

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Историко-филологический факультет Кафедра «Всеобщая история и
ПИ им. В.Г. Белинского обществознание»

Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование
Профиль История. Обществознание
Форма обучения Очная

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

**Роль СМИ в формировании духовно-нравственных и политических
ценностей современного общества**

Студент

(подпись, дата)

Рыскина Е.А.

Руководитель

(подпись, дата)

Семина Н.В.

Нормоконтролёр

(подпись, дата)

Осипова Т.В.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 15.06.23 № 14)

Заведующий кафедрой

(подпись, дата)

Белоусов С.В.

Работа защищена с отметкой отл. (протокол заседания ГЭК от 04.07.23 № 16)

Секретарь ГЭК

(подпись, дата)

Семина Н.В.

Пенза, 2023

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Педагогический институт имени В.Г. Белинского

Историко-филологический факультет

Кафедра «Всеобщая история и
обществознание»

Направление подготовки:
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
профиль: История. Обществознание

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ВИиО
«31» октября 2022 г.



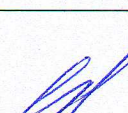
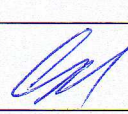
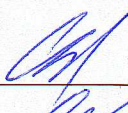
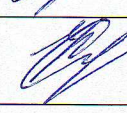
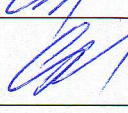
ЗАДАНИЕ

ПО ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Рыскиной Евгении Андреевны

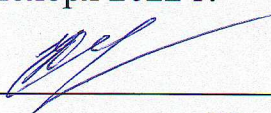
1. Срок сдачи студентом законченной работы «01» июня 2023 г.
2. Тема выпускной квалификационной работы:
«Роль СМИ в формировании духовно-нравственных и политических ценностей современного общества»
3. Руководитель к.и.н., доцент Н.В. Семина
4. Перечень подлежащих разработке вопросов:
 1. проанализировать сущность и основные направления деятельности СМИ;
 2. изучить исторический аспект развития средств массовой информации в России;
 3. рассмотреть влияние средств массовой информации на формирование массового сознания;
 4. выявить особенности отношения российского социума к современным средствам массовой информации;
 5. изучить влияние средств массовой информации на формирование политической культуры;
 6. рассмотреть методы формирования ценностных установок;
 7. создать методическую разработку на основе результатов исследования.

5. График выполнения выпускной квалификационной работы

№ п/п	Вид деятельности	Срок выполнения раздела	Подпись рук.	Подпись зав. кафедрой
1	Написание заявления на выбор темы выпускной квалификационной работы; составление плана выпускной квалификационной работы; подборка библиографического списка по теме выпускной квалификационной работы (не менее 30 источников)	16.09.2022-15.11.2022		
2	Сдача на проверку 1 главы выпускной квалификационной работы	01.03.2023		
3	Сдача на проверку 2 главы выпускной квалификационной работы	02.04.2023		
4	Подготовка выступления на ежегодной научно-практической конференции	01.03.2023-20.04.2023		
5	Написание не менее одной статьи по теме выпускной квалификационной работы и публикация	01.03.2023-20.04.2023		
6	Прохождение предзащиты, получение допуска к защите	20.04.2023-30.05.2023		
7	Представление завершенной работы	01.06.2023		
8	Проверка на оригинальность в системе «Антиплагиат.ВУЗ»	13.06.2023-26.06.2023		

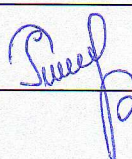
6. Дата выдачи задания «08» ноября 2022 г.

Руководитель



Н.В. Семина

Задание принял к исполнению студент



Е.А. Рыскина

Оглавление

Введение	3
Глава I. Теоретические основы исследования	10
1.1. Сущность и основные направления деятельности СМИ	10
1.2. Влияние СМИ на формирование массового сознания: историко- правовая ретроспектива развития	16
1.3. Место и роль СМИ в современном обществе	35
Глава II. Формирование общественного мнения и духовно- нравственных ценностей социума	41
2.1. Манипулирование общественным мнением.....	41
2.2. Формирование политической культуры в современном социуме	45
2.3. Формирование духовно-нравственных ценностей и патриотизма в современном обществе.....	51
Глава III. Методическая разработка применения результатов исследования: молодежный форум «Mediaшкола».....	57
Заключение	73
Список использованных источников и литературы	79
Приложения	

Введение

Актуальность темы исследования. Современная Россия находится на этапе трансформации различных общественных отношений: культурных, информационных, политических и экономических. Глобализация, информатизация и системная открытость порождают новые ценности и приоритеты, которые меняют стандарты поведения каждой личности. Данные общественные установки, используемые социумом ежедневно, в последующем формируют менталитет.

На происходящие изменения наиболее динамично и восприимчиво реагирует молодежь. Социологи выделяют важнейшие факторы развития молодого поколения, среди них: индивидуализация, социализация и идентификация личности. Эксперты утверждают, что социальный мир юноши и девушки формируется под влиянием сразу нескольких институтов социализации, таких как: семья, школа, армия, государство. В этой системе значительную роль в постиндустриальном мире стали занимать средства массовой информации.

Тема выпускной квалификационной работы особенно актуальна сегодня, поскольку большая часть населения страны проводит значительную часть своего свободного времени в виртуальной сети, поглощая огромное количество информации. Более того, обилие источников порождает вариативность того или иного события, отсутствие достоверности и двойную трактовку фактов. В конечном итоге подобные явления пагубно сказываются на формировании морально-нравственных установок.

Также одной из важнейших функций СМИ является формирование политической культуры личности. Прежде всего, СМИ могут напрямую, оперативно обращаться к общественности, политическим партиям и организациям, формируя тем самым общественные настроения.

Таким образом, средства массовой информации в современном социуме с каждым годом приобретают все большее влияние, их роль стремительно

возрастает, являясь комплексным средством освоения человеком окружающего мира в его социальных, интеллектуальных, нравственных и общественно-политических аспектах.

Объектом исследования выступают средства массовой информации в современной России, как специфическая среда формирования ценностных установок.

Предметом исследования являются особенности влияния средств массовой информации на формирование духовно-нравственных и политических ценностей современного общества.

Степень изученности темы. В работе использовались результаты научных исследований отечественных и зарубежных ученых в области журналистики, политологии, социологии, социальной философии, а также других социально-гуманитарных наук.

Значительный вклад в изучение выбранной темы внесли именитые советские и российские исследователи, среди которых: Боряз Вадим Николаевич¹, Гришина Елена Александровна², Грушин Борис Андреевич³, Гурова Рената Григорьевна⁴, Иконникова Светлана Николаевна⁵, Левичева Валентина Федоровна⁶, Руткевич Михаил Николаевич⁷, Ручкин Борис Александрович⁸ и другие.

В данной предметной области наибольший интерес представляют вопросы моделей функционирования российских средств массовой информации и институциональных особенностей. Эти вопросы подробно рассмотрена в исследовательских работах Михеевой Анны Михайловны⁹,

¹ Боряз, В.Н. Молодежь: методологические проблемы исследования. Ленинград, 1973. 308 с.

² Гришина, Е.А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников. М., 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-vizualnogo-obraza-rodiny-v-soznanii-shkolnikov> (дата обращения: 20.05.2023).

³ Грушин, Б.А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М., 1987. 367 с.

⁴ Гурова, Р.Г. О культуре внутренней и внешней. Грозный, 1970. 56 с.

⁵ Иконникова, С.Н. Массовая культура и молодежь: вымыслы и реальность. М., 1979. 34 с.

⁶ Левичева, В.Ф. Неформальные самодетельные объединения: социологический очерк. М., 1989. 63 с.

⁷ Руткевич, М.Н. Образованность населения России конца XIX-начала XXI вв. М., 2007. 72 с.

⁸ Ручкин, Б.А. Молодежь и общество: уроки истории. М., 2016. 223 с.

⁹ Михеева, А.М. Влияние средств массовой информации на современное общество // Научный журнал. 2016. № 6(7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sredstv-massovoy-informatsii-na-sovremennoe-obschestvo> (дата обращения: 25.05.2023).

Скобелиной Натальи Анатольевны¹, Черных Аллы Ивановны², а также других других исследователей.

Изучением влияния средств массовой информации на социализацию личности, воздействия на самосознание и формирование духовной и политической культуры посвящены работы таких ученых, как: Алексаньян Наталья Константиновны³, Ерофеевой Ирины Викторовны⁴, Исаевой Людмилы Людмилы Георгиевны⁵, Паликовой Анны Михайловны⁶, Чаевича Александра Владимировича⁷ и ряда других исследователей.

Исследованием проблемы воздействия средств массовой информации на формирование массового сознания и общественного мнения занимались такие исследователи, как: Василик Михаил Алексеевич⁸, Грабельников Александр Анатольевич⁹, Грушин Борис Андреевич¹⁰, Почепцов Георгий Георгиевич¹¹ и другие.

О формировании ценностных ориентаций социума посредством средств массовой информации говорится в исследованиях Гришиной Елены Александровны¹², Гуровой Ренаты Григорьевны¹³, Русовой Ольги Фредовны¹⁴,

¹ Скобелина, Н.А. Процесс институционализации общественных движений в современном российском обществе. Волгоград, 2014. 154 с.

² Черных, А.И. Медиаритуалы // Социологический журнал. 2012. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaritualy> (дата обращения: 15.05.2023).

³ Алексаньян, Н.К. Влияние средств массовой коммуникации на трансформацию современного общества. Краснодар, 2009. 32 с.

⁴ Ерофеева, И.В. Роль современных средств массовой информации в трансформации российской духовности. Чита, 2013. 156 с.

⁵ Исаева, Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества. Уфа, 2005. 22 с.

⁶ Паликова, А.М. Влияние средств массовой информации на формирование электоральных предпочтений российских избирателей. М., 2011. 24 с.

⁷ Чаевич, А.В. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве и их влияние на национальную безопасность Российской Федерации (политологический анализ). М., 2006. 356 с.

⁸ Василик, М.А. Паблик рилейшнз в России: организации и документы. СПб., 2000. 76 с.

⁹ Грабельников, А.А. Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя. М., 2008. 339 с.

¹⁰ Грушин, Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979. 64 с.

¹¹ Почепцов, Г.Г. Информационные войны. М., 2015. 254 с.

¹² Гришина, Е.А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников // Народное образование. 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-vizualnogo-obraza-rodiny-v-soznanii-shkolnikov> (дата обращения: 20.05.2023).

¹³ Гурова, Р.Г. О культуре внутренней и внешней. Грозный, 1970. 56 с.

¹⁴ Русакова, О.Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики. М., 2014. 66 с.

Ручкина Бориса Александровича¹, Кожемякина Евгения Александровича² и других.

Таким образом, проблема влияния средств массовой информации на формирование духовно-нравственных и политических ценностей современного общества достаточно многоаспектна и требует своего дальнейшего изучения, особенно по вопросам формирования политической культуры и развития гражданского общества посредством СМИ.

Цель исследования – рассмотрение роли средств массовой информации в формировании духовно-нравственных и политических ценностей современного общества.

Обозначенная цель исследования предполагает решение следующих **задач**:

1. проанализировать сущность и основные направления деятельности СМИ;
2. изучить исторический аспект развития средств массовой информации в России;
3. рассмотреть влияние средств массовой информации на формирование массового сознания;
4. выявить особенности отношения российского социума к современным средствам массовой информации;
5. изучить влияние средств массовой информации на формирование политической культуры;
6. рассмотреть методы формирования ценностных установок;
7. создать методическую разработку на основе результатов исследования.

