

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ ТЫВЫ КАК ОБЪЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

А. В. Седен – аспирант Тывинского государственного университета

Политическая социализация молодежи имеет большое значение в развитии любого общества, в ее процессе молодежь усваивает основные ценности, нормы, навыки политического поведения и в меру возрастных особенностей трансформирует их.

Тыва по сравнению с другими регионами России является молодой республикой, средний возраст населения – 27 лет. Молодежь в возрасте от 14 до 30 лет составляет 32 % от общей численности ее населения (311,5 тыс. человек)¹. И основная доля безработных в Тыве – это молодежь. По данным Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва, за 2007 г с крупных и средних предприятий уволилось 16,5 тыс. человек (24,5 % среднесписочной численности), из них в связи с сокращением – 1,5 тыс. человек (9,1 % всех выбывших). А 2008 г, на конец марта, стояли на учете как ищущие работу 11,8 тыс. человек, что составило 87,9 % к уровню того же периода 2007 г. Численность безработных граждан на конец марта 2008 г – 10,7 тыс., доля молодежи среди них составляет 35,8 %². Это сотни здоровых людей, которые не могут честным трудом заработать на жизнь. Социально активная личность невозможна без участия в трудовой деятельности, для молодой личности активный и честный труд особенно важен. Учащиеся и студенты, выпускники ССУЗов и ВУЗов не способны выдержать конкуренцию из-за отсутствия опыта работы или специальности. Большинство молодежи не обладает информацией о состоянии рынка труда, поэтому наиболее доступными для

молодых людей становятся рабочие места в сфере нерегулируемой занятости, значительная часть которой приходится на негосударственный сектор. Более того, с ломкой советской системы само понятие «труд» подменено понятием «заработок», на первый план выходит вопрос не труда в его общественном понимании, а заработка, и за этим теряется значимость квалификации.

Кризис ценностей, растущее нежелание молодежи включаться в сферу материального производства, снижение уровня ориентации учащихся на профессии, связанные с материальным производством, увеличение доли тех, кто не учится и не работает, обуславливают противоречивые тенденции в сознании и поведении молодежи.

Столь же важный элемент социализации молодого человека – общественно-политическая активность, представляющая собой обоюдный процесс – самого молодого человека, проявляющего политическую активность, и общественных институтов общества. Для сравнения можно вспомнить советское время, когда действовали многочисленные общественные формирования, которые втягивали молодого человека в управление производством. К сожалению, сейчас это понятие вообще утрачено. Комсомол, профсоюзы и другие организации имели возможность вовлечения своих членов в общественно-политическую жизнь, использовали силу общественного влияния на решение молодежных проблем. В наши дни тоже существуют различные общественные и общественно-политические институты. В Тыве зарегистрировано 14 региональных отделений все-

¹ См.: *Возрастная структура населения* // Итоги Всероссийской переписи населения 2002 года по Республике Тыва. Кызыл, 2003. С. 8.

² См.: *Информация об итогах работы органов службы занятости за 1 квартал 2008 года* : данные Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Республике Тыва. Кызыл, 2008. С. 3.

российских политических партий, 31 профсоюзная организация, 18 объединений по профессиям, 11 творческих, 12 молодежных, 8 правозащитных, 27 спортивных и оборонно-массовых организаций³. На экранах телевизора можно видеть такие молодежные объединения, как движение «Наши» или «Молодая гвардия» при партии «Единая Россия». Но они чаще проявляют свою активность в период избирательных кампаний парламента и президента, поэтому о них редко можно найти позитивную информацию в плане общественно необходимой социализации молодых, чаще встречаются реклама и решение внутрипартийных проблем.

