

DOI 10.35775/PSI.2025.116.4.012

УДК 32.323

З.А. ДАДАЕВ

специалист отдела просвещения

Централизованной исламской религиозной
организации «Муфтият республики Дагестан»,
Россия, Республика Дагестан, г. Махачкала

E-mail: dadaevzaur642@gmail.com

РОЛЬ НОВЫХ МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В данной статье во введении обосновывается актуальность проблемы влияния новых масс-медиа на формирование общественно-политических ценностей в сознании российской молодежи. Кроме того, во введении обозначена цель, задачи, высказаны гипотезы и аргументированы на материале различных источников информации.

В ходе научного исследования дается полная и исчерпывающая характеристика новых масс-медиа, раскрываются специфические стороны СМИ в сравнении с традиционными, приведены примеры, доказывающие высказанные рассуждения, проблема исследована и с точки зрения современной реальности и в процессе ее развития.

В статье использован обширный материал научных статей, статистических сведений. Метод наблюдения и анализа позволили раскрыть проблему влияния СМИ на молодежь и показать плюсы и минусы, а также масштаб существующего влияния и его последствий. В заключении работы сделаны выводы по обозначенной проблеме и предложены перспективные пути решения проблемы. Новые медиа один из важнейших способов формирования ценностных ориентаций молодежи, чему способствуют отличительные признаки новых медиа, такие как: гиперактивность, мультимедийность, персонализация, отсутствие посредников между СМИ и человеком. Оценивая роль новых медиа в общественно-политических ориентирах российской молодежи и способах их формирования, опираясь на широкий круг научных публикаций, статистические данные и материалы сети интернет, автор приходит к выводу о наличии не только положительных, но и отрицательных аспектов позволяющих показать неоднозначный характер данного явления в жизни общества. Это в свою очередь требует дифференцированного подхода с учетом полученных сведений. Соответственно, представителям государственных структур, общественным организациям и объединениям предстоит выработать целый комплекс стратегических мероприятий, позволяющих либо предупредить, либо нивелировать негативные последствия влияния новых медиа на российскую молодежь.

Ключевые слова: медиа, политика, интерактивность, молодежь, Россия, коннективность, нравственность.

Трансформация общественного и политического пространства в современный период детерминирована стремительным проникновением в него Интернета и действующих на его основе субъектов.

Происходит становление информационного общества в условиях глобализации и цифровизации. Возросшая роль информационно-коммуникационных технологий, а вместе с тем развивающееся информационное общество способствует созданию информационной среды социума, о чем наглядно свидетельствуют данные социологических исследований контактов молодежной аудитории с масс-медиа.

Следует подчеркнуть, что в работах российских авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [2; 3; 4; 5; 7; 9; 13; 14; 17; 18; 20; 24; 26; 27; 29].

Однако проблему влияние масс-медиа на формирование у молодежи общественно-политических ценностей нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

В информационной среде, сформированной современными масс-медиа, к числу важнейших стоит отнести, так называемые «новые» медиа, базирующиеся на современных информационно-коммуникационных технологиях. Отметим, что на сегодняшний день у данного термина нет четко закрепившегося определения. Кроме того, надо учитывать меняющуюся действительность, приравниваться к этим изменениям, наблюдать за влиянием масс-медиа на общество, в особенности на молодежь. Информационная среда создала новые условия для пользователей интернет сети, учитывая взаимодействие новых медиа с аудиторией стоит проанализировать результаты подобного воздействия и разработать комплекс решений и задач для ослабления, либо улучшения этого взаимовлияния, в зависимости от пользы или наносимого вреда, когда объект влияния располагает возможностью самому стать субъектом, такая смена ролей позволяет кроме всего прочего наблюдать еще за уровнем предпочтений самой разной аудитории, огромное поле деятельности для социологов, психологов и педагогов. Есть проблемы – ищем выход из них, есть польза – умножаем ее. Главное, нащупав болевые точки, правильно «лечить».

Чтобы получить более четкое представление по изучаемому вопросу помимо общенаучных методов был применен набирающий популярность в науке сетевой подход в совокупности с методом case study. В частности, было уделено особое внимание аспектам, связанным с воздействием технологий данных медиа на установление определенных общественных и политических норм у российской молодежи.