Для решения вышеуказанных задач выбраны следующие **методы**: анализ, хронологический, дедуктивный и сравнительно-правовой. Анализ источников и литературы, использованной при написании выпускной квалификационной работы, позволил определить сущность и совокупность направлений

¹ Ручкин, Б.А. Молодежь и общество: уроки истории. М., 2016. 223 с.

² Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. М., 2010. 69 с.

деятельности средств массовой информации, а также выявить основные виды и принципы.

Сравнительно-правовой метод помог выявить особенности моделей правового регулирования средств массовой информации в Российской Федерации. Детальное исследование различных источников и литературы позволило определить место СМИ в современном обществе.

Дедуктивный метод позволил установить влияние средств массовой информации на формирование массового сознания. Хронологический метод позволил проследить этапы развития средств массовой информации в России.

Источниковую базу исследования можно разделить на три группы: отечественные нормативно-правовые акты о деятельности СМИ, социологические исследования по проблеме влияния средств массовой информации на массовое сознание, а также авторский социологический опрос о формировании политической культуры посредством СМИ.

Конституция Российской Федерации закрепляет важнейшие принципы деятельности СМИ – свободу слова, недопустимость цензуры и гарантию защиты свободы прессы¹.

Закон № 2142-1 «О средствах массовой информации» определяет основные правила деятельности СМИ на территории Российской Федерации².

Федеральный закон № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июня 2006 г. устанавливает отношения, возникающие в сфере информации, информационных технологий и защиты информации³.

Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. содержит общие требования к рекламе, особенности ее распространения и устанавливает

¹ Конституция Российской Федерации. М., 2023. 64 с.

² Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).

³ Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 29.12.2022). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).

полномочия контролирующего органа¹.

Федеральный закон № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 9 февраля 2009 г. содержит основные требования при обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления².

Федеральный закон № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей³.

Результаты авторского социологического исследования, проведенного в Пензенской области, касаются изучения степени влияния средств массовой информации на формирование политической культуры.

Таким образом, данные источники в совокупности с опубликованными исследованиями по изучаемой проблеме, дают необходимый материал для изучения влияния средств массовой информации на формирование духовно-нравственных и политических ценностей современного общества.

Практическая значимость исследования заключается в том, что представленная информация может быть использована при написании учебных пособий по проблемам, которые затрагивают главы выпускной квалификационной работы. На практике результаты исследования могут быть применены при разработке учебных курсов по обществознанию и правоведению, а также при создании воспитательных мероприятий в

¹ Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (в ред. от 13.05.2023). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).

² Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).

³ Федеральный закон «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей» от 29.06.2013 № 135-ФЗ. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).

общеобразовательных учреждениях, в том числе с профориентационной направленностью. Некоторые положения выпускной квалификационной работы могут быть использованы при написании рефератов и контрольных работ.

Созданная на основании положений исследования методическая разработка направлена на определение места и роли СМИ в современном обществе. Она предназначена для 9-11 классов и включает в себя изучение теоретической стороны такого феномена, как средства массовой информации, и практической деятельности их в России.

Апробация основных результатов бакалаврской работы была осуществлена на XVIII Всероссийской (с международным участием) научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Человек, сообщества, государства в социально-гуманитарных исследованиях», посвященной 145-летию Томского университета в форме очного выступления. Тезисы доклада сданы в печать.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, поделенных на параграфы, заключения, списка использованных источников и литературы.

Глава I. Теоретические основы исследования

1.1. Сущность и основные направления деятельности СМИ

В научной литературе под средствами массовой информации понимается такой способ распространения информации, который характеризуется следующими особенностями: обращенность к широкой аудитории; общедоступность; корпоративный характер производства и распространения информации.

Согласно ст. 2 Закона РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» к СМИ относятся периодические печатные издания, сетевые издания, телеканалы, радиоканалы, телепрограммы, радиопрограммы, видеопрограммы, кинохроникальные программы, иные формы периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием¹.

Согласно российскому законодательству, СМИ имеют следующие признаки:

- массовость (этот параметр означает, что ресурс (газеты, журналы, рассылки) будет считаться средством массовой информации в случае издания 1000 и более экземпляров. Если издание имеет менее 1000 экземпляров, то не для него не требуется регистрация в качестве СМИ);
- периодичность (параметр исчисляется показателем – не менее одного раза в год).

Важной особенностью СМИ является то, что они выражают интересы общества в целом, а также определенных социальных групп и конкретных личностей. Деятельность СМИ несет в себе важные общественно-политические мотивы, поскольку характер преподносимой информации, которая адресуется аудитории, определяет её субъективное отношение к действительности и направление социальных действий. По мнению политологов, именно данный факт говорит о том, что СМИ не просто выполняют информативную функцию,

¹ Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).

сообщают новости, но и пропагандируют определённые идеи, взгляды, учения, политические программы и тем самым участвуют в социальном управлении. Путём формирования общественного мнения, выработки определённых социальных установок, формирования убеждений СМИ подталкивают человека к определённым поступкам, действиям.

В современных демократических обществах СМИ являются одним из основных институтов обеспечения свободы слова. Благодаря простейшим механизмам средств массовой информации граждане получают свободный доступ к информации. Более того, они играют важную роль в создании осведомленного общества, где граждане осознают свои права и обязанности, а также могут проявлять свою позицию во всех общественных сферах жизни.

Согласно правовым нормам, принятым в демократических государствах, СМИ имеют право свободно выражать свое мнение и распространять информацию без присвоения государственной цензуры. В Российской Федерации Конституцией также гарантируется свобода слова и печати, которая является необходимой основой демократии¹.

Важно отметить, что гласность и демократия являются взаимосвязанными основами. Без гласности не может быть демократии, и наоборот. Эти два принципа определяют важнейшие особенности функционирования демократического государства. Поэтому каждый гражданин имеет законное право на получение информации обо всем, что происходит в стране и за ее пределами.

СМИ выступают важным компонентом демократической системы, наряду с парламентом, исполнительными органами и независимым судом. Они позволяют обществу контролировать действия властей, раскрывать коррупцию и нарушения прав человека, а также выявлять общественно значимые проблемы. Все это необходимо для создания гражданского общества, в котором каждый человек может свободно высказывать свое мнение и заботиться о благосостоянии общества в целом.

¹ Конституция Российской Федерации. М., 2023. С. 5.

Таким образом, СМИ являются неотъемлемой частью демократической системы. Они обеспечивают свободу слова, гласность и право на получение информации. Без них демократия не может существовать.

Средства массовой информации являются весьма значимым элементом современного общества, однако их использование должно быть регламентировано законом.

Федеральный закон Российской Федерации четко определяет случаи, когда использование средств массовой информации будет недопустимо. Например, запрещается использовать СМИ для совершения противоправных действий, включая те, которые влекут за собой уголовную ответственность. Также недопустимо раскрытие государственной тайны или призыв к экстремистской деятельности; распространение материалов, пропагандирующих насилие, порнографию или жестокость ¹.

Очередной немаловажной особенностью социологи выделяют то, что СМИ являются четвёртой властью. Однако, стоит учесть, что они не располагают какими-либо полномочиями, которые могли бы использоваться для контроля за другими ветвями власти. Средства массовой информации не могут приказывать, обязывать, наказывать и привлекать к ответственности других лиц. Единственное, что они могут использовать, – это своё слово, звук, изображение, иными словами, передавать определённую информацию. Например, СМИ распространяют новости о событиях, происходящих в стране и за рубежом, транслировать изображения, оценки и одобрения поведения правительства или других социальных организаций. То есть пресса оказывает ценную услугу, предоставляя обществу информацию о конкретном обществе.

СМИ выполняют ряд важнейших общественных функций. В целом, можно выделить девять направлений развития средств массовой информации, которые имеют важное значение для общества.

¹ Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).

1. Информационная функция. Она заключается в удовлетворении потребностей общества, в получении разнообразной информации. СМИ публикуют данные о событиях, имеющих социальное и глобальное значение, освещают политические, социально-экономические, культурные и другие процессы, что позволяет составить объективную картину жизни общества.
2. Идеологическая функция. Она направлена на пропаганду национальных и общечеловеческих ценностей, норм и нравственных ориентиров, а также на распространение политических и экономических принципов развития общества. В рамках этой функции осуществляется поддержка принципов демократии и свободы.
3. Общественный контроль. СМИ являются мощным инструментом общественного контроля, позволяющим выявлять нарушения прав и свобод человека, коррупцию и другие недостатки в работе государственных и общественных структур.
4. Формирование общественного мнения. Она заключается в оказании влияния на мнение населения по тем или иным вопросам. СМИ создают предпосылки для формирования общественного мнения, укрепляют его или изменяют.
5. Просветительская функция. Она связана с распространением знаний и информации, которые улучшают качество жизни населения и помогают развивать образование и культуру.
6. Коммуникативная функция. СМИ являются мостом между различными слоями населения и структурами власти, общественности и сообществами.
7. Досуговая функция. Она связана с тем, что СМИ создают условия для досуга, развлечения и отдыха людей, предоставляя разнообразные программы, фильмы и сериалы.
8. Рекламная функция. Она состоит в привлечении внимания к товарам и услугам, оказываемым различными компаниями.

9. Функция социального контроля. Она предполагает публикацию общественно значимых фактов социально-политической и экономической жизни страны, которые касаются соблюдения законов, социальной справедливости, защиты конституционных прав и свобод человека. Эта функция позволяет обществу контролировать власть и укрепляет демократические институты государства¹.

Общие принципы работы средств массовой информации закреплены в законе «О средствах массовой информации»². Законодатель утверждает, что необходимо уважать права и свободы индивидуума. Требуется гарантировать свободное выражение и распространение разнообразных убеждений и позиций. Журналисты должны придерживаться профессиональной этики.

Социологи, в свою очередь, утверждают, что СМИ являются общественными учреждениями, которые собирают данные, проводят анализ и распространяют их в социуме. Законодатель запрещает распространение информации, не соответствующей социальным стандартам морали и нравственности³.

Основные направления деятельности СМИ связаны с удовлетворением информационных потребностей общества, обеспечением открытости, изучением и формированием общественного мнения, организацией дебатов и дискуссий на важные темы, а также поддержкой или критикой деятельности государственных структур, политических партий, общественных организаций и их лидеров.

В свете последних научно-технических достижений средств массовой информации (СМИ), возникли новые информационные феномены, которые приобретают глобальный характер. Развитие коммуникационных технологий и международных контактов исключило возможность монополии на

¹ Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 88-90.

² Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022). [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. 2023. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).

³ Ваниянц, Д.Ю. Социокультурные ценности современной российской молодежи: дис. ... к. с. н. Ставрополь, 2018. С. 35.

информацию и положительно повлияло на общение между людьми. Стандарты, поставленные во Всеобщей декларации прав человека и других международных правовых актах, гарантируют свободное распространение информации, что обеспечивает взаимное сближение государств и народов.

В этих новых условиях отношения между государством и журналистикой претерпели значительные изменения. Теперь уже не существует жесткого подчинения СМИ политической власти и бюрократии. Вместо этого, на смену пришли демократические ценности: честность, достоверность фактов, существование различных точек зрения и уважение каждой, свобода слова и свобода совести. Эти принципы являются основой для функционирования печати, телевидения и радиовещания.

