

Введенская Ольга Вячеславовна

Vvedenskaya Olga Vyacheslavovna

аспирант факультета журналистики
Санкт-Петербургского государственного университетаPhD student, Journalism Department,
Saint Petersburg State University**ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ ПОКОЛЕНИЙ
В РОССИЙСКИХ СМИ****POLITICAL GENERATION DIALOGUE
IN RUSSIAN MEDIA****Аннотация:**

В статье рассматривается политический диалог поколений с участием СМИ как средство достижения общих целей, направленных на поиск путей развития государства, национальной идеологии, трансляции политических ценностей. Понятие «идеология» размыто. В обществе – ценностный вакуум, у молодого поколения до сих пор прослеживается кризис идентичности. Средства массовой информации пытаются предложить аудитории тот или иной образ жизни, ценностные установки, задать новые идеалы и приоритеты, способы эффективного разрешения проблем. Однако одни идеологии могут оказаться формальными, а другие – все утопическими. Возникают вопросы: как не заблудиться в разрозненном социокультурном пространстве, понять, чего не хватает современному обществу, и как правильно преподнести и разрешить политические и социальные противоречия в СМИ.

Ключевые слова:

политический диалог поколений, конфликт, ответственность, СМИ, политические ценности.

Summary:

The study discusses the political generation dialogue involving mass media as a way to achieve common goals aimed at finding development paths of state, national ideology, and political values transmission. The concept of ideology is vague. There is a values gap in society; the identity crisis is still typical for the younger generation. The media tries to offer the audience a way of life, values, define new ideals and priorities, effective solutions. However, some ideologies may be formal, while others are utopian. This raises the questions of how not to get lost in a diverse social and cultural space; what the modern society needs; how to properly present and resolve political and social disagreements in media.

Keywords:

political generation dialogue, conflict, continuity, media, political values.

Поколения в современной России

СМИ во многом определяют коммуникативные отношения разных сторон политического процесса. В нашем случае сторонами являются политические поколения. Они обмениваются информацией через открытые каналы СМИ. Таким образом налаживается диалог. С социологической точки зрения поколение – это «складывающаяся в силу объективных социально-демографических и культурно-исторических условий общность современников, имеющих типичные социально-психологические, идейно-нравственные и этнокультурные характеристики, сходные культурные ценности, социальный опыт и образ жизни» [1]. Американский исследователь В. Майер подразумевает под поколением «группу людей, чьи мнения отличаются от мнений их родителей, бабушек и дедушек, которые формировались в иных условиях. При этом главными агентами политической социализации выступают семья, школа, группа сверстников и средства массовой информации» [2].

При определении критерия периодизации поколений мы отталкиваемся от теории А.В. Селезневой. Она рассматривает отношение разных поколений к политическим ценностям. Политическое поколение – «общность людей определенного возраста, имеющих сходные представления о политике и власти, сформированные в процессе первичной политической социализации под влиянием историко-политического и социокультурного контекста его российского протекания; структурными элементами поколенческого сознания когорты являются присущие ей политические представления и ценности» [3]. А.В. Селезнева выделяет пять поколений современного российского общества: «путинское поколение» (15–18 лет), постсоветское поколение (18–30), поколение застоя (30–45), поколение хрущевской оттепели (45–60), военное и послевоенное поколение (старше 60 лет). Ценностные ориентации, проблемы, мировоззрение каждого из них находят отражение в СМИ.

Средства массовой информации в свою очередь весьма разнородны. Существует множество критериев и способов их дифференциации. Идеология неотделима от общества. Она проявляет себя практически во всех сферах социальной жизни. В данной статье критерием выступает их идеологическая направленность. По мнению социолога А.Р. Тузикова, «значительный интерес представляет изучение идеологии в контексте современной "постиндустриальной эпохи", эпохи массмедиа и глобализации» [4]. В перестройку в обществе произошли большие социально-политические изменения, оказавшие влияние на общественное сознание в целом. Они спровоцировали «ценностный конфликт» и «ценностный вакуум». У жителей России имел

место кризис идентичности. Общество раскололось на различные социокультурные пространства. В таких условиях до сих пор можно услышать призывы к поиску национальной идеи и объединяющей национальной идеологии новой России.