Оценивать роль и значение новых медиа в жизни современной российской молодежи, а также их влияние на формирование общественно-политических ценностей становится возможным только с учетом следующих специфических особенностей этого определения:

1. Важно принимать во внимание тот факт, что в создании контента (точнее в создании, обсуждении и распространении политической информации, участвуют не только (и даже не столько) профессионалы журналисты, сколько миллионы обывателей и заурядных пользователей Интернета.

2. Контент, сформированный таким образом, не отвечает профессиональным требованиям журналистики и излагает материал обыденным языком, что позволяет автору «новости» привлекать толпы невежественной аудитории, всегда находясь в статусе – «свой парень, такой же как я, не ангажированный».

3. Неподготовленный автор собирает миллионы таких же, как и он, неподготовленных пользователей, создавая стихийные отклики на новости оперативней и динамичней во много раз, потому что каждый, кто по воле обстоятельств становится очевидцем каких-либо горячих событий, благодаря мобильному телефону может снять ролик и выложить его в сети. Подобные действия, отражая реальные случаи, оказывают влияние как на психику, так и на поведение большинства людей, формируя у них определенные настроения и умозаключения, что неизбежно сказывается и на общественных и государственных тенденциях, приводя к существенным переменам и трансформациям.

4. Массовый доступ к обильной информации с одной стороны быстро втягивает желающих в возможность ускоренного и глубокого ознакомления с интересующими их вопросами, а с другой – может послужить поверхностному скольжению по ним и следствием формирования клипового сознания.

5. Стихийно создаются новые площадки, вместе с ними и инструменты для самовыражения пользователя (эмодзи, стики, гифки и т.д.). Это в свою очередь дает идеальную возможность для отслеживания предпочтений и определенных умонастроений в обществе, в частности, раскрывает тенденции и закономерности, помогает исследовать различные мощные импульсы протестных активностей и электоральных склонностей социальных групп и отдельных пользователей.

6. Масштаб и ресурсы новых медиа не стоит недооценивать, равно как их влияние на аудиторию и способность формировать у общественных масс практически любые представления и установки, благодаря интерактивности (взаимодействию) пользователей сети.

7. Коннективность (связность) новых медиа, – это способность в рамках виртуальных сообществ и систем поддержки социальных сетей объединять людей и с их помощью организовывать резонансные мероприятия. Особенно широким стало понимание и применение социумом виртуальной коннективности, в результате событий связанных с пандемией 2020 года.

Перенасыщение информационной сферы контентом требует от СМИ новых навыков и инструментов для управления новостями и мнениями [15. С. 26-27].

Отмеченные особенности новых медиа четко прослеживаются в различных кейсах, связанных с российской молодежью и показывающих степень их влияния на формирование их общественно-политических ценностей.

Как только было замечено политическими аналитиками, что молодежь с телевидения переключилась на YouTube после ряда скандальных и резонансных видео, вызвавших бурные протесты и усиливших не только протестные настроения, но еще и политическую активность, государственные политики стали использовать возросшее влияние контента в своих интересах.

Когда начались уличные протесты с 2017 по 2021 годы, наглядно продемонстрировавшие реакцию молодежи, политические силы усилили борьбу за завоевание сердец молодежи [22. С. 10-19]. Международная платформа Ютуб, как выяснилось стала мощным рычагом влияния.

В меняющейся современной реальности, молодежи оказавшейся под мощным прессом информационного пространства все сложнее ориентироваться в навязываемых и хитроумных уловках манипуляторов от прессы, жонглирующих пышными эпитетами «яркая индивидуальность», «свобода выбора», и т.д. которые нельзя назвать полностью «отрицательными», но при этом нужно признать, что они не способствуют ни внутри поколенной интеграции, ни диалогу поколений [21. С. 246].

Как молодежи ориентироваться в мешанине лозунговых понятий и не оказаться жертвами опытных «ловцов душ»? Как противостоять натиску информационного океана и отделить правду от лжи? Причем это не единственные вопросы, могущие беспокоить пользователей сети. Общество заинтересовано в получении полноценной качественной и достоверной информации от «свободной СМИ», чтобы сформировать свою гражданскую, либо жизненную позицию. Но при этом чаще получает неполноценную, одностороннюю и даже откровенно лживую информацию, навязываемую посредством субъективного видения недобросовестными и малограмотными авторами не качественных публикаций. Этим не исчерпывается отрицательное воздействие медиа.