Следовательно, средства массовой информации являются важнейшей частью политической системы российского социума. Сущность СМИ, характер их деятельности, основные функции определяются в основе своей социально-политическим устройством общества. Доказательством данного утверждения являются исторические примеры. Так, в тоталитарном государстве СССР, СМИ (радио, печать, телевидение) служили власти, были частью большой командно-административной системы, находясь в очень жестком подчинении правящей верхушки¹. По этой причине их деятельность сводилась не только к донесению информации о происходящем в мире и стране до населения, а еще к пропаганде нужных власти установок, идей, догматов, которые были не всегда разумны и необходимы обществу.

Обратный пример – деятельность СМИ в правовом, демократическом государстве, когда главной задачей медиа является донесение достоверной информации, свободное получение доступа к ней; а также удовлетворением информационных запросов социума.

Таким образом, государственные структуры в демократическом режиме осуществляют контроль за деятельностью СМИ, однако этот контроль не ограничивает их деятельность. Напротив, власть заинтересована выяснить

¹ Беличенко, П.П. О некоторых аспектах взаимоотношения власти и СМИ. М., 2000. № 10. С. 17.

реальное общественное мнение, настроения и стремления граждан своей страны. Только такими способами СМИ может стать реальной своеобразной «четвёртой властью», иными словами, СМИ могут быть народными стражами порядка и справедливости.

1.2. Влияние СМИ на формирование массового сознания: историко-правовая ретроспектива развития

С начала Киевской Руси историческое развитие в России способствовало развитию средств массовой информации. Появление первых средств массовой коммуникации (СМК) было обусловлено развитием письменности. СМК – это комплексный набор средств массовой информации, массового общения и массового взаимодействия, который стал значимым фактором в социальном и культурном развитии общества¹. Не только СМИ, но и другие социальные институты могут быть средствами массовой коммуникации. Однако, в отличие от СМИ, СМК не требуют обязательной системности или периодичности распространения информации.

В развитии средств массовой коммуникации важную роль играли первые книги². В содержании произведений часто поднимались актуальные вопросы, которые интересовали общество. Одним из ярких примеров является распространенная тема угрозы политической раздробленности. Такой феномен объясняется высокой ролью государства, которое способствует распространению письменности, открывая школы и библиотеки. Это, в свою очередь, становится одним из факторов развития средств массовой коммуникации и доступности информации для широких слоев населения. Таким образом, средства массовой коммуникации стали важным элементом социального и культурного развития человечества в период становления древнерусского государства.

¹ Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Белгород, 2010. № 12 (83). С. 69.

² Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие. М., 2017. С. 238-239.

Вече – институт местного самоуправления в Древней Руси, который позволял гражданам выражать свое мнение и решать вопросы через голосование, является одним из первых органов местного самоуправления ¹. Хотя историки и юристы обычно рассматривают вече только в контексте местного самоуправления, можно его также считать одним из первых средств массовой коммуникации. Вече было центром распространения информации среди народа и общественного мнения. Также оно было местом для выражения мнения и принятия на его основе решений. Результаты голосования показывали реальное существование общественного мнения, так как все свободные и полноправные граждане имели равные права голоса.

Период становления и развития СМИ включает в себя два этапа. Первый этап отмечен появлением летописей, которые велись летописцами в монастырях. Они получили относительную свободу в своей деятельности и объективно отражали действительность.

Второй этап – период монголо-татарского ига, продолжался с начала XIII до конца XV века. В таких условиях книги стали своеобразным транслятором, которые объединяли интересы общества. Кроме того, в этот период книги стали единственным источником информации. В то же время численность грамотного населения снизилась вследствие частых набегов монголо-татарского войска.

Когда государство начало вмешиваться в общество, первые ограничения свободы слова появились. Власть заказывала летописцам работы, чтобы подчеркнуть авторитет князя и открыть правду о боярах, которые ему не подчинялись. В таких условиях, когда общество было раздроблено и каждая категория населения преследовала свои интересы, а не интересы государства в целом, это было чрезвычайно важно. В результате появились более упрощенные формы коммуникаций, такие как устные рассказы. Однако книги по-прежнему играли важную роль в описании событий.

В период Московского царства (конец XV-XVII век) произошло развитие системы массовой коммуникации (СМК), которое было знаменательным.

¹ Грабельников, А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: Итоги и перспективы. М., 2000. С. 67-69.

Появление печатных книг и рукописных газет, которые были первыми СМИ, было важнейшей особенностью этого этапа¹. Это привело к необходимости принятия мер для регулирования информационных потоков. Впервые государство ввело официальную цензуру по инициативе православной церкви. Строгая цензура была установлена решением Стоглавого Собора в 1551 году, которое запрещало чтение и хранение любой неодобренной церковью литературы. Именно это решение стало отправной точкой для регулирования СМИ в России.

Важно отметить, что началом развития книгопечатания на Руси послужило стремление уничтожить возможность свободного распространения запрещенных книг в контексте решений Стоглавого собора. Переписывание книг могло осуществляться втайне от государя и церкви на территории всего государства, поэтому книгопечатание под церковным надзором должно было стать инструментом контроля. Таким образом, в России книгопечатание было обусловлено потребностью контроля за распространением знаний и создания дополнительных инструментов управления свободой слова и мысли, в отличие от Европы, где оно было обусловлено потребностью распространения знаний.

В период Московского царства система массовой коммуникации развивалась при установлении государственного контроля за информационными потоками и введении цензуры. Эти меры создали базу для правового регулирования СМИ и оказали сильное влияние на организационную структуру СМИ в России. Однако, цензура и монополия на печать изданий стали основой для становления оппозиционной публицистики, которая разделила СМИ на официальную и неофициальную (оппозиционную). Официальная литература, переходя на печатный способ изложения, создала условия для развития неофициальной литературы, что было новым явлением в истории России.

В период реформ Петра I начался следующий этап становления свободы слова и средств массовой информации. Одним из ключевых элементов этого

¹ Есин, Б.И. Три века московской журналистики. М., 2019. С. 335.

процесса стало создание полноценных СМИ – печатных газет и журналов, которые были созданы для массового распространения информации. Создание условий для развития свободной прессы на местах и разрешение частных типографий и издания газет и журналов существенно расширили возможности для свободы слова. Первой печатной газетой стала "Ведомости". Благодаря этому, власть смогла использовать СМИ с целью формирования общественного мнения.

Во время реформ, проводимых Петром I, стало очевидно, что нужны специальные меры для того, чтобы ознакомить граждан с изменениями и приобщить их к нововведениям. Поэтому основной задачей газеты стало информирование обо всех событиях в стране и за ее пределами, а также формирование общественного мнения. Например, когда в 1708 году произошло восстание крестьян под руководством Кондратия Булавина, газета «Ведомости» опубликовала несколько статей, в которых Булавина представили, как богоотступника, окруженного «преступниками», и обвинили в грабежах городов¹.

В конце 1750-х годов в истории российской журналистики произошло важное событие – появление первых частных изданий. Эти издания заинтересовали не только государство, но и представителей общества, включая дворян. Применяя своё право на свободу слова, они начали активно использовать печатные издания для выражения своих взглядов и мнений. Такой подход стал важным фактором в формировании гражданского общества, в котором каждый имел возможность открыто дискутировать и донести свою точку зрения до властей.

Известный литератор Александр Петрович Сумароков создал журнал «Трудолюбивая пчела», который стал наиболее знаменитым из всех. Ориентированный на будущую императрицу Екатерину Алексеевну, супругу Петра Федоровича, этот еженедельный журнал всегда оставался под руководством Сумарокова, несмотря на публикации известных литераторов.

¹ Жеребкин, М.В. Трансформация российского общества: Специфика, процесс, будущее. М., 2021. С. 124-130.

Тем самым было продемонстрировано сильное влияние личности его создателя¹.

Однако журнал «Трудолюбивая пчела» просуществовал всего год и был закрыт. В начале 1760-х годов Михаил Матвеевич Херасков развернул свою деятельность в рамках Московского университета, где появились другие журналы, такие как «Полезное увеселение», «Свободные часы», «Невинное упражнение», «Доброе намерение» и «Собрание лучших сочинений».

Российская журналистика начала развиваться в новом направлении благодаря появлению первых частных изданий, которые объединили многочисленную группу молодых литераторов, творчество и публикации в этих изданиях². Среди них был Михаил Матвеевич, ярый сторонник новой императрицы Екатерины II. Николай Иванович Новиков, создатель журнала «Трутенъ», был ярким представителем российской журналистики XVIII века. Его издание привнесло элементы критики в адрес отечественной журналистики того времени.

Возник конфликт между журналом «Всякая всячина», где писала материалы императрица, и «Трутенем». Новиков попытался поддержать идею полезности каждого гражданина обществу и отметил, что изображенный во «Всякой всячине» бездельник – это тот самый трутень, которым пользуются другие. В ответ на это, «Трутенъ» развернул полемику по всем вопросам и бросил вызов «бабушке» русской журналистики. Он не щадил никого и даже пытался принизить автора журнала, указывая на его плохое знание русского языка. Кроме того, он игнорировал тот факт, что Новиков является создателем «Трутеня».

После выпуска новой книги «Пустомеля» Новикову удалось напечатать два номера журнала³. Однако, это оказался последний выпуск, который не получил поддержку публики. Не отступая от своих творческих намерений, Новиков решил основать еженедельный журнал «Живописец» с сатирическими

¹ Грабельников, А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: Итоги и перспективы. М., 2000. С. 75.

² Есин, Б.И. Три века московской журналистики. М., 2019. С. 340.

³ Есин, Б.И. Три века московской журналистики. М., 2019. С. 342.

материалами. В своих публикациях журналист неоднократно упоминал о достоинствах анонимного драматурга, который активно критиковал проблемы общества.

Не отступая от своих творческих намерений, Новиков решил продолжить свою издательскую деятельность, а именно – основать еженедельный журнал «Живописец», насыщенный сатирическими материалами. В своих публикациях журналист не раз говорил о огромных достоинствах анонимного драматурга, которому удавалось бороться с проблемами всего общества, причем, активно критиковать власть.

Екатерина была автором пьес, опубликованных в журнале, однако она не хотела раскрывать свою личность и не могла опровергнуть общественное мнение о себе. Несколько лет спустя после выхода журнала «Живописец», Новиков столкнулся с финансовыми трудностями и получил намеки на нецелесообразность своей деятельности.

В целом, журнал не получил должного признания и предпочтения в обществе, и через два года прекратил свое существование. Однако для развития журналистики «Трутень» и «Живописец» сыграли важного значение. Журналистика стала эффективным оружием против власти, что было неожиданным для Петра, создавшего первую газету для поддержки самодержавия.

Стоит отметить, что материал в указанных журналах стал более реалистичным и содержал факты социальной жизни. Важной особенностью журналов Новикова также являлось чрезвычайное многообразие жанров, начиная от миниатюрных повестей до пародий на газетную рекламу. До этого никто не использовал в журналистике такие приемы.

В 1783 году Академия наук выпустила журнал «Собеседник любителей русского слова», который объединил лучшие литературные направления и включил сочинения Михаила Матвеевича Хераскова и Дениса Ивановича

Фонвизина. Херасков представлял официальную журналистику, а Фонвизин применял сатиру в адрес правительства Екатерины¹.