Изначально понятие «идеология» было реабилитировано Б.Н. Ельциным. В послании Федеральному собранию РФ он озвучил желательность поиска «национальной идеи для новой России» [5]. Туда вкладывались разные понятия – от патриотизма, соборности, державности до свободы, демократии и прав человека. Все это положило начало обсуждению данной проблематики в СМИ. Теоретическое изучение идеологической проблематики до конца не доведено. Мы рассматриваем идеологию в рамках общего социологического анализа идеологических процессов. Под последним мы понимаем процесс функционирования идеологии как особой формы духовной деятельности в разных сферах общественной жизни. Можно выделить две основные составляющие идеологического процесса – разработку идеологических доктрин и их практическую реализацию. При этом первое предполагает умственное осмысление бытия, их перевод на уровень понятийно-категориального мышления.

Мы рассматривали монархическое, коммунистическое и проправительственное издания, а также анализировали взаимодействие между разными политическими поколениями и специфику трансляции политических ценностей в контексте политического диалога поколений на примере изданий различной идеологической направленности. При этом следует учесть, что коммунистическая и монархическая идеологии являются таковыми с точки зрения их непосредственных последователей. Люди извне могут думать, что это скорее утопии. Данные идеологии «трансцендентны бытию», «нереальны», поскольку их идеи несостоятельны в условиях современного общественного порядка, вряд ли их удастся осуществить в ближайшем будущем. Люди, которые находятся и мыслят в рамках подобных идеологий, сосредоточены на их идеях, действуют по определенным мотивам. Для них идеология может быть основана на «искренней вере». Правительственная идеология отражает точку зрения, интересы правительства и его действия на данный момент. Ее можно назвать формальной.

В нашей статье акцент делается на трансляции политических ценностей в трех идеологических изданиях, а именно «Российской газете», «Газете коммунистической» и газете «Монархист», которые олицетворяют три временные эпохи – нынешнюю, советскую и дореволюционную, а также газете «Аргументы недели». Она является независимым изданием, не привязанным ни к какой определенной позиции.

«Российская газета» – проправительственное издание, как нам представляется, оно отвечает идеологии консервативного либерализма. Журналисты ориентируются на политику государственной власти, российский опыт, освещают разные проправительственные мероприятия. В то же время в поле их интересов находятся массовые ценности и государственные преобразования. «Газета коммунистическая» – коммунистическое издание фундаменталистского толка. В нем критикуются социалистические объединения, прослеживаются призывы к построению коммунизма. Приверженцы данной идеологии считают, что необходимо в обозримом будущем построить коммунистическое общество. Газета «Монархист» отвечает национал-патриотической идеологии. Ее авторы выступают за возрождение российских ценностей, традиций. Для них важнейшей ценностью является культурная самобытность нашего государства. Монархисты ратуют за восстановление монархии в стране.

Запрос на политический диалог поколений в СМИ

В условиях идеологической дезориентации современного общества остро ощущается потребность в организации диалога поколений, под которым мы понимаем их взаимодействие. На поколенческом уровне могут базироваться поиски ценностных ориентиров. В частности, в данной статье речь идет о поиске основ государственной идеологии и отношении к политическим ценностям. Политический диалог может приобретать различные формы, включая полемику и дискуссию. Представляется важным понять, в какой мере и с какими результатами в этом процессе сегодня задействованы медийные ресурсы, обладающие широкими информационными, коммуникативными и организационными возможностями.

Современное российское общество дифференцировано по демографическому и политическому признакам. Оно нуждается в формировании диалоговой традиции взаимоотношений. Наша культура обладает высоким интегративным потенциалом. Однако для средств массовой информации характерен кризис межпоколенческого взаимодействия. Он характеризуется тем, что на телевидении практически отсутствуют специальные передачи, посвященные политическому диалогу поколений, в прессе мало поднимаются проблемы молодого поколения, недостаточное внимание уделяется положительным примерам, образам его героев.

По мнению кандидата социологических наук Р.Х. Салахутдиновой, «советская молодежь верила в статус держателей власти, а для современной молодежи не существует понятий "статус руководителя", "статус руководства". СМИ позволяют себе негативные высказывания ради погони

за читателями. Отношение к власти формируется прежде всего СМИ и материалами из интернета. Его также создает среда, где происходит социализация молодого поколения. В то же время современная власть во многом способствует негативному отношению к ней. Тем не менее, когда молодежь высказывает критическую позицию по поводу власти, не нужно ее обвинять в неполитичности, наоборот, это свидетельствует о том, что ей небезразлично будущее России». Р.Х. Салахутдинова критически замечает, что «на телевидении круглый год транслируются одни и те же передачи. В свою очередь у представителей молодого поколения редко берут интервью. Соответственно, информация в полной мере не доходит до адресата и начинает отторгаться» [6].