Чрезмерное увлечение медиа новостями явно выраженного негативного содержания, пагубно сказывается на психологическом состоянии общества. Ежедневные шквалы отрицательной информации о насилиях, убийствах, смакование жестокости и беспорядков, и кроме всего прочего новости о катаклизмах и прочих зверствах повышают в пользователях сети уровень раздражительности, нервозности, подавляют психику и усиливают тревожное состояние, приводя в итоге к нестабильному обществу.

Такие депрессивные современные СМИ в большей степени гонятся за высокими рейтингами, за счет привлечения внимания массовой аудитории. Для создания «горячей новости» достаточно быстро фабрикуются отдельные слухи, события, факты, нарушаются принципы логики и объективности. Слишком назойливая реклама, либо избыточная политическая пропаганда, чрезмерная агрессия, различные формы насилия, противоречащие этике и морали пошлые видео, искажение реальности, бесконечная трансляция девиантного поведения, отвратительный, исковерканный язык – это всего лишь неполный перечень минусов новых медиа.

Усиленно насаждаемые через новых медиа стереотипы аномальных явлений способствуют деформации сознания. Это нечто вроде психологического насилия, либо давления, промывание мозгов обывателями, получившими доступ к пользованию техническими средствами, учитывая потребность невежественных авторов в публичности и самопрезентации, можно себе представить масштаб и размах их действий. Воинствующие невежды заполонили сеть Интернета сомнительными публикациями и налицо наблюдаемые результаты воздействия подобных опусов.

Общество захлебывается в всемирной паутине ложной манипулятивной информации, популяризации аномального поведения, навязывании ложных стереотипов якобы успеха и достижений, приводящей к росту криминальной составляющей, ненормативной лексики на просторах интернета и аморальному поведению пользователей. В современном мире с помощью социальных сетей, коммуникация с обществом упрощается, формируются новые ценностные установки и позиции людей. Соответственно, необходимо взаимодействие всех субъектов информационной политики, которые будут предоставлять актуальный и достоверный материал [25].

Традиционные СМИ не выдерживают соперничества с быстро распространяющейся манипулятивной информацией, сеющей зло и вредоносные последствия. То безоговорочное доверие, которым пользовалось печатное слово утрачено. В паутине информации легко увязнуть неподготовленным к восприятию пользователями.

Очень большую популярность набирают флешмобы. 22 июня 2023 года в рамках флешмоба «Огненные картины войны» молодежь по всей стране создает патриотические полотна, выкладывая их свечами памяти [1]. Следует подчеркнуть, что столь быстрое распространение акции стало возможным только благодаря мобильности новых медиа. В частности, менее чем за две недели, согласно подсчетам, эта акция получила более 30 000 просмотров и около 6 тыс. комментариев. Именно этот факт демонстрирует высокую роль новых медиа в процессе формирования общественно-политических ценностей молодежи.

Подводя итоги, следует признать, что в современный период новые массмедиа оказывают исключительное влияние на существование и распространение в обществе фундаментальных общественно-политических ценностей у российской молодежи.

Рост активности молодых граждан страны в принятии политических решений в результате влияния новых масс медиа можно считать и позитивным явлением. Но для того, чтобы уверенно заявлять о положительной роли новых медиа и заручиться доверием молодежной аудитории, необходимо посредством институтов политической социализации способствовать установлению гармоничных и надежных отношений.