Однако в конце XVIII века российская журналистика столкнулась с серьезными проблемами. В 1792 году был арестован Новиков. На протяжении всего лета проходил обыск в его типографии, где печатались издания. Также у Ивана Андреевича Крылова был установлен полицейский надзор. Это свидетельствует о том, что сатирическая журналистика стала считаться мощной политической силой, которая могла быть опасной для государства.

В это же время одним из значимых событий стало появление статьи «Опыт российского сословника» в одном из выпусков журнала. Ее автором был Денис Иванович Фонвизин, который представил словарь синонимов. В нем он не только объяснял значения слов, но и приводил примеры их употребления в различных контекстах, чтобы показать, как они могут использоваться. Например, Фонвизин указал на значения слов «проманивать» и «проводить», продемонстрировав их различное употребление. Эта статья стала одним из первых проявлений новой волны журналистики, которая начала проникать в российское общество.

В журнале был опубликован ряд вопросов, адресованных анонимному сочинителю «Былей и небылиц». Их задал Фонвизин, опять же императрице Екатерине. После того, как вопросы были прочитаны, она распорядилась их опубликовать. Однако Екатерина II добавила свои собственные ответы на них, чтобы снизить критическую остроту произведения. Это был еще один пример того, как журналистика могла повлиять на поведение главы государства и на его решения. Также произошло еще одно интересное событие в этот период.

В социальной жизни России XVIII века журналистика приобрела значимое место после существенных преобразований. Издательская деятельность стала все более развитой, что привело к появлению более информативных и доступных изданий. Рукописные газеты и периодические

¹ Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие. М., 2017. С. 432-434.

издания, такие как «Живописец» и «Почта духов», отражали насыщенность общественной мысли и ее развитие.

Публицистика не ограничивалась только материалами о проблемах общества. Иван Андреевич Крылов, например, принял иной подход и стремился выявить причины порочности общественных нравов¹. Пройдя более долгий путь, публицистика прочно укоренилась в российской журналистике на протяжении столетия, чему свидетельствует огромное количество изданий. Однако большая часть из них была обречена на кратковременное существование из-за недостатка издательского опыта. Несмотря на ограничения, публицистика стала неотъемлемой частью развития российской общественной мысли и довела до глубокого анализа различные стороны общественной жизни. Она также стала действенным инструментом заявления о своих правах и свободах.

Социальная идеология сталкивалась с передовой мыслью в связи с изменением общественного сознания. Конфликты возникали как из-за существующих проблем, так и по отдельным вопросам, включая борьбу за просвещение, патриотизм, развитие национального мышления и революционные изменения. В 1789 году Александр Николаевич Радищев опубликовал статью «Беседа о том, что есть сын Отечества» в журнале «Беседующий гражданин», которая определила основные направления развития демократической прессы. В этой статье писатель рассматривал различные аспекты крепостной системы, характеризуя крестьян как «мертвых трупов» и «тяжелый скот», которых движут мучительные машины.

В XVIII веке начали зарождаться традиции свободолюбия, которые нашли отражение в трудах Радищева. Статья автора стала вехой для развития демократической журналистики, определив основные принципы свободы слова, прессы и выражения общественных взглядов и мыслей. Публицисты активно обсуждали русский национальный характер. Радищев утверждал, что

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 84-85.

патриотов следует искать в других средах, так как представители правящего сословия не были достойны названия сынов Отечества из-за своей жадности и обжорства-чревоугодничества.

В XIX и XX веках произведения не только формировали образы будущих героев, но и способствовали развитию общественного сознания. Однако, в России развитие средств массовой коммуникации достигло ключевой точки в конце XVIII-середине XIX века с введением цензуры. Это привело к возникновению тайных обществ, которые использовали СМИ и СМК не только для информирования, но и для формирования революционных настроений. Этот период в истории России стал ключевым моментом осознания значимости существующих проблем самим обществом¹.

Официальная газета «Русский инвалид» до сих пор вызывает интерес у исследователей благодаря событиям, произошедшим на Сенатской площади 15 декабря 1825 года. В то время газеты и журналы были главным средством массовой коммуникации, но они были подвержены цензуре, которая не стремилась сделать их союзниками в формировании общественного мнения и развития. Функция цензора заключалась в запрете осуждения правительства и его решений, чтобы сохранить «чувства преданности и повиновения» к ним. Некоторые материалы в газетах и журналах часто скрывались, чтобы не привлекать внимание власти.

Желая изменить консервативную политику правительства, русские офицеры считали, что литература и журналистика могут оказать решающее влияние на общество. Они были уверены, что свободная информация, опубликованная в СМИ, может помочь преодолеть психологию подчинения и безразличия в обществе.

Многие будущие декабристы, включая Кондратия Федоровича Рылеева, Вильгельма Карловича Кюхельбекера, Федора Николаевича Глинку, Александра Осиповича Корниловича и других участников «Вольного общества», посвятили себя журналистике. Они начали выпускать журнал

¹ Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие. М., 2017. С. 455.

«Соревнователь просвещения и благотворения» уже в 1818 году, который продолжал свою деятельность до 1825 года¹.

Публицистика декабристов является одним из наиболее захватывающих направлений журналистики XIX века в России. Тираж журнала был небольшим – всего 200-300 экземпляров, которые распространялись среди образованного дворянства. Однако это не помешало журналу стать образцом легальной публицистики в свое время.

Декабристы-журналисты ставили своей целью передать читателям актуальные политические события и взгляды на развитие общества, при этом призывая к разумной свободе и поддерживая прогрессивные идеи перемен и революций.

Орест Михайлович Сомов и Кондратий Федорович Рылеев наполняли свои художественные произведения публицистичностью и живым откликом на современные им политические процессы, что было особенностью их деятельности. В частности, критические статьи Сомова и «Думы» Рылеева демонстрировали живой интерес авторов к политическим темам.

Альманах «Полярная звезда», созданный декабристами в 1823-1825 годах, стал одним из самых ярких изданий. Этот труд, выпущенный при участии Рылеева и Бестужева, вышел в виде трех книг и отличался высокой художественной ценностью и интересным содержанием. Он включал литературные произведения, стихи, мемуары и критические статьи.

В альманахе 1823 года были представлены произведения литераторов, таких как Александр Александрович Бестужев, Федор Николаевич Глинка, Николай Иванович Греч, Александр Осипович Корнилович, Фаддей Венедиктович Булгарин, Орест Михайлович Сомов и другие.

Книга состояла из двух частей: прозы и стихов. Раздел поэзии включал в себя произведения следующих авторов: Евгений Абрамович Боратынский, Петр Андреевич Вяземский, Сергей Николаевич Глинка, Николай Иванович Гнедич,

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 86.

Денис Васильевич Давыдов, Антон Антонович Дельвиг, Василий Андреевич Жуковский, Иван Андреевич Крылов, Петр Александрович Плетнев, Александр Сергеевич Пушкин и Кондратий Федорович Рылеев¹.

Первой статьей, которая открывала книгу, был обзор «Взгляд на старую и новую словесность в России» от Александра Александровича Бестужева. В этой статье автор призывал к отказу от заимствований и подражаний в литературе, которые ослабляют ее силу. Статья была, по сути, программой для всего издания и дала ему определенную структуру.

Среди достойных русской литературы произведений Бестужев называет труды Антиоха Дмитриевича Кантемира, Дениса Ивановича Фонвизина, Гавриила Романовича Державина, Николая Михайловича Карамзина. Он одобряет басенное творчество Крылова, высоко оценивает Жуковского как переводчика.

В 1824 году издатели получили солидную прибыль благодаря огромному успеху альманаха «Полярная звезда». Критики начали споры вокруг его содержания. Во второй книжке, опубликованной в том же году, Бестужев представил «Взгляд на русскую словесность в течение 1823 года». Он рассмотрел причины успехов и неудач в литературе и пришел к выводу, что это был самый «бледный год» в истории русской литературы. Он отметил, что спад литературы связан с утихшим интересом к Отечеству.

Вторая книга альманаха отчетливо выделяла политическую линию декабристов, за исключением отсутствия лирического стихотворения В.А. Жуковского. Он был представлен в альманахе только прозаическими произведениями.

Третья книга по идейной насыщенности превосходит две первые. «Взгляд на русскую словесность в течение 1824 и начале 1825 годов» Бестужева, которым открывается «Полярная звезда» на 1825 год, уже не столько литературно-критическое, сколько политическое выступление. Истинной

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 86.

поэзией провозглашается лишь свободолюбивая поэзия. Критик-декабрист хотел бы видеть всю литературу во главе освободительного движения: «Когда молния просила людской помощи, чтобы вспыхнуть и реять в небе?!» – восклицает он с пафосом¹.

С помощью филологической перспективы Бестужев рассматривает обзоры книг, выражая смелые комментарии относительно издательств, которые были выпущены в период тех лет. Эти рецензии были распространенными среди различных групп общества, потому что писатель применял простой, ясный и точный язык, который был доступен многим читателям. Благодаря данному обстоятельству, мысли создателя были понятны целевой аудитории.

Кондратий Федорович Рылеев, автор своих патриотических «Размышлений», опубликованных в сборнике «Северный свет», создавал пропагандистские военные песни для тайно распространяемых брошюр. В 1820 году стали появляться объявления, в которых знать была описана как деспоты, а власть – подавитель Отечества.

Экспертам известно, что Никита Михайлович Муравьев изготовил справочник в виде диалогического жанра, который легко воспринимался в процессе обучения военнослужащих для готовности к действиям против монарха. Вопросы были детские и наивные, а ответы были соответствующие.

Проблема свободы освещалась в ключе того, что это существование в соответствии с личными желаниями. По сему следует, что каждый индивид должен занимать свободную позицию. Некоторые желали устанавливать своё господство, в то время как другие отклоняли свои естественные привилегии. Следовательно, если восставать против монарха, это является нарушением божественной воли.

Из этого рассуждения следует, что для достижения справедливости необходимо следовать Божьим заповедям. Сергей Иванович Муравьев-Апостол сформировал «Православный катехизис» в соответствии с логикой простых

¹ Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие. М., 2017. С. 356.

людей, используя образцы религиозной литературы¹. Проходят занятия по базовым принципам веры, чтобы подготовиться к принятию Святого Крещения, используя специальные религиозные термины.

Муравьев-Апостол призывает к окончательному уничтожению царизма, в то время как Никита Муравьев высказывает иную точку зрения. Он призывает последователей Христа из России, которые занимаются военными делами, объединиться и бороться вместе против деспотизма, чтобы восстановить убеждения и независимость в стране. Те, кто уступят, станут проклятыми, подобно Иуде предателю, и будут объявлены анафемой.

Явно пропагандистский характер носили и приказы генерала М.Ф. Орлова по 16-й дивизии. Он выступал против крепостной зависимости и осуждал в своих указах жестокое обращение офицеров с военными служащими, предупреждая об ответственности за несправедливое поведение. Перед формированием войск было произнесено данное распоряжение, и военными служащими, являющимися сельскими жителями, начинали осознавать свои привилегии перед командирами, происходящими из аристократической среды. Люди из декабристского движения применяли незаконные методы распространения своих идей с целью подготовить массы к революционным трансформациям.