Политолог, аналитик СМИ М.З. Хомин напрямую говорит о ценностных различиях между поколениями. «Дихотомия прослеживается в отношении к советскому прошлому, установке "коллективизм – индивидуализм". Для людей старшего поколения характерны коллективистские установки. Двадцатилетняя молодежь в принципе не понимает, для чего нужен коллективизм, они, скорее, следуют модели "каждый сам за себя", что чуждо старшему поколению. Двадцатилетние рассматривают для себя возможность уехать за границу, чтобы там работать» [7]. Отсюда следует, что при наличии в обществе глубоких межпоколенческих противоречий СМИ должны обеспечивать эффективный обмен мнениями, учитывать разные позиции.

Преемственность и конфликт поколений

Политический диалог поколений может принимать крайние формы (полюсы), а именно – преобразовываться в конфликт или преемственность. Конфликт поколений – «это процесс возникновения, появления, столкновения и разрешения противоречий как между представителями одного поколения (внутрипоколенный конфликт), так и между представителями разных поколений (межпоколенный конфликт). Конфликтные взаимодействия между поколениями выступают фактором разрушения или укрепления социальных связей» [8]. Поскольку в нашем случае речь идет о трансляции политических ценностей, то конфликт мы рассматриваем в контексте политического диалога поколений.

В постсоветское время разные аспекты данной проблематики исследовали такие ученые, как В.И. Чупрунов, Г.Г. Феоктистова, Т.А. Трофимова, В.Т. Лисовский. Они отмечают, что объективной основой конфликта поколений является нестабильность общества, а субъективной – утрата идейно-нравственных ориентиров, недостатки школьного и семейного воспитания [9]. По мнению И.М. Ильинского, в современном социуме присутствуют не столько конфликт, сколько разрыв поколений, исторического развития, переход общества на новую общественно-историческую платформу [10]. Ценности старшего поколения в глазах молодежи зачастую уже не имеют никакого смысла в практическом плане. Кроме того, поскольку молодежь нередко негативно отзывалась о существующей власти, современные ценности (равные возможности, свобода, демократия, рынок) уже не воспринимаются серьезно. В сознании молодых людей наступил духовный вакуум.

Конфликт поколений может принимать форму явного противоречия или протекать скрыто (латентно), может происходить на макроуровне (столкновение идеологий) и микроуровне (неприятие субкультурных ценностей). Негативное влияние на межпоколенные конфликты оказывают такие проблемы, как социальное неравенство, безработица, конкуренция. Они могут возникать из-за несовпадающих интересов, субкультурных ценностей, предпочтений, установок, противоположных идейно-политических взглядов, психофизиологических различий. Как правило, конфликты наблюдаются между поколениями переходного возраста (молодежь – взрослыми) и поколениями переходно-исторического периода (застоя – перестройки). Ослаблению напряженности могут способствовать эффективный диалог поколений и в конечном счете достижение ими консенсуса.

Обострение противоречий между поколениями наиболее отчетливо проявляется с 1991 г. В это время началась эпоха непрекращающейся избирательной лихорадки. СМИ отчасти способствовали закреплению у своих потребителей отрицательных стереотипов в отношении ряда политических проблем, объектов и субъектов политической деятельности. Многие журналисты стали искать негативные сенсации, так как они обладают большой коммерческой привлекательностью. В связи с этим у значительной части избирателей складывается недоверие к СМИ [11].