СМИ способствуют формированию гражданской идентичности и успешной адаптации молодых россиян к общественно-политической среде посредством артикуляции и защиты их интересов. Кроме того, необходимо решить вопрос

о свободе СМИ, формируя коммуникативную компетенцию через медиаобразование и рост медиаграмотности. Пока у молодежной аудитории нет критической составляющей, рассчитывать на позитивные результаты от СМИ не приходится и это единственный путь позитивного решения исследуемых актуальных проблем. Подводя итоги по обсуждаемой весьма актуальной проблеме влияния новых масс медиа на молодежь, стоит признать, что масштаб влияния чрезвычайно высок, суммируя плюсы и минусы влияния следует использовать столь важный инструмент формирования этнической, национальной идентичности, общественно-политических, мировоззренческих, этических, эстетических, идеологических ценностей в качестве воспитывающего и социализирующего факторов, повышая качество информации, улучшая образовательную и профессиональную культуру информаторов на государственном уровне. Как было неоднократно отмечено специалистами и исследователями в информационном мире необходимо повысить мобильность, адаптивность и умение молниеносно ориентироваться в возникающих проблемных ситуациях. Качество создаваемой информации должно расти с качеством ее усвоения. Работа предстоит и с создателями и потребителями информационных потоков. Образовательным учреждениям во всех звеньях образования предстоит повысить планку обучения и активизировать работу по приобщению к утраченным ценностям, (чтению, вдумчивому и глубокому, ценностным нормам), представителям СМИ надлежит включиться в воспитательный процесс и действовать совместно с педагогами и психологами, значительно совершенствуя качество (пусть даже вместе с количеством) выпускаемой продукции. Молодежь современную, обладающую клиповым сознанием, приобретенным в век высоких технологий, уподобившуюся западной молодежи с ее поверхностным и мозаичным восприятием информации, получаемой преимущественно из интернета, вернуть к целительным истокам культуры, истории, этики, эстетики, в особенности к осознанию гражданской и национальной идентичности.

Вывод: новые масс медиа не только мощное средство социализации молодых людей, но еще являются самым эффективным и продуктивным методом формирования правового, политического, идеологического, художественного, эстетического, этического, экономического, нравственного знания молодежи. Вся совокупность ценностных ориентаций и мировоззренческих основ складывается благодаря их воздействию. Поэтому очень важно использовать такой инструмент влияния в качестве воспитывающего и образующего метода для улучшения качества жизни и поведения молодого человека.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Акция «Огненные картины войны» пройдет в Дагестане // Сайт Министерства по делам молодежи РД // <https://minmol.ru/press/52714>.
2. Алаудинов А.А. Цели и задачи России в специальной военной операции на Украине и в гибридной войне с коллективным Западом // Вопросы политологии. 2024. № 5.

3. **Аликберова А.А., Делов Н.С., Григорян Д.К.** Молодежь и патриотизм: влияние в период проведения Специальной военной операции // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2025. № 1.
4. **Афонин А.А.** Трансляционные практики патриотизма в политическом медиапространстве современной России // Вопросы политологии. 2024. № 4.
5. **Байшев К.А.** Государственная политика по сохранению и укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей в современной России // Вопросы политологии. 2024. № 9.
6. **Балуев Д.Г., Каминченко Д.И.** Политическая роль «новых» СМИ в ливийском конфликте // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 2 (1).
7. **Балынская Н.Р., Шкурко Н.С., Кашуба И.В.** Культурные ценности современной российской молодежи // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2025. № 2.
8. **Бронников И.А.** Современные особенности российской Интернет-аудитории как участника политической коммуникации // PolitBook. 2013. № 2.
9. **Булыгин Ф.В.** Традиционные ценности как составляющая политической культуры современной России // Вопросы политологии. 2024. № 8.
10. **Бухарин С.Н.** Методы и технологии информационных войн / С.Н. Бухарин, В.В. Цыганов. М.: Академический Проект, 2007.
11. **Волков Д.** Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг.: истоки, динамика, результаты. М.: Левада-центр, 2012.
12. **Гаврилюк В.В.** Динамика ценностных ориентаций в период социальных трансформаций / В.В. Гаврилюк, Н.А. Трикоз // Социс. 2014. № 2.
13. **Дадаев З.А.** Специфика воздействия масс-медиа на формирование политического сознания молодежи // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 4.
14. **Двойнева Ю.К., Делов Н.С., Григорян Д.К.** Патриотизм как фактор социальной сплоченности в условиях проведения Специальной военной операции // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 8.
15. **Дешин А.А.** Роль Интернета в современном мире / А.А. Дешин, С.А. Попов, А.А. Чиняков // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2017. № 3 (5).
16. **Игнатов Н.Г., Мотков С.И.** Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1997. № 1.
17. **Итиуридзе Л.А.** Технологии формирования гражданской и политической компетентности населения // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. № 7.
18. **Кабыткина И.Б., Яшкова Т.А.** Механизм социализации личности и его роль в патриотическом воспитании студентов // Вопросы политологии. 2024. № 8.