В XIX веке в России наступил период развития информационных технологий и расширения печатных изданий, что способствовало появлению новых журналов и газет с направленностью на общественно-политические и политико-экономические темы. Литераторы, занимающиеся законной журнальной деятельностью, а также читатели альманахов, близких по духу, имели надежду стать лидерами революции.

Вследствие многочисленных выступлений в стране и неудач в Крымской войне, авторитаризм ослабел, что побудило управление начать работу над

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 88.

новым законом о печати, пересмотреть запреты цензуры и признать важность изменения существующей структуры.

Журнал «Русский вестник» был создан как умеренно-либеральный, но через четыре года превратился в ярого противника всей демократической печати. Братья Достоевские, которые выпускали журнал «Время», были противниками этого издания. Несмотря на это, Катков продолжал проявлять все большую неприязнь к прогрессивным демократам.

В лагерь противников революционной демократии также входил журнал Андрея Александровича Краевского «Отечественные записки»¹. Хотя журнал не был против взглядов Каткова, он всё же выступал против революционных демократов. Таким образом, в годы роста демократии в России, наряду со спокойным и умеренным укладом жизни людей, существовало мнение, которое выступало против всех изменений и реформ.

Российская печать в конце XIX века оказалась в сложной ситуации, несмотря на ряд мер, принятых правительством. Сформировавшаяся сеть губернских ведомостей не смогла улучшить положение провинциальной печати, которая продолжала проходить цензуру в комитете. Новые Временные правила о печати 1865 года дали преимущество столичным ежедневным газетам и журналам, освобождая их от предварительной цензуры. Однако провинциальные издания все еще оставались под строгим контролем государства. Этот подход вызвал недовольство даже среди либеральных изданий.

Впоследствии были опубликованы новые Временные правила 1882 года, утвердившие полный административный произвол над печатью. Согласно новому изданию, министры имели право прекращать любую литературную деятельность, которая считалась вредной. В итоге контроль над прессой не только сохранялся, но даже усиливался, что вызывало все большее недовольство в обществе.

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 89.

Во второй половине XIX века стали появляться различные издания, которые завоевали прочную позицию в обществе. Газеты и журналы становились не только средством массовой информации, но и продуктом коммерческой деятельности. Владельцами этих изданий были представители различных сфер: купцы, банкиры, не имевшие образования в области литературы.

В 1866 году появилось Русское телеграфное агентство, а в 1872 году возникло Международное телеграфное агентство, в 1882 году – Северное телеграфное агентство. Все они принадлежали Андрею Александровичу Краевскому, Алексею Сергеевичу Суворину, Осипу Консантиновичу Нотовичу и Константину Васильевичу Трубникову¹. Все эти издания были частными. На страницах получила место реклама. Кроме того, были размещены биржевые таблицы и курсовые бюллетени.

Проведенный анализ различных произведений и публикаций говорит о том, что российские издания в XIX веке находились в постоянном развитии. Однако, критические сочинения, протестующие против официальной политики не получали разрешения на публикацию.

По этой причине, многие передовые публицисты времени предпочитали печатать свои работы в уже существующих изданиях, таких как «Отечественные записки» Краевского, где свои работы публиковали Михаил Юрьевич Лермонтов, Алексей Васильевич Кольцов, Владимир Александрович Сологуб, Виссарион Григорьевич Белинский, Александр Иванович Герцен, Николай Платонович Огарев, Михаил Михайлович Бакунин. Впоследствии многие из них перешли в журнал «Современник», который начал набирать популярность после смерти Александра Сергеевича Пушкина.

В течение долгих десяти лет после гибели поэта руководство журнала мечтало о создании собственной политической линии, которой не было. Однако с приходом Николая Алексеевича Некрасова, Ивана Ивановича Панаева, Николая Гавриловича Чернышевского и Николая Александровича

¹ Козлова, М.М. Средства массовой информации. Исторический аспект. М., 2019. С. 55.

Добролюбова в «Современник», журнал превратился в трибуну защитников революционных перемен. Реформу 1861 года сотрудники журнала жестко отвергли, понимая ее антинародный и крепостнический характер¹. В то время как они не могли открыто высказаться, журнал встретил ее «заговором молчания». Это была своеобразная форма протеста на фоне безудержных похвал.

Во второй половине XIX века появились новые издания – юмористические и сатирические еженедельники. «Искра» стала самым ярким представителем этого типа печатных изданий. В ней были опубликованы произведения Николая Александровича Степанова, Василия Степановича Курочкина, Ивана Ивановича Панаева, Дмитрия Дмитриевича Минаева и других авторов.

Редакция тесно контактировала с читателями. Они приходили и рассказывали свои истории, которые становились основой работы. Сатирические рисунки и карикатуры играли большую роль в «Искре». Здесь также печатались афоризмы, пародии, сценки и диалоги. Еженедельник носил достаточно радикальный характер в своей сатире. Журналисты не отвечали на критику, а нападали первыми.

В эпоху правления Александра II произошли либеральные изменения в регулировании СМИ и СМК, которые заменили ужесточение цензуры. Главным результатом этого государственно-правового регулирования стало отмена предварительной цензуры и установление последующей (карающей цензуры). Это решение было связано с необходимостью получения государством объективных данных, чтобы качественно реформировать государство.

Власть признала право общества на принятие решений по вопросам развития государства. Однако реформа имела недостаток – правительство не смогло организовать диалог на всех уровнях вертикали власти, что привело к тому, что на местах общество оказалось не вовлеченным.

¹ Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели. М., 2018. С. 89.

Гражданское общество формировалось «сверху» в столичных городах, а в обществе, не готовом к таким изменениям, распространились радикальные идеи. Они стали основой для свержения монархии, а затем и буржуазии.

На протяжении конца XIX века было множество различных изданий. Благодаря поддержке капиталистов, тиражи благопристойных изданий и гонорары для литераторов там только увеличивались. Общественно-политические и литературные ежемесячники, вероятно, были самой большой группой периодических изданий того времени. Однако отсутствие массового революционного рабочего движения в стране означало, что эти газеты были недолговременными¹.

Была необходима единая организация, которая взяла бы на себя революционную пропаганду, агитацию и организацию рабочих в партию. Среди журналов, которые существовали в России, были издания различной ориентации, например, либеральные «Русская мысль» и «Вестник Европы», народнический «Русское богатство», монархический «Русский вестник», а также журналы самообразования «Научное обозрение» и «Образование», иллюстрированные семейные журналы «Нива» и «Родина», журнал для народного чтения «Журнал для всех».

Организации, занимающиеся политикой, осознавали важность общественного мнения и роли средств массовой информации и коммуникации. Особенно коммунистические партии использовали их для захвата власти, что привело к новому этапу развития СМИ и СМК – этапу партийной цензуры (1918-1991).

Возвращение цензуры стало характерным для этапа правового регулирования средств массовой информации в СССР, несмотря на создание новых СМИ, таких как радиовещание и телевидение. Средства массовой информации были поставлены под контроль партии первыми декретами советской власти, определявшей их развитие на протяжении всего XX века².

¹ Козлова, М.М. Средства массовой информации. Исторический аспект. М., 2019. С. 60.

² Козлова, М.М. Средства массовой информации. Исторический аспект. М., 2019. С. 110.

В начале нового столетия действие партийной цензуры привело к уничтожению всех не подконтрольных большевикам средств массовой информации и вернуло общество к допетровским временам. Партия заменила религию во всех сферах жизни общества, поэтому не случайно советская цензура была поставлена на один уровень с религиозной цензурой. Важно отметить, что термин «СМК» появился в период СССР раньше, чем термин «СМИ».

В 1960-х годах советские ученые ввели понятие СМК, которое описывало средства коммуникации на массовой основе. Однако в 1970-х годах термин «СМИ» был введен в отделе пропаганды ЦК КПСС и начал активно использоваться, вытесняя понятие СМК. Это произошло из-за того, что термин «СМИ» подразумевал наличие централизованной инстанции в форме прессы, телевидения и радио, за которыми стояло государство с монопольным правом на информацию. Однако этот подход рассматривал аудиторию как пассивных потребителей, что было некорректно. СМК же описывало совокупность средств, которые помогали людям коммуницировать на массовой основе.

В отечественном законодательстве и науке термин «СМИ» стал употребляться в 60-е годы XX века. Несмотря на критику ученых, под влиянием КПСС, который прекратил свою диктатуру только после распада СССР, термин продолжал считаться правильным. После распада СССР начался современный этап регулирования деятельности СМИ и СМК ¹.

Сегодняшнюю структуру российских СМИ отличает три важнейшие особенности от советской. Во-первых, аудитория изменила свои предпочтения: «читающая нация» превратилась в «нацию телезрителей». Самым мощным общедоступным средством воздействия на общественное сознание является телевидение.

На современном рынке в России произошли изменения. Вместо прежней вертикально-иерархической структуры советских времен, на смену пришли

¹ Там же. С. 115.

горизонтальные сетевые конфигурации региональных местных рынков. Кроме того, реклама теперь стала неотъемлемой частью медиасистемы России.

Открытая реклама товаров и услуг занимает от 20% до 40% от общего времени трансляций, согласно исследованию МГУ, им. Ломоносова, МПГУ и МГППУ. Производители используют рекламу как товар, что является ярким примером информации. Однако они искажают характеристики продукции, представляемой на телевидении, радио и в специальной печати, чтобы ускорить ее сбыт ¹.

Таким образом, реклама содержит множество субъективной информации. Хотя явная реклама занимает только третью часть эфира, ее влияние на зрителей превышает время показа и оказывает более значительный эффект.

Подводя итог историческому обзору, необходимо сделать вывод: средства массовой информации прошли долгий путь становления и развития в России. Неоднократно власть и государство стремились контролировать СМИ, порой вводя жесткую цензуру. Однако, несмотря на эти факторы, в 90-е годы XX века медиа получили свободный статус. Запрет цензуры, свобода слова и абсолютный доступ к информации – стали основными постулатами демократического современного российского общества.

1.3. Место и роль СМИ в современном обществе

Современное общество неразрывно связано со средствами массовой информации, которые играют важнейшую роль в формировании общественных процессов. СМИ являются главным источником информации для индивидов, помогая им ориентироваться в современном мире. Однако их функции не ограничиваются только предоставлением информации. Сегодня они выполняют многочисленные функции: контроль, организация и просвещение населения.

¹ Грабельников, А.А. Средства массовой информации постсоветской России. М., 1996. С. 150.

Современные СМИ больше не обрабатывают и передают информацию, они также контролируют и трансформируют внутренний мир индивидов. Но вместо того, чтобы расширять границы сознания, медиа все чаще манипулируют им, используя растиражированные стандарты поведения. Они стараются вызвать определенную реакцию на информацию, которую они передают, чтобы удовлетворить запросы своих заказчиков.

Медиа выполняют значимую функцию в создании социального и политического мировоззрения в обществе¹. Несмотря на это, со временем, определенные типы масс-медиа могут изменяться. К примеру, все более важным становится Интернет, который пользуется большой популярностью не только у молодежи, но и у людей старшего поколения.

В России глобальная сеть не считается главным источником информации, лишь только 10% населения отдают предпочтение именно ей для получения информации². В мегаполисах и для юной аудитории значение Всемирной паутины как источника данных усиливается.

Пресса оказывает значительное влияние на формирование ценностей, манер и жизненного пути личностей. Она устанавливает прототипы поведения и отношения к явлениям социальной жизни, которые не всегда соответствуют фактическому положению дел.

Исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенное в 2022 году, показало воздействие масс-медиа на формирование общественного мнения³. Граждане России, которые критически настроены по отношению к большинству органов власти, отмечают высокую значимость Президента РФ и государственных СМИ в формировании общественного мнения.

Средства массовой информации, которые включают прессу, телевидение, радио и онлайн-ресурсы, играют важную роль в формировании политических взглядов граждан и занимают второе место в списке социальных институтов

¹ Колесниченко, А.В. Практическая журналистика. М., 2018. С. 43-44.

² Соломатин, Е.В. СМИ как средство воспитания в системе военно-политической работы. М., 2022. № 70. С. 22.

³ Соломатин, Е.В. СМИ как средство воспитания в системе военно-политической работы. М., 2022. № 70. С. 22.

общества. Одобрение их деятельности остается стабильным на уровне 53-55% в течение многих лет.

Соотношение власти и масс-медиа зависит от различных факторов, ряда обстоятельств и внутренних проблем государства, а также международной обстановки. Журналисты стремятся получить доступ к наиболее влиятельным представителям власти, включая глав политических партий, руководителей государственных органов и правительств, с целью получения необходимой информации по ключевым вопросам государственной политики. Связи элиты и масс-медиа устанавливаются через множество каналов связи.

Процесс социальной адаптации, формирующий облик личности, предполагает получение социокультурного опыта. Медиа принимают активное участие в процессе интеграции личностей в общество¹. Полноценное расцветание индивидуума недостижимо без коммуникации с социумом и другими личностями, а также без усвоения стандартов, принципов и правил общества.

Явление приобретения социального опыта или социализация – стержневой процесс, определяющий социальную сущность человека. Средства массовой информации являются активным агентом приобщения индивида к обществу. Полноценное развитие личности возможно только во взаимодействии с другими людьми и обществом, при условии усвоения индивидом норм, ценностей и законов социума. СМИ – основной транслятор социального опыта, поэтому деятельность средств массовой информации в процессе социализации очень важна. А.Р. Тузиков утверждает, что СМИ «в состоянии в значительной степени программировать массовое сознание, ежедневно предлагая не только повестку дня (о чем думать и на что обратить внимание), но и задавая схемы интерпретации обсуждаемых событий»².

¹ Савинова, О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей. М., 2012. № 4. С. 78.

² Тузиков, А.Р. Теории идеологии в западной социологии: от критики «ложного сознания» к анализу дискурсивных практик масс-медиа: автореф. дис. ... д.с.н. М., 2003. С. 21.

Средства массовой информации выполняют функцию критики и контроля. Эту функцию в политической системе осуществляют не только средства массовой информации, но и оппозиция, а также специализированные институты судебного и иного контроля¹. Критика со стороны оппозиции обычно концентрируется на правительстве и поддерживающих его партиях. Объектом внимания средств массовой информации являются и президент, и правительство, и суд, и различные направления государственной политики, и сами средства массовой информации. Их контрольная функция основывается на общественном мнении. Общественное мнение становится в этом случае мощным средством политики, инструментов реализации политических замыслов и достижений политических целей. Средства массовой информации всегда стремятся использовать общественное мнение в политических целях, и, как правило, это им удается.

Социализация протекает в течение всей жизни человека, однако на начальных этапах формирования личности ее значение первостепенно. Именно в детстве, юности и молодости закладывается основной интеллектуальный и нравственный потенциал человека, влияющий на все его дальнейшее существование. Формирование личности происходит под постоянным влиянием получаемой информации, оказывающей воздействие на ценностные ориентации, установки и поведение молодых людей. Среди многочисленных социальных факторов, определяющих процесс социализации молодежи, таких как семья, образование, среда сверстников, средства массовой информации имеют большое значение.

В силу возрастных особенностей молодые люди наиболее восприимчивы к получаемой информации, кроме того, молодежь в сравнении со старшими поколениями лучше усваивает новые информационные технологии и является их основным пользователем, поэтому проблемы влияния СМИ на молодежь активно исследуются учеными всего мира².

¹ Константы русской политической культуры: методическое пособие. М., 2007. С. 34-35.

² Ручкин, Б.А. Молодежь и общество: уроки истории. М., 2016. С. 132.

Говоря о влиянии СМИ, надо в первую очередь отметить их информационную и просветительскую роли. В последнее время набирает силу тенденция превращения средств массовой информации в сферу самореализации личности. К давно существующей переписке зрителей с газетами и журналами, добавились передачи радио и телевидения с прямым участием слушателей и зрителей. Развитие электронных систем породило совершенно новый вид коммуникации и самореализации – участие человека во взаимодействии с определенными интересующими его по тем или иным причинам партнерами.

Однако средства массовой информации имеют ряд параметров, которые негативно влияют на формирование духовно-нравственных и политических ценностей. Так, они широко известны транслированием агрессии, насилия и жестокости. Более того, особую популярность получают сюжеты, демонстрирующие преступный мир, незаконную деятельность. Они располагаются на втором месте в списке по проценту времени, выделенного на трансляцию, сразу после рекламы. Бесконечный показ или описание трупов, перестрелок, ограблений не является чем-то необычным и воспринимается как шоу или увлекательное чтение. Это вредоносная привязанность может причинить значительный ущерб физическому благополучию, поскольку индивидуум становится менее подвижным, набирает лишний вес и страдает от расстройств сна.

Сейчас достаточно очевидно, что язык выполняет свои функции тем лучше, чем совершеннее его реализация в средствах массовой информации. СМИ недаром называют четвертой властью¹. СМИ даже не четвертая власть, а первая власть, потому что влияние на речевые вкусы и предпочтения миллионов людей значительнее, во всяком случае – не меньше, чем у семьи, школы и других общественных институтов. Это влияние будет плодотворным при сильной языковой политике.

¹ Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. М., 2010. № 12 (83). С. 69.

В результате общественных перемен происходят изменения в реализации функций СМИ: образовательная и просветительская задачи практически не выполняются, воспитательная сводится к пропаганде идеалов общества потребления, функция информирования населения в России не всегда выполняется в соответствии с постулируемыми принципами демократического развития общества¹. Наряду с этим функции рекреационная, развлекательная, рекламная реализуются избыточно.

Изменяется само управленческое воздействие, оказываемое СМИ на общество. С одной стороны, оно сводится к пропаганде социально-нравственных императивов и установок потребительского общества, которые быстро и легко усваиваются молодым поколением, не имеющим еще четкой системы ценностей и жизненных ориентиров.

Таким образом, роль СМИ в современном обществе обусловлена двумя значимыми факторами. Во-первых, они являются мощным инструментом воздействия на общественное сознание, а значит несут ответственность перед обществом за деятельность по созданию и распространению массовой информации. Во-вторых, являясь частью социальной и политической системы в целом со всеми присущими им правами и обязанностями, участвуют в управлении обществом и регулировании политических, социальных, правовых, экономических, духовных и других отношений. Наиболее существенна роль СМИ в политической деятельности.

¹ Нугаева, Р.М. Жизненные приоритеты современной молодежи. М., 2016. № 46. С. 373.

Глава II. Формирование общественного мнения и духовно- нравственных ценностей социума

2.1. Манипулирование общественным мнением

В социологической науке под общественным мнением понимают такое состояние массового сознания, в котором индивиды выражают собственное отношение (скрытое или явное) и складывают его в общее, именуемое общественным¹. Отношение выражается и к бытовым явлениям, и мировым событиям, а также фактам социальной действительности, затрагивающим потребности и интересы личности в обществе.

Становление и расширение общественного мнения осуществляется путем формирования через различные каналы. Прежде всего, целенаправленно коллективное мнение формируется при помощи политических структур и социальных учреждений. Стихийно – путем жизненных обстоятельств, социальной практики и обычаев. Индикаторами определенного общественного мнения являются его распространенность и сила выражения.

Определенные социальные группы и категории людей, включая работоспособное население, молодежь, членов организаций и представителей определенных профессий, также оказывают влияние на общество в целом, выражая собственное общественное мнение². Важно отметить, что количество высказывающихся, содержание суждений и их направленность – «за» или «против», не играют роли в определении общественного мнения.

Общественное мнение может быть искаженным или относительно точным в соответствии с тем, какие интересы различных слоев населения отражаются на разных уровнях общественного сознания и насколько они подвержены манипуляциям со стороны СМИ. Воздействие через скрытые социально-психологические методы на подсознание людей, включая внушение

¹ Кузьмин, О.В. Социология общественного мнения: специальный курс. Новосибирск, 1996. С. 43.

² Карпова, В.С. Интерес к политике: формы вовлеченности, динамика и результат. М., 2012. № 15. С. 55.

и другие техники, представляют собой форму управления поведением личности, группы, общества.

В книге «Манипулируемый человек» (1964 г.) социолога из ФРГ Г. Франке впервые рассматривается манипулирование, как способ управления общественным мнением. Франке подробно описал приемы управления психикой¹.

По мнению писателя, многие действия, направленные на влияние других людей, могут быть скрытыми и наносить вред психическому состоянию целевой аудитории. Более того, манипулирование может применяться с целью обеспечения интересов различных группировок, запрещенные организации, государственные и общественные организации, которые могут противоречить интересам индивидуумов.

Скрытность и ловкость являются главными характеристиками управления общественным мнением, которые применяются для программирования поведения людей. Эти свойства ограничивают возможный ассортимент методов управления, который можно рассматривать как манипуляцию.

Многочисленные исследователи полагают, что манипулирование представляет собой программирование взглядов, стремлений, эмоционального состояния и массового настроения с целью достижения желаемых действий. Этим занимаются люди, обладающие инструментами управления². В первом случае манипуляторы обращаются к подсознанию человека, используя главным образом психические и психологические методы, чтобы влиять на отдельные личности или различные социальные группы. Данные способы основываются на персональном взаимодействии между управляющим и управляемым объектом.

Все иные ситуации, где требуется манипулирование, подразумевают воздействие на коллективный разум, и поэтому используются приемы социальной психологии. Несмотря на это, в определенных случаях механизм

¹ Франке, Г.В. Манипулируемый человек. М., 1964. С. 135.

² Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 44.

воздействия на людей продолжает работать путем настройки индивидуального поведения в нужном направлении для манипулирующей стороны.

Управление обществом через манипуляцию для достижения или сохранения власти — это историческое явление, известное с давних времен. В государствах древности главными способами управления обществом являлись непосредственное принуждение и разнообразные формы насилия, применяемые правящими над подчиненными.

Тем не менее, в процессе усложнения социальной структуры, расширения социальных связей и развития информационных систем, эти приемы становятся все более неэффективными для сохранения лидерства одних социальных групп над другими и обеспечения стабильного функционирования и развития частной собственности и жизнедеятельности¹.

Таким образом, социальная организация больших масс людей тесно связана с потребностью в социальной справедливости, что влечет за собой необходимость создания новых методов обеспечения их стабильности через установление социального соглашения.

Основной задачей масс-медиа является воздействие на коллективное мнение, которое в большинстве случаев строится на применении устоявшихся образов мышления. Многие эксперты утверждают, что медиа формируют фиктивный образ реальности, который можно назвать псевдореальностью².