Р.Х. Салахутдинова считает конфликт поколений мифологизацией, так как в 1990-е гг. информационное пространство было заполнено антиценностями, что в свою очередь привело к ценностному конфликту. Однако сейчас молодежь адаптировалась к той реальности, в которой живет. В целом молодое поколение оценивает окружающую действительность сквозь призму негатива сегодняшнего дня, недостижимости позиций, которых достигли их родители, бабушки и дедушки собственным трудом в СССР. Произошла переоценка с точки зрения систем и качеств общества, в позитивном плане изменилось отношение к старшим, возросло уважение к ним. Пришло осознание значимости труда старшего поколения. Молодые люди зачастую не имеют социального лифта, адекватного желанием, потребностям и образованию. Это связано с отсутствием

качественной молодежной и кадровой политики. По мнению Р.Х. Салахутдиновой, конфликт выражается в молчаливом протестном поведении. Она отмечает, что «молодежная политика только формальная, формально представляет документ социальной защиты. В самом государстве должна существовать объективная кадровая политика для людей любого возраста. Она должна обеспечивать механизм социального роста. Поэтому человек, получив высшее образование, должен быть адекватно трудоустроен, чтобы у него были полноценный статус в обществе и возможность достойно жить и продолжать образование. Когда этого нет, тогда и старшее поколение обвиняется. Кроме того, обвиняются конкретные социальные группы, чье предназначение – заниматься данными вопросами. Пока эффективной молодежной политики не будет, негативное отношение в обществе сохранится» [12].

Другой полюс межпоколенческого диалога – преемственность. Преемственность поколений – «процесс взаимной передачи, усвоения, сохранения и использования материальных и духовных ценностей, социальной информации и опыта предшествующих и сосуществующих поколений» [3]. В условиях современного общества, включая российскую действительность, преобладает культура, которая ориентирована на будущее. Взрослые могут учиться у детей. Решающее значение приобретает духовный потенциал молодого поколения [13]. Однако, если рассматривать преемственность в рамках политических идеологий (демократической, коммунистической, монархической и др.), целесообразно говорить о преемственности политических ценностей от старших поколений к младшим. Пропаганда политических ценностей впоследствии находит воплощение в разных формах молодежной активности – участии в политических партиях, движениях.

Специфика трансляции политических ценностей в контексте политического диалога поколений

В ходе анализа указанных изданий мы выяснили, что количество публикаций, посвященных диалогу поколений, неодинаково. Из «Российской газеты» отобраны 3 материала, «Газеты коммунистической» – 10, газеты «Монархист» – 6 публикаций. Особый интерес для нашего исследования представили базовые политические ценности: политическая свобода и ответственность, справедливость, безопасность, патриотизм, мир и сотрудничество. Также объектом нашего внимания стало освещение форм политической активности – участия представителей младшего и старшего поколений в политических форумах, конференциях, митингах и других актах гражданского волеизъявления. Условно говоря, под младшим поколением мы понимаем поколение молодых людей, которые проходили политическую социализацию в постперестроечный период, так называемое «поколение нулевых». Под старшим поколением подразумеваем тех людей, которые проходили политическую социализацию в эпоху Сталина, Хрущева, Брежнева, Андропова, Черненко и сейчас активно участвуют в решении политических задач государства и общества.

В подвергнутых анализу материалах «Российской газеты» затрагиваются все перечисленные политические ценности, причем некоторые из них прямо упоминаются в тексте.

Публикации «Газеты коммунистической» носят пропагандистский характер, некоторые из них можно рассматривать в русле конфликта поколений. Активно критикуются либеральная идеология, фашизм, анархизм, так называемые «красно-коричневые» (коммунистические националисты) и социализм. Говорится, что они не имеют ничего общего с настоящим коммунизмом. Негативно оценивается идейная платформа современного государства, но в то же время подчеркивается, что представители левого движения (коммунисты) могут стать отличным подспорьем нынешней власти, поскольку у нее мало качественных «левых» решений. Кроме того, широко прослеживаются ценности справедливости и безопасности. По мнению сторонников той идеологии, которую продвигает данная газета, построение коммунизма сможет обезопасить общество от отрицательных влияний и социальных проблем и обеспечить равенство возможностей.

В православно-монархическом издании «Монархист» также широко прослеживается пропаганда ценности патриотизма. В отличие от коммунистического издания здесь делается упор на традицию царской России. Присутствует критика социалистического строя. Акцентируется важность восстановления правления династии рода Романовых в лице главы Российского императорского дома Романовых Марии Владимировны Романовой и ее сына цесаревича Георгия Романова. Упоминается участие представителей монархического движения в разных круглых столах и встречах, направленных на пропаганду монархизма. С идеей восстановления монархии тесно связана ценность справедливости. Большую роль играют семейные связи, передача политических, моральных и духовных ценностей от старших к младшим. Призывы к активным радикальным действиям на страницах газеты отсутствуют. В интервью цесаревич Георгий прямо ссылается на высказывание Николая II о том, что зло нельзя победить злом. Кроме того, в газете широко поддерживается мнение, что восстановление монархии может обеспечить безопасность общества.