Большое влияние на процесс социализации молодежи оказывают средства массовой информации. Общество заинтересовано в том, чтобы социализация граждан соответствовала его целям, имела позитивное развитие. Это зависит от политического режима: при тоталитаризме и авторитаризме социализация строго регламентирована и полностью подчинена установкам государства, при демократии социализация многоаспектна. В условиях реальной свободы слова, плюрализма идеологии в гражданской и политической социализации населения поистине значительна роль средств массовой информации. Можно говорить о том, что СМИ обладают способностью социализировать граждан, идеологизировать и политизировать их в различном направлении в зависимости от социальной природы СМИ. Вместе с тем политическая социализация личности требует формирования у нее адекватной демократическим условиям политической культуры. Причем роль СМИ и новых информационных технологий в политике, в формировании общественного мнения на постсоветском пространстве ощутимо возрастает. Стали реальностью новейшие информационные, телекоммуникационные технологии и технологии связи. Именно новые технологии привели к бурному распространению глобальных информационных сетей, прежде всего Интернета, открывающего принципиально новые возможности информационного обмена. Их возможности практически не ограничены. Структуры массовой коммуникации стали главными субъектами политической социализации молодежи, но далеко не всегда их политическая направленность соответствует общенациональным интересам. Поэтому их влияние на сознание молодежи во многом оказывается негативным. В результате среди молодежи усилились тенденции развития непатриотического, потребительского и негражданского отношения к обществу, проявления криминализации и аг-

рессивности. В связи с этим актуальной становится проблема повышения эффективности государственного информационного воздействия на политическую социализацию молодежи. Трудно дать однозначную оценку глобальности роли информационных технологий в процессе социализации личности и формирования ценностных ориентаций, ясно лишь одно, что средства массовой информации и коммуникации несут в себе и позитивную, и деструктивную составляющую.

В оценке этого достаточно интересны результаты опросов студентов выпускных курсов Тывинского государственного университета, проведенного автором в 2007–2008 гг. Из 200 участников опроса 65 % респондентов считают, что публикации СМИ вызывают ощущение страха и незащищенности, 55 % – злость и агрессию, 45 % побуждают к насилию, 70 % проповедуют разврат и проституцию.

В настоящее время на территории Республики Тыва зарегистрировано 31 средство массовой информации, в том числе 23 газеты (тиражом 59 тыс. экз.), 2 журнала (5,5 тыс. экз.), 3 телерадиокомпании и 3 радиостанции. В числе указанных СМИ – 6 республиканских государственных газет, 11 районных и 6 городских газет, 2 литературно-художественных журнала, 1 государственная телерадиоорганизация (Государственная телерадиокомпания «Тыва»), остальные – негосударственные и ведомственные СМИ⁴.

На национальном языке выходят общественно-политические государственные республиканские газеты, литературно-художественные и детские журналы, вещают радио и телевидение. На начало 2008 г. общий тираж газет и журналов республики увеличился до 75 тыс. экземпляров. Охват территории Тывы сигналами телевидения первого канала и канала «России» достиг 98 %⁵.

Тывинское книжное издательство на тывинском и русском языках ежегодно издает более 25 наименований художественной, научной, учебно-методической и другой литературы. За 2008 г. выпущено 27 наименований литературы, активно осваивался FM-диапазон для вещания радиопрограмм «Маяк», «Радио России», «Юность». Сегодня они распространяются в УКВ-диапазоне, но он доступен лишь небольшой части населения республики. Соответственно, и радиопрограммы ГТРК «Тыва», размещаемые в сетке вещания «Радио России», слушают не более 10 % населения Тывы. Служба радиовещания ГТРК готовит информационные и тематические программы общим хронометражем около трех часов в

³ См.: *Текущий архив контрольно-регистрационных дел Управления Федеральной регистрационной службы по Республике Тыва. Список общественных объединений, зарегистрированных в Республике Тыва по состоянию на 27.09.2007.* Кызыл, 2007. С. 1.

⁴ См.: *Доклад Председателя Правительства Республики Тыва Кара-оола Ш. В. о результатах за 2007 год и основных направлениях деятельности до 2010 года.* Кызыл, 2008. С. 36.

⁵ См.: *Программа экономического и социального развития Республики Тыва на период до 2010 года.* Одобрена постановлением Правительства Республики Тыва от 20 марта 2007 г. № 379. С. 100.

сутки. К настоящему времени информационная отрасль превратилась в мощный политический инструмент, важный сектор экономики и рынка, но лишь отчасти стала фактором развития гражданского общества, без которого создание провозглашенного Конституцией России демократического и социального государства невозможно. Государственная поддержка СМИ постепенно трансформируется в постоянную и разностороннюю программу. Начиная с 1999 г. становится актуальной задача усиления роли СМИ для укрепления идеи государственности, «выстраивания вертикали власти», в том числе в регионах.