Ежедневно миллионы зрителей потребляют комплекс стандартных идей, который представлен в стандартных формах продукции массового производства информации и развлечений. Такие стандарты находятся и на телевизионных каналах, и в печатных изданиях через сериалы, ток-шоу, интервью знаменитостей. Готовые модели поведения предлагают потребителям мыслить уже, не рефлексировав над той или иной проблемой. Именно так группа заинтересованных лиц совершенно неочевидно подвергает аудиторию слепому манипулированию.

¹ Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С. 50.

² Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Белгород, 2010. № 12 (83). С. 72.

В работе Дмитрия Бочкарева «Политика иллюзии: СМИ и манипулирование общественным мнением» отмечается, что люди желают имитировать высшие социальные слои, что дает возможность элите навязывать определенный стиль жизни¹. Существующие группировки имеют большое влияние на поведение людей. СМИ, которые подчиняются доминирующему слою, стараются внушить систему общих ценностей, например, за счет трансляции на экранах представителей среднего и высшего классов, людей с высоким доходом и престижными профессиями.

В настоящее время власть информации играет ключевую роль в управлении обществом, в то время как влияние денег и принуждения государства отходит на задний план. Медиа выступают переносчиками и распространителями важной политической информации и знаний.

Сведения политического характера относятся к информации, которая имеет социальную значимость и нуждается в пристальном внимании со стороны государственных структур. Эти данные создают впечатление о работе государства, законодательной власти, политических организаций и других социальных институтов, а также об экономической, культурной и других сферах общества.

Ключевыми этапами процесса информирования являются получение, отбор, обработка, анализ и распространение информации. СМИ воздействуют на политику через влияние на данный процесс и формируют мнение общественности.

В современных демократических обществах заинтересованные группы воздействуют на формирование общественного мнения, применяя в СМИ психологические техники. Так, в рекламных кампаниях все чаще можно увидеть открытые призывы к определенным действиям, сопровождающиеся ссылками на авторитетных личностей, подмену понятий и статистическими данными. Для наиболее полного эффекта авторы таких кампаний подбирают специальное аудио и видео сопровождение, вызывая у зрителя эмоции.

¹ Бочкарев, Д.И. Политика иллюзии: СМИ и манипулирование общественным мнением. М., 2020. С. 44.

Таковыми же приемами пользуются редакторы политических и социальных ток-шоу. Намеренно воздействуя на психику потребителя, авторы прибегают к ярким и эмоциональным высказываниям, готовым выводам. Именно таким способом заинтересованным лицам удастся сформировать у зрителей впечатление, что преподносимая точка зрения является единственно верной. Более того, на этом фоне складывается ощущение единства. Потребитель не чувствует себя одиноким в своих убеждениях, напротив, он испытывает сопричастность к большому коллективному мнению.

Таким образом, информированность граждан прямо зависит от того, как, с какой целью и по каким критериям информация выбирается, насколько она отображает реальные события после переработки, а также от метода и формы ее представления.

2.2. Формирование политической культуры в современном социуме

Политическая культура – это область всей культуры общества и основополагающая категория современных политологических наук¹. Формирование политической культуры – это целенаправленный процесс воспитания и обучения, включающий в себя освоение обучающимися политического опыта, развитие соответствующего нормам современного демократического общества политического сознания и подготовку к адекватному политической реальности конвенциональному поведению, процесс становления личности как субъекта и объекта политических².

Главная роль в формировании политической культуры принадлежит государству. Этот важнейший политический институт в отличие от других является организацией не части общества, а всего социума. Государство выступает выразителем общих интересов и устремлений разнородных частей общества, становясь гарантом его единства и

¹ Русакова, О.Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики. Ижевск, 2014. № 14. С. 58.

² Константы русской политической культуры: методическое пособие. М., 2007. С. 21.

безопасности. Обладая властью над всеми членами общества, оно способно поддерживать в обществе баланс политических убеждений, мнений и ценностей.

При этом государство может использовать не только систему законодательных, исполнительных и судебных органов, но и свою монополию на применение легитимного (законного – с согласия большинства граждан) насилия вплоть до лишения жизни и состояния. Не только содержание и характер политической культуры во многом задаются государством, но от него зависят и перемены в ней. Коренные изменения государственных функций, ориентации, происходящие в результате революций и реформ, приводят к постепенному формированию новой политической культуры. Процесс этот, как правило, длительный, совершающийся за время жизни двух, а то и трех поколений.

Яркий пример тому – история России на протяжении XX века. Потребовались десятилетия, чтобы сложилась жесткая тоталитарная государственная модель управления и соответствующая ей политическая культура¹. И сейчас эта культура еще во многом определяет традиции и стереотипы сознания и поведения граждан России. Новая культура только формируется, и трудно предугадать, какой она будет. Одно несомненно: универсальная демократическая форма разделенных властных политических институтов, закрепленная Конституцией, еще долго будет осваиваться и наполняться национальным содержанием, приспосабливаться к национальным традициям, находить свой специфический баланс политических сил.

На тип политической культуры оказывает влияние система средств массовой информации (СМИ).

Например, в Советском Союзе моноидеологизированные СМИ отсекали «ненужную» информацию и лишали людей возможности знакомиться с плюралистическим освещением событий. Ограниченность информационного

¹ Жеребкин, М.В. Трансформация российского общества: Специфика, процесс, будущее. М., 2021. С. 143.

поля формировала подданническую и патриархальную психологию, сознание полной зависимости от властных структур, черно-белое восприятие мира¹.

Практически средства массовой информации являются одновременно и инструментами власти. Они могут способствовать тому, что население поддержит или, напротив, отвергнет определенные цели, тот или иной политический курс. СМИ пропагандируют (прямо или косвенно) и внедряют в сознание людей господствующие ценности, идеалы, идейно-политические установки, поведенческие ориентиры².

Свою чисто информационную роль СМИ наиболее полно выполняют в условиях демократической политической культуры. Культура гражданина, культура участия, позволяет ориентироваться в разнообразных трактовках и версиях и осознанно делать выбор в пользу более близкой версии по мировоззренческим позициям.

При анализе воздействия массовых коммуникаций на политическую культуру общества России, необходимо подчеркнуть, что большинство средств массовой информации в стране имеют низкий уровень толерантности. Они часто используют различные методы подачи информации, чтобы вызвать негативную реакцию у аудитории к нациям, странам и политическим партиям, которые выражают противоположные взгляды политическим структурам, находящимся у власти.

В процессе формирования политической культуры, СМИ взаимодействуют функционально с другими источниками политической информации. СМИ, прежде всего, являются информационными средствами, которые работают с помощью технических программ, в отличие от образовательных и воспитательных систем³. Они предоставляют информацию одновременно массе граждан и каждому из них в отдельности, поэтому она в некоторой степени обезличена.

¹ Грабельников, А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: Итоги и перспективы. М., 2000. С. 115.

² Пеньков, В.Ф. Политическая культура как фактор развития политического процесса в современной России. М., 2012. С. 88.

³ Кондратьева, Е.В. Роль институтов гражданского общества в повышении нравственного и правового сознания граждан. Томск, 2012. № 7. С. 10.

При распространении информации субъекты СМИ больше учитывают общественные интересы, установки и потребности, чем индивидуальные желания каждого человека. В получении информации каждый потребитель чувствует себя частью массы людей и реагирует на установки и посылы в информации одинаково.

Массовая информация содержит общие установки и социальные образцы, необходимые для нормального существования всего социума независимо от социального статуса. Это означает, что СМИ играют важную роль в формировании политической культуры, создавая представление о мире политики, который выходит за рамки повседневной деятельности большинства людей.

Межличностное общение, обучение и восприятие информации от других СМИ являются более конкретными способами «шлифовки» политической культуры личности, когда индивиду дополняют имеющиеся у него политические сведения и он вырабатывает свою собственную позицию по политическим вопросам.

Для социальной коммуникации важно не только диагностировать и корректировать потребности и интересы общества и государства, но и модифицировать основные ценности социума. Демократия и свобода слова должны перестать быть абстрактными понятиями и стать реальными инструментами социально ориентированной политики государства. Для этого необходимо разработать методику взаимодействия институтов гражданского общества и власти.

В некоторых регионах уже приняты законопроекты, регулирующие взаимоотношения некоммерческих организаций и органов регионального и муниципального управления, благодаря лоббированию некоммерческими объединениями. Развитию процесса управления на любом уровне должно способствовать активное вовлечение населения. С этой целью, СМК и НКО могут проводить общественную экспертизу законопроектов, инициировать открытые парламентские слушания или публичные обсуждения. Таким

образом, обеспечится соответствие законопроектов интересам общества наиболее полно и равноправно.

С использованием сетевых технологий возможно создание качественно новой модели социальной коммуникации. Эта модель предполагает максимально полный и равноправный обмен сведениями о происходящих в обществе процессах и явлениях.

Электронную демократию рассматривают как способ самоорганизации общества, который обеспечивает соответствие критериям открытости, подотчетности, восприимчивости интересов и потребностей социальной среды государственного и муниципального управления¹. Использование информационных коммуникационных технологий позволяет гражданам более эффективно реализовывать свои права, а политическим акторам – популяризировать свои инициативы и решения. Обратная связь, формируемая и активируемая коммуникацией, обеспечивает взаимодействие между субъектом и объектом.

Внедрение информационных коммуникационных технологий (ИКТ) необходимо для совершенствования моделей и механизмов управления. Эти процессы неизбежны, поскольку новые технологии невозможно внедрить в старые рамки². Кроме того, ИКТ обеспечивают прозрачность политического процесса для населения и расширяют взаимодействие государственных структур с институтами гражданского общества, что является еще одним инструментом управления.

СМИ выполняют конкретные функции в формировании политической культуры личности, в том числе, телевидение, которое является основным информационным источником, из которого граждане получают сведения о политических лидерах, общественно-политических партиях и блоках, их предвыборных программах и т. п.

¹ Паликова, А.М. Влияние средств массовой информации на формирование электоральных предпочтений российских избирателей. М., 2011. С. 11.

² Пеньков, В.Ф. Политическая культура как фактор развития политического процесса в современной России. М., 2012. С. 35.

Согласно опросу, проведенному в Пензенской области в 2023 году среди жителей в возрасте от 18 до 55 лет (Приложение 2), телевидение является основным и приоритетным источником информации, рассказывающим о политических событиях. 89,9% опрошенных получает информацию из телевизионных программ и репортажей федеральных телеканалов, которые характеризуются объективностью, оперативностью и наглядностью. Доступность такого рода информации и ее достаточный объем удовлетворяют потребности большинства граждан.

Информация о последних политических событиях поступает из ежедневных и итоговых новостей. Около 71% опрошенных выбирают новостные программы в качестве основного телевизионного источника информации. Анализируя наиболее популярные аналитические программы, респонденты отметили такие, как «Однако», «Времена», «Парламентский час» и другие, которые предлагают глубокий анализ актуальных политических проблем и событий. Это подчеркивает важность политической информации как главного ресурса для эффективного взаимодействия в политической сфере.

Для гарантирования достойной политической культуры граждан России, СМИ необходимо придерживаться главных принципов, таких как: точность, полнота, высокое качество и объективность информации о работе государственных органов на различных уровнях и в разных сферах.

Также необходимо гарантировать обратную связь с аудиторией через информационные ресурсы в местных и городских СМИ. Равноправный доступ к государственным данным следует гарантировать различным политическим силам и институциональным структурам гражданского общества, включая молодежь.