В независимом социально-аналитическом издании «Аргументы недели», которое мы взяли для сравнения, представлены материалы в жанре интервью (беседы молодых журналистов с

ветеранами). Речь не идет преимущественно о политике. Публикации в основном посвящены вопросам патриотизма. Ветераны делятся с молодежью воспоминаниями, впечатлениями о днях Великой Отечественной войны. Данные публикации создавались в рамках специального проекта по написанию книги о героях того времени. По мнению одного из авторов, А. Маркина, каждый должен внести лепту в общее дело памяти о войне. Суть проекта заключается в том, чтобы донести до читателей мысли, чувства, воспоминания участников тех событий, у каждого из которых собственная неповторимая судьба. Во всех статьях прослеживается трансляция ценностей патриотизма, сотрудничества, справедливости из уст героев Великой Отечественной войны.

Целевая аудитория состоит из представителей старшего и младшего поколений. В каждом издании со своей точки зрения рассматривается важность трансляции тех или иных политических ценностей. Патриотизм – актуальный вопрос для сотрудников выбранных СМИ. В каждой газете прослеживается пропаганда ценностей, соответствующих ее идеологии. Помимо этого политические ценности неоднозначно интерпретируются во всех изданиях.

Теоретико-концептуальные основы освещения политического диалога в СМИ

СМИ выступают важнейшим фактором социализации. Безусловно, они позволяют расширить кругозор, повышают профессиональный уровень (специализированные издания, идеологические издания как своеобразное пособие). Кроме того, они помогают ориентироваться в социуме, отвечают потребности самореализации личности. Например, благодаря участию зрителей в телевизионных передачах, отправлению писем в редакции люди иногда находят единомышленников. Однако специальные рубрики в печатных изданиях, телевизионных передачах, посвященные политическому диалогу поколений, практически отсутствуют. Мало анализируются вопросы молодежной политики, образования, ценностных ориентаций, стремлений, целей, потребностей, интересов поколений в поле их взаимодействия. Объектом внимания центрального телевидения постоянно становятся глобальные события – вооруженные конфликты, экстремальные ситуации, проблемы в большой политике. Как правило, мнение молодежи не затрагивается. Если молодых людей и приглашают к участию в политических передачах, то они сидят в «масковке». Как нам представляется, их точкой зрения интересуются недостаточно. Криминальной хронике отводится одно из ведущих мест в тематике современных СМИ, по доле времени – вторая позиция после рекламы [14].

Эксперт М.З. Хомин отмечает, что «непреренно нужно освещать научные открытия, победы на студенческих олимпиадах, интеллектуальные игры. Должны быть конструктивные поводы для освещения патриотизма в печатных СМИ. Можно освещать проекты, связанные с наследием СССР, инфраструктурные проекты. Нужно освещать деятельность молодежных общественно-политических объединений. Что касается трансляции военной тематики, империализма и ксенофобии, то это тоже вариант мобилизации патриотизма. Здесь важно ответить на вопрос, для чего СМИ должны поднимать данные темы: чтобы снизить количество молодых добровольцев, участвующих в вооруженных конфликтах, или чтобы снизить возможность утечки мозгов» [15].

Эксперт Р.Х. Салахутдинова констатирует, что «от 25-летнего молодого человека требуют ответственного зрелого поведения, соответствующего общепринятым нормам морали. Поэтому задача СМИ – давать такую информацию, которая бы формировала личность человека. На телевидении сегодня потеряно понятие нравственности. Молодежь адаптируется к насилию, аморальному безнравственному поведению во многом за счет материалов СМИ. Понятия "профессиональная этика", "профессиональная нравственность" просто забыты в журналистике. Нужно разработать концепцию личности человека на государственном уровне. Соответственно, молодежную и поколенческую тематику должны освещать государственные каналы, на которых нужно ограничить рекламу. СМИ формирует определенный тип человека. Современное телевизионное информационное пространство ориентируется в основном на люмпенов. Оно сформировало люмпенизированную категорию, уровень сознания и мировоззрения. Отсюда второй аспект, пора вырастить журналистам и приобрести другой качественный интеллектуальный, профессиональный и мировоззренческий уровень. Необходимо повысить уровень в методике работы журналистов. Государственные СМИ должны предоставлять информацию, альтернативную той, которая ими обычно освещается. Разные экстремисты появляются как результат отсутствия альтернативной информации, альтернативной социальной среды» [16].