Согласно результатам проведенного нами опроса, 72,6 % студенческой молодежи получают информацию о событиях в стране, мире из средств массовой информации, 22,8 % – от друзей, родственников, знакомых. Полученные данные доказывают тот факт, что определяющую роль в формировании информационного пространства молодежи играют средства массовой информации, выполняя тем самым свои главные функции: информационную (предоставление сведений по различным сферам деятельности), регулятивную (формирование общественного сознания, общественного мнения, создание социальных стереотипов, манипулирование, социальный контроль) и культурологическую (ознакомление с достижениями человечества, сохранение культурной традиции, межкультурные взаимодействия, консолидация общества).

Большинство участников исследования (45,8 %) склоняются к мнению, что средства массовой информации – это «глаза и уши народа», 17,5 % определяют СМИ как «четвертую власть» и лишь 8,3 % – как «средства для отдыха».

38 % молодых людей, принявших участие в опросе, склоняются к мнению, что влияние средств массовой информации на сознание молодежи достаточно сильное, 28,1 % – нейтральное, 15,6 % – слабое.

Наиболее популярный у молодежи вид СМИ – Интернет, его предпочитают 64,7 % респондентов, на втором месте по популярности – телевидение (41,1 %), из числа опрошенных 35 % предпочитают печатные СМИ, газеты и журналы. В молодежной среде особо популярны такие рубрики, как «Новости» (59,5 %), «Криминальные новости» (44,7 %), передачи «О жизни известных людей» (29,6 %), научно-популярные передачи (27,3 %). Менее популярны – реалити-шоу (26,1 %), спортивные новости (23,4 %), ток-шоу (16,2 %), события культуры (10,1 %). Меньшая популярность этих рубрик связана, прежде всего, со спецификой их аудитории, так, спортивные новости чаще предпочитают юноши, а реалити-шоу больше интересны девушкам.

Чаще всего молодые люди пользуются Интернетом с целью поиска полезной информации (31,4 %), 28,7 % используют Интернет для учебы, 17,5 % – для развлечения, 12,9 % – для общения, 9,6 % – для работы.

На основе изложенного можно сделать следующие

выводы: основным источником информации о событиях, происходящих в республике, стране, мире, для молодежи являются средства массовой информации. Между тем только 17,4 % опрошенных знают молодежные средства массовой информации, что говорит о том, что молодежи нужны специальные СМИ. Большое распространение в молодежной среде получил такой источник информации, как Интернет.

Разрабатывая государственную информационную политику по отношению к политической социализации молодежи, важно использовать информационные технологии в соответствии с концепцией государственной молодежной политики, ибо молодежная политика часто осуществляется не столько обоснованными, сколько наиболее доступными средствами, в то время как в информационной политике вопросы воспитания подрастающего поколения вообще отодвигаются на периферию.

Подход государственных структур, концептуальные основы деятельности органов власти в отношении политической социализации отражены в нормативно-правовых актах, прежде всего, в Конституции Российской Федерации и Конституции Республики Тыва, Доктрине информационной безопасности и др. Выявляются слабая законодательная база идеологии политического воспитания молодежи, отсутствие единого ответственного органа, реализующего интересы государства в процессе политической социализации. Государство законодательно определяет гражданское общество (в которое по определению входят такие структуры, как семья, церковь, неформальное окружение и СМИ) как основной институт социализации, отводит себе роль технического обеспечения конституционных прав. Однако имеющееся законодательство исполняется не в полной мере. Управление государственной информационной политикой в сфере политической социализации полностью децентрализовано как по вертикали, так и по горизонтали.

В результате все усилия государства по политическому воспитанию молодежи сводятся к разовым, бессистемным действиям. И происходит это на фоне активного и мощного манипулятивного потока со стороны коммерческих средств массовой информации, пропагандирующих потребительские ценности, насилие, чуждые как российской, так и тывинской национальной культуре. Такие важнейшие составляющие механизма преемственности, как образование и воспитание, за годы «демократии» оказались заметно потеснены в системе социализации молодежи институтами и ценностями массового общества.