19. Каминченко Д.И. «Новые» средства массовой информации и социальные медиа как субъект политического процесса. Дисс. кандидата политических наук. Н. Новгород, 2015.
20. Леньков Д.А. Использование потенциала институтов гражданского общества современной России при реализации государственной политики по сохранению и укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей // Вопросы политологии. 2024. № 8.
21. Лисовский В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: Учебное пособие / В.Т. Лисовский. СПб.: СПбГУП, 2015.
22. Невская Т.А. СМИ как технологический инструмент и канал формирования и продвижения имиджа политических партий // Социодинамика. 2022. № 10.
23. Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10).
24. Палитай И.С., Девочкина А.С. Стратегии лидерской самореализации молодежи как ресурс общественно-политического развития России // Вопросы политологии. 2024. № 4.
25. Сулейманова Ш.С. Технологии политических манипуляций в медиапространстве // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Том 6. No 1.
26. Титов В.В. Формирование национально-государственной идентичности в современной России: роль регионального фактора // Вопросы политологии. 2024. № 2.
27. Уртаева Э.Б. Формирование нового политического лидера: роль образа, коммуникаций и стратегии в современной политике // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. № 3.
28. Черных А. Мир современных медиа. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007.
29. Черныховская Е.В. Исторический контекст образа подвига и патриотизма в российских учебниках // Вопросы политологии. 2024. № 1.
30. Шилов В.В. Роль Интернета в политической сфере социума. Часть 2 // Власть. 2019. № 1.
31. Bode L., Vraga E.K., Borah P., Shah D.V. A new space for political behaviour: Political social networking and its democratic consequences // Journal of Computer Mediated Communication. 2014. Vol. 19. Issue 3.
32. Socha B., Eber-Schmid B. What is new media // <http://newmedia.org/what-is-new-media.html>.
33. Steinfeld C., Ellison N., Lampe C., Vitak J. Online social network sites and the concept of social capital. In Lee F.L., Leung L., Qiu J.S., and Chu D. (eds.) Frontiers in new media research. New York: Routledge, 2013.

Z.A. DADAEV

Specialist in the Department of Education,
Centralized Islamic religious organization «Muftiate
of the Republic of Dagestan»,
Makhachkala, Russia

THE ROLE OF «NEW» MEDIA IN THE FORMATION OF SOCIO-POLITICAL VALUES OF THE RUSSIAN YOUTH

In this article, the introduction substantiates the relevance of the problem of the influence of new mass media on the formation of socio-political values in the minds of Russian youth. In addition, the introduction outlines the purpose, objectives, hypotheses, and arguments based on various sources of information. In the course of scientific research, a complete and exhaustive description of the new mass media is given, the specific aspects of the media in comparison with traditional ones are revealed, examples are given to prove the arguments expressed, the problem is investigated both from the point of view of modern reality and in the process of its development. The article uses extensive material of scientific articles and statistical information. The method of observation and analysis allowed us to uncover the problem of media influence on young people and show the pros and cons, as well as the scale of the existing influence and its consequences. At the conclusion of the work, conclusions are drawn on the identified problem and promising ways to solve the problem are proposed. New media is one of the most important ways to form the value orientations of young people, which is facilitated by the distinctive features of new media, such as hyperactivity, multimedia, personalization, and the absence of intermediaries between the media and a person. Assessing the role of new media in the socio-political orientations of Russian youth and ways of their formation, based on a wide range of scientific publications, statistical data and Internet materials, the author comes to the conclusion that there are not only positive but also negative aspects that allow us to show the ambiguous nature of this phenomenon in the life of society. This, in turn, requires a differentiated approach based on the information received. Accordingly, representatives of government agencies, public organizations and associations will have to develop a whole range of strategic measures to either prevent or mitigate the negative effects of the influence of new media on Russian youth.

Key words: media, society, politics, values, youth, Russia, spirituality, morality.