в Москве?», – были получены следующие ответы: «Да» – 38%, «Нет» – 14%, «Ничего об этом не знаю» – 20%, «Мне все равно» – 28%. Как мы видим, около 40% молодых людей симпатизируют активному проявлению гражданской позиции, которую демонстрировала молодежь на Ближнем Востоке и оппозиционеры на Болотной площади. То есть можно говорить о том, что, по крайне мере, 40% молодежи каким-то образом отслеживают происходящие в мире и стране возмущения и сочувствуют им, что является определенным потенциалом для появления желания начать более активно участвовать в общественных процессах.

Что может стать катализатором интенсификации такой активности? На наш взгляд, прежде всего, Интернет как средство массовой коммуникации и средство межличностного общения. Так как на вопрос: «Что может в значительной степени повлиять на ваше решение участвовать в уличных выступлениях (митингах, шествиях и т. д.)?», – самым популярным ответом стал «Общение (влияние) друзей» (41%), которому можно добавить «Информация (призыв) в сети Интернет» (17%) (остальные ответы: «Ничего» – 33%; «Информация (призыв) по ТВ» – 7%; «Деньги» – 2%).

Если учесть, что, согласно этому же исследованию, 78% молодых людей каждый день пользуются Интернетом, 84% из них являются членом какой-либо социальной сети, а 70% – посещают любимую социальную сеть ежедневно, то

41%, отданный за вариант «Общение (влияние) друзей», становится не столь безобидной величиной, к тому же поддержанной 17% тех молодых людей, которым достаточно призыва в сети Интернет. Общеизвестно, что в Египте в феврале 2012 г. именно социальные сети сыграли основную мобилизующую роль при организации акций протеста.

Следовательно, вырисовывается своеобразный парадокс: с одной стороны, средства массовой коммуникации, в том числе и Интернет, являются причиной погружения молодежи в состояние социальной апатии, ориентируя молодежь на культ вещизма, потребления и моды, превращая молодых людей в объект воздействия со стороны индустрии досуга и развлечений. С другой стороны, Интернет как средство массовой коммуникации может стать каналом, который начнет раскручивать маховик молодежной активности, раскрывая скрытые резервы этой части общества.

Таким образом, подводя итог проведенному нами исследованию, можно сказать, что действительно молодежь на данный момент является одной из самых апатичных категорий населения. Наиболее ориентированная на получение информации из средств массовой коммуникации (прежде всего Интернета) она в наибольшей степени оказывается под давлением продвигаемых СМК форматов массовой культуры и культа потребления, что неизбежно сказывается на ее желании активно участвовать в общественных процессах любой направленности как оппозиционной, так и имеющей лояльный характер к существующему на данный момент строю.

Но скрытый потенциал в молодежной среде существует. Если этот потенциал будет использован, то в какую сторону повернет вектор молодежной активности, будет зависеть во многом от того, какие силы будет активно использовать Интернет-пространство, в частности пространство социальных сетей. И так как в современном российском государстве отсутствует четкая коммуникационная стратегия относительно молодежи, а власть устраивает позиция самоустраненности от процессов социализации молодых людей, то у оппозиционных сил есть возможность найти свою нишу в информационном пространстве и развить пока скрытый потенциал молодежной общественной активности.

Литература и источники:

1. Putnam, R. Bowling alone. The Collapse and revival of American community / R. Putnam. – N.Y., 2000. – 239 p.

2. Бабинцев В.П., Самоорганизация и «атомизация» молодёжи как актуальные формы социокультурной рефлексии / В. П. Бабинцев, Е. В. Реутов // Социс. – 2010. – № 1. – С. 109 – 115.

3. Захаркин, Р. А. Значение средств массовой коммуникации в социализации современной молодежи / Р. А. Захаркин // Власть и управление на Востоке России. – 2011. – № 3. – С. 157 – 163.

4. Леонов, К. А. Политическая активность молодежи и уровень доверия к политическим институтам / К. А. Леонов // Социология власти. – 2008. – № 1. – С. 106 – 113.