Кандидат исторических наук, преподаватель факультета международных отношений СПбГУ Д.А. Руцин считает, что «при освещении патриотической тематики полезно опираться на традиции времен Великой Отечественной войны. В то же время вредно их эксплуатировать. Надо поддерживать патриотизм каждодневной работой властей и народа. Люди должны видеть, что действительно происходят изменения к лучшему в нашей жизни, что можно гордиться своей страной, ее успехами, не только великим прошлым – Победой в Великой Отечественной войне, полетом Юрия Гагарина в космос, что является общепризнанными вершинами в России. Надо

гордиться текущими успехами, не только спортивными, например Олимпиадой в Сочи, но и улучшением жизни людей, увеличением продолжительности жизни, повышением качества медицинского обслуживания. Если включить перечисленное в повестку дня, то люди будут воспринимать свою страну достаточно позитивно. Другое дело, что народ привык к трудностям – западные санкции, цены на нефть, которые вызвали трудности» [17].

Эксперт отмечает следующий интересный феномен: «Вопреки надеждам западных политиков в период кризиса люди не только не отвернулись от правительства, но, наоборот, сплотились вокруг российского руководства. В трудное время люди даже если и видят какие-то несправедливости, все равно считают, что нужно объединиться вокруг своего руководства». Он проводит параллель с временами Великой Отечественной войны. «И тогда люди сплотились вокруг своего руководства, несмотря на то что многие обиды были связаны с раскулачиванием, репрессией». Также Д.А. Руцин рассматривает вопрос о недостатке специализированных передач о молодежной политике, политическом диалоге поколений на эфирном телевидении. Он полагает, что такие программы существуют, но их недостаточно. «Молодежь волнуют проблемы образования, трудоустройства, жилья. Это те проблемы, с которыми действительно сталкивается молодой человек, вступающий во взрослую жизнь. Государство должно больше помогать молодым семьям. Остро стоит вопрос приобретения жилья. Ипотека для многих недоступна. Для того чтобы получить кредит, нужно иметь стабильные доходы, а у молодых людей обычно таких доходов нет. Поэтому государство должно заниматься социальной политикой, направленной на строительство доступного жилья. Также выделяется проблема социальных лифтов. Молодежь видит, что очень тяжело занять важные позиции в общественной жизни. Нужно мобилизовать работу социальных лифтов через общественные организации. В советское время лифты работали через систему комсомола. Молодые люди активно включались в общественную жизнь – политическую, социальную, экономическую. Тогда тоже были определенные проблемы, но сейчас еще хуже, чем было раньше» [18].

Из ответов экспертов видно, что в кризисных условиях для России старшему поколению необходимо осмыслить проблемы молодежи. СМИ должны активно этому способствовать. Сейчас в средствах массовой информации не прослеживается действенная кадровая политика, на государственном уровне отсутствуют концепция человека, эффективная молодежная политика. Нужно привлекать молодежь к диалогу с властью через печатные и аудиовизуальные СМИ. Безусловно, современная тематика может повлиять на будущее. Сейчас преобладает рыночная модель СМИ. Следовательно, огромное значение для медиасферы имеют реклама, источники финансирования. В условиях конкуренции каждое СМИ борется за читателя, слушателя, зрителя. Аудитория выбирает средство массовой коммуникации, исходя из собственных потребностей и интересов. У каждого поколения существует своя специфика. Отсюда тому или иному каналу либо изданию надо выделять эфирное время или место для соответствующего контента.

Таким образом, мы пришли к выводу, что поколение – это группа людей определенного возраста со схожими ценностями, установками, политическими предпочтениями. Межпоколенческое взаимодействие на идеологическом уровне может базироваться на поиске ценностных ориентиров. По оценкам экспертов, для современной молодежи не существует понятия «статус руководства», однако молодые люди равнодушны к судьбе страны. СМИ довольно редко освещают проблемы молодого поколения. Произошла смена установок, изменилось отношение к прошлому. Сегодня молодежь не имеет социального лифта, социального статуса.