В условиях практически неограниченной свободы слова, политической ангажированности телевидения и большинства газет, отсутствия плюралистической молодежной прессы молодые люди получают одностороннюю, искаженную информацию и становятся жертвами манипулирования их сознанием. Являясь активными потребителями информации

масс-медиа, молодые люди не всегда понимают скрытый смысл сообщений, мотивы и механизмы их создания, сознание молодежи оказывается незащищенным от недобросовестного воздействия. Результаты нашего опроса среди студенческой молодежи показывают, что учебные заведения дают несистематизированные базовые понятия о политике в общественных, политологических курсах. Молодежь не обучают навыкам критического восприятия потока информации со стороны СМИ. К тому же практика политической, общественной деятельности, отражение политических событий в СМИ не подтверждают декларируемые государством ценности. Поэтому трудно признать эффективной деятельность современных республиканских СМИ в области политического воспитания молодежи. Да и органы по работе с молодежью недостаточно широко используют технологии информационного воздействия в реализации молодежной политики. Отсюда и разный уровень состояния политического сознания молодежи как результат политической социализации в ходе информационного процесса. Если студенческая молодежь выпускных курсов университета в целом адекватна общему направлению и характеру происходящих в стране и республике перемен и для них характерны позитивные тенденции, то этого нельзя сказать о неработающей молодежи. Зачастую она не осознает своих интересов, и процесс формирования ее мировоззрения носит крайне противоречивый и деструктивный характер. Ей соответствуют такие черты, как потребительское отношение к государству и обществу, эгоцентризм доминирующих ценностей.

Современная обучающаяся молодежь Тывы характеризуется высокими показателями политической информированности (она в курсе событий политической жизни страны, знает основных государственных деятелей и политиков, функции различных органов власти, внимательно следит за проводящимися реформами), средним уровнем активности (довольно высокая электоральная, эпизодически высокая протестная, довольно низкая партийная), а также очень слабо развитой компетентностью – умением оценить ситуацию, соотнести свои интересы с предложениями и личными достоинствами кандидатов и платформой партий.

Можно обозначить следующие направления повышения эффективности информационной политики в области социализации молодежи. Первая и самая главная проблема – отсутствие четко сформулированной государственной идеи, долговременной концепции развития Республики Тыва. Неясными остаются государственные стратегические цели по отношению к информационному обществу. Слабо разработано информационное направление государственной молодежной политики.

Необходимо создание координационного органа при Правительстве Республики Тыва, определяющего основные направления работы в системе политичес-

кой социализации молодежи. Он должен включать руководителей органов исполнительной и законодательной власти по печати и информации, делам молодежи, образованию, культуре, связям с общественностью. Для государственных органов по культуре и массовым коммуникациям можно рекомендовать корректировку законодательства в области средств массовой информации для молодежи, постоянный контроль деятельности всех СМИ на ее соответствие существующим правовым нормам, увеличение численности познавательных передач для молодежи на телевидении, более широкое использование возможностей Интернета для политического воспитания молодежи.

Государственным органам по делам молодежи необходимо наладить более эффективный контакт со службами по связям с общественностью и средствами массовой информации, проводить мониторинг состояния молодежи, динамики ее интересов, в особенности – ее политических ориентаций, уровня политической активности, и доводить полученные данные до средств массовой информации, органов образования, служб по связям с общественностью; организовывать крупные столы, семинары для журналистов, курирующих молодежную тематику. Они должны быть ориентированы на повышение уровня знаний о молодежи, об особенностях работы с ней, на содействие обмену опытом, координации деятельности.

В вузах для студентов, получающих профессию педагога, ввести спецкурс «информационная политика»; в школах обучать в рамках существующих дисциплин навыкам работы с информацией, поступающей по каналам массовой коммуникации; а также систематизировать общественно-научное, политическое и гражданское образование и воспитательный процесс (деятельность школьных, студенческих самоуправляемых организаций).

Таким образом, на политическую социализацию, формирование политического сознания, политической культуры молодого поколения оказывают существенное влияние средства массовой информации и коммуникации. Информация в современном обществе становится основной ценностью, товаром, атрибутом власти и политической жизни, она существенно может влиять на человека. Тем самым СМИ могут способствовать как интеграции общества, так и его дезорганизации. Поэтому происходящее на современном этапе усложнение социализации требует координации и объединения возможностей семьи, школы, вуза, организаций и союзов, средств массовой коммуникации. Все они вместе и каждый из них в отдельности должны работать на позитивную социализацию молодежи. Результаты исследования по изучению современных СМИ в Тыве, их роли и соответствия интересам общества по повышению общественно-политической активности молодежи могут служить основой для работы специалистов среди молодежи в формировании ценностных ориентаций в условиях социально-экономических преобразований.