Идеологическая пропаганда медиаресурсов выражается в форме трансляции таких политических ценностей, как справедливость, патриотизм, безопасность и др. Однако в целом внимание СМИ к проблемам молодежи остается незначительным. Как нам представляется, необходимо публиковать обзоры писем читателей, где представлены точки зрения поколений по поводу политических ценностей, идеологии. В городских и федеральных печатных и электронных изданиях должен быть специальный раздел под названием «Диалог поколений» или «Политический диалог поколений», это позволит систематизировать материалы, сделать удобным поиск. Тексты могут быть представлены в разных жанрах – интервью, полемические статьи, беседы, дискуссии. Центральные телеканалы должны выпускать специализированные телепередачи, посвященные политическому диалогу поколений.

Поскольку политический диалог осуществляется в форме дискуссии или острой дискуссии (полемики), то телевизионная программа также наиболее уместна в жанре дискуссии. Для данного жанра возможны несколько вариантов решения. Ведущий (модератор) должен следить за тем, чтобы спор и обмен мыслями, идеями не превращались в хаос, представитель каждого поколения непременно мог высказаться. Поскольку политическую идеологию можно разделить на три уровня – теоретико-концептуальный, программно-политический и актуализированный, а по-

литический диалог поколений – идеологическая передача (по крайней мере, в ней предполагается обсуждение идеологий, поиска общей национальной идеи, пути общественного развития, необходимых для российского общества ценностей), то к ней можно применить аналогичную модель. На теоретико-концептуальном уровне нужно определить проблемы каждого поколения – как общие, так и специфические. Следует уделять внимание конфликту поколений (общему), образованию, молодежной политике, социальным лифтам (специфическим для молодых людей), проблемам трудоустройства, досуга (для старшего поколения). Одним из главных вопросов остается трансляция ценности патриотизма.

В студию также можно приглашать экспертов, представителей государственной власти, для того чтобы участники могли эффективно донести до них информацию. Подобные передачи должны транслироваться на независимых государственных каналах. Для того чтобы окончательно определиться с концепцией телепрограммы, нужно организовать и провести круглый стол с участием политологов, психологов, социологов, специалистов по работе с молодежью, педагогов, журналистов-теоретиков, тележурналистов в целях диалога и конкретизации проблем для дискуссии.

Ссылки:

1. Интервью с канд. социол. наук Р.Х. Салахутдиновой. Документ опубликован не был.
2. Mayer W.G. Political generations and shifts in public opinion // *The Public Perspective*. 1992. July – August. P. 11–14.
3. Селезнева А.В. Политико-психологический анализ политических ценностей российских граждан: политический срез // *Вестник Томского государственного университета*. 2011. № 3 (15). С. 22–33.
4. Тузиков А.Р. Теории идеологии в западной социологии. М., 2003. С. 423.
5. Послания президента России Бориса Ельцина Федеральному собранию РФ: 1994–1999 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intelros.org/lib/elzin.htm> (дата обращения: 22.10.2017).
6. Интервью с Р.Х. Салахутдиновой.
7. Интервью с политологом, аналитиком СМИ М.З. Хоминым. Документ опубликован не был.
8. Глотов М.Б. Поколение как категория социологии. СПб., 2004. С. 44–46.
9. Там же.
10. Ильинский И.М. Разрыв поколений? [Электронный ресурс] // *Труд-7*. 2005. № 118. URL: <http://www.ilinskiy.ru/publications/stat/razpok.php> (дата обращения: 22.10.2017).
11. Конотопов П. Политические технологии – смена поколений [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/polman14.htm> (дата обращения: 22.10.2017).
12. Интервью с Р.Х. Салахутдиновой.
13. Мид М. Культура и мир детства. М., 1983.
14. Киямова Л.У. Влияние СМИ на развитие мировоззрения молодежи // *Актуальные проблемы филологии : материалы международной научной конференции* (г. Пермь, октябрь 2012 г.). Пермь, 2012. С. 96–97.
15. Интервью с М.З. Хоминым.
16. Интервью с Р.Х. Салахутдиновой.
17. Интервью с канд. ист. наук, преподавателем факультета международных отношений СПбГУ Д.А. Руциным. Документ опубликован не был.
18. Там же.