Качество политического образования и культуры граждан является ключевым фактором, определяющим способность и возможность реализации гражданских прав. Человек, имеющий грамотность в политической сфере, обладает четкими представлениями об учреждениях и организациях государственной власти, законодательной системе, отдельных политических

функциях, а также о политических главах, учитывая их популярность и влияние.

В конечном итоге, ввиду сложностей, которые испытывает российское общество, СМИ должны стать эффективным посредником между народом и властью. Эта связь имеет одинаковую значимость как для государственных структур, так и для граждан России.

Таким образом, средства массовой информации играют важную роль в распространении информации о политических событиях. Большинство опрошенных выражает заинтересованность в политической жизни страны, что свидетельствует об активной заинтересованности в вопросах политики в настоящее время.

2.3. Формирование духовно-нравственных ценностей и патриотизма в современном обществе

Средства массовой информации являются наиболее влиятельной силой воздействия на молодое поколение среди всех агентов социализации, как показывают исследования процессов социализации личности. Именно им принадлежит ведущая роль в современных социальных трансформационных процессах. На данный момент средства массовой информации используются для решения утилитарных задач и для системного воздействия на массовое сознание с целью трансформации менталитета и культивирования нехарактерных для данного общества ценностей¹.

Так называемые «Я-формирующие» технологии призваны заменить традиционные механизмы идентификации, такие как конфессиональные, этнонациональные, культурно-исторические и государственные механизмы, на специально созданные искусственные механизмы идентификации².

¹ Ерофеева, И.В. Роль современных средств массовой информации в трансформации российской духовности. Чита, 2013. С. 32.

² Кузина, С.Е. Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи. М., 2007. № 8. С. 34.

Одним из ярких примеров позитивного использования инструментария СМИ является патриотическая пропаганда во времена Великой Отечественной войны¹. Однако, есть немало случаев, когда СМИ используются для формирования негативных установок, вредных привычек в обществе. Например, в рамках художественных фильмов и передач культивируется отношение современного человека к алкоголю и курению как к нормальному явлению, а не как к деструктивному. Такое отрицательное влияние СМИ на духовно-нравственное воспитание социума не редкость.

Средства массовой информации оказывают воздействие на социум, имея как плюсы, так и минусы. С одной стороны, они способствуют расширению информированности, углубляют знания, приобщают к культуре, искусству и литературе, формируют нравственные оценки и способствуют духовному росту².

Примером может служить наблюдаемая сегодня тенденция – расширение рынка просветительских журналов, возрождение изданий для семейного чтения, а также растущий интерес к этнографии и краеведению. Журналы «для всех» больше других изданий отражают ценностные ориентиры общества, по крайней мере, тех, кто их читает. Они предоставляют широкий спектр информации.

Школьники часто наблюдают за обучающими передачами в СМИ, такими как «Подводная одиссея команды Кусто», «Очевидное-невероятное», «От винта», «Клуб путешественников», «Великие тайны и мифы XX века» и другие. Эти программы, в большей или меньшей степени, связаны с основами наук, которые изучаются в школе. Многие СМИ выполняют просветительские функции, включая также и обучение.

Однако СМИ имеют возможность манипулировать сознанием зрителей. Они могут создавать видимость полезного времяпрепровождения, распространять ложную информацию, лишая зрителей способности к

¹ Гришина, Е.А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников. М., 2013. № 1. С. 55-57.

² Савинова, О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей. М., 2012. № 4. С. 56.

самостоятельному размышлению, критическому суждению или свободному выбору, а также волевому действию¹.

Литература, которая пропагандирует желание заработать деньги любой ценой, жажду выглядеть богато и достижение цели неважно какими методами, игнорируя мораль и нравственность, заслуживает особого внимания. Эти печатные и интернет-издания имеют огромную аудиторию и часто не подвергаются контролю со стороны общества или законодательства². Некоторые из наиболее распространенных журналов в этой категории включают Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Elle, Vogue, Grazia и «Домашний очаг».

Журналы, которые рекламируют высокую моду, косметику и стиль жизни современной женщины, обращены к читательницам в возрасте от 20 до 35 лет. С другой стороны, читатели мужских журналов Playboy, Maxim, Esquire, Men'sHealth, FHM (ForHimMagazine) – это уверенные в себе мужчины старше 25 лет, которые делают успешную карьеру. Серия изданий меньшего объема и формата предназначена для более молодых читательниц. Однако, такие издания скорее навязывают образцы поведения, чем воспитывают эстетические вкусы и пропагандируют новый стиль жизни.

В сфере телевидения можно выделить основные тенденции в отношении его воздействия на духовную жизнь социума³.

В последние десятилетия предпочтения публики в образовательных программах изменились, совершив переход от образовательных к развлекательным программам. Эта тенденция привела к тому, что сегодня происходит перенасыщение продукцией, адресованной непосредственно молодежи.

Шоу-программы, в которых на первый план ставится эмоциональная насыщенность и сенсация, становятся все более популярными. Примерами

¹ Северская, О.И. Система ценностей в зеркале русской прессы 2000-х. СПб., 2014. № 3. С. 83.

² Савинова, О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей. М., 2012. № 4. С. 56.

³ Мирович, О.А. Роль телевидения в формировании духовно-нравственных ценностей младших школьников. М., 2013. № 21. С. 54.

таких программ могут служить «Беременна в 16», «Мужское/женское» и «Пусть говорят». В этих программах участники часто создают конфликты, споры, столкновения, что вызывает эмоциональную и ситуативную напряженность¹.

Зарубежные исследования подчеркивают глобальное влияние телевидения на развитие духовно-нравственных ценностей. В 2001 году главный хирург США опубликовал доклад, посвященный проблеме молодежного насилия². В этом докладе было подчеркнуто, что просмотр фильмов и телепрограмм, содержащих акты насилия, является фактором риска для подростка, находящегося на том же уровне воздействия на сознание, что и иные факторы, такие как бедность, плохое социальное окружение и низкий уровень интеллекта.

Согласно опросам общественного мнения за 2005-2015 года, телевизионные передачи в США перегружены насилием по мнению около трех четвертей жителей. Телекомпания Fox News провела опрос после случаев убийств, совершенных школьниками, и выяснила, что 29% американцев считают создателей кинофильмов, телепередач и музыки ответственными за эти преступления³. Однако большинство (58%) винят родителей. Опрос, проведенный службой Gallup, показал, что телевидение считается второй главной причиной роста детского насилия в США (40% обвинили в этом родителей, 8% – телевидение, 7% – недостатки работы учителей, 6% – психологические проблемы детей, 5% – утрата строгих моральных императивов обществом).

Для России важно воспитывать патриотизм среди молодежи, и это является стратегической необходимостью. Однако, государство не может решить эту сложную задачу самостоятельно. В этом вопросе требуется помощь

¹ Мартыненко, Е.В. Особенности духовной жизни российского общества через призму СМИ и эстетической. М., 2015. № 22. С. 132.

² Millwood A.H. and Livingstone S. Harm and Offence in the Media Content. A review of the evidence. UK, Portland, OR, USA. 2006. С. 221.

³ Cantor, J. Children's Attraction to Violent Television Programming // Why We Watch: Attractions of Violent Entertainment / Ed. by J. Goldstein. New York, 1998. С. 88-115.

СМИ, которые отвечают за распространение политической и патриотической пропаганды, а также поддержку самой молодежи, которая хочет реализовать программу.

Социологи отдают телерадиовещанию главенствующую функцию в формировании патриотических убеждений и взглядов¹. Тем не менее, оценить значение масс-медиа в контексте формирования патриотизма невозможно однозначно. СМИ могут помочь различным группам людей в проведении разных мероприятий, обращаясь к эмоциональным и чувственным аспектам общественного сознания, таким как любовь к родине и национально-патриотические настроения.

Телепередачи, связанные с военными событиями, применяют фольклорное наследие и эмоциональные переживания людей, чтобы реконструировать образы исторических событий. Признанные фильмы, передачи и спектакли, которые пропагандируют любовь к Родине, получают одобрение со стороны журналистов².

Представители средств массовой информации поддерживают энтузиазм спортивных фанатов, что значительно способствует мощному патриотическому подъему в обществе после побед наших соотечественников на международных спортивных соревнованиях. Привлекательный способ привлечь внимание людей, которые не интересуются политикой и не знают историю, – это яркий рассказ о достижениях нашей родной культуры и спорта.

На федеральных каналах СМИ успешно выполняют свою задачу по развитию патриотизма³. Следующие признаки указывают на это.

Во-первых, продвигаются и героизируются различные исторические эпохи, события и персонажи современной России с целью расширения спектра патриотических личностей. Во-вторых, важным направлением индустрии

¹ Савинова, О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей. М., 2012. № 4. С. 56.

² Вареник, М.С. Свобода СМИ в контексте духовно-нравственной и идеологической консолидации российского общества. М., 2010. № 2. С. 134.

³ Исаева, Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества. Уфа, 2015. С. 22.

сознания, которая представляет собой достаточно мощную отрасль, является манипулирование сознанием пользователей масс-медиа с помощью политических, экономических и других целей. Данная индустрия использует профессиональные методы, которые помогают привлечь и удержать внимание аудитории и изучить цели и объекты воздействия. Кроме того, современные герои будней также продвигаются в средствах массовой информации.

Таким образом, одним из основных социальных институтов, ответственных за формирование ценностных ориентиров, моделей поведения и стереотипов мышления, являются средства массовой информации. Это говорит о значимости данного института социализации, который способен трансформировать ценностные основы внутреннего мира человека. Это также позволяет признать главенствующую роль средств массовой информации в процессе формирования нравственных и духовных основ личности.

Глава III. Методическая разработка применения результатов исследования: молодежный форум «MediaШкола»

Пояснительная записка

Методическая разработка мероприятия в форме молодежного образовательного форума «MediaШкола» создана для обучающихся 7-11 классов образовательных организаций Пензенской области.

Форум направлен на развитие у школьников определенных компетенций, умений и навыков, которые способствуют их личностному росту. Также участие в форму позволит развить умение создавать команду по интересам, а также работать в коллективе в целом. Практика показывает, что современному социуму нужны специалисты, умеющие сочетать в себе несколько способностей: организаторские умения, креативное мышление, технологические навыки. Более того, молодому специалисту необходимо уметь пользоваться инновационными разработками, работая на самых разных интернет-платформах, например, как на традиционных каналах коммуникации, так и в современных виртуальных медиа. Таким образом, в данных условиях цифровизации информационного потока особенно остро стоит проблема подготовки профессионалов в сфере медиаиндустрии.

В современном мире медиа-индустрия является одной из наиболее быстроразвивающихся. На данный момент, для того чтобы оставаться в лидерах индустрии, требуется быстрое внедрение новых технологий. Один из ключевых моментов в этой отрасли – цифровые технологии. Они не только обеспечивают издание более качественного материала, но и позволяют создавать новые форматы контента и обрабатывать большие объемы информации.

Такие возможности доступны не только профессионалам, но и молодым людям. Медиашкола предоставляет возможность школьникам изучить новейшие тенденции современных медиа, получить навыки общения со СМИ и представителями власти. Участвуя в молодежном форуме, обучающийся

получит теоретические знания по различным направлениям журналистики, а также шанс работать рука об руку с экспертами и лидерами данной сферы.

Форум может быть полезен не только для тех, кто хочет работать в сфере медиа, но и тем, кто хочет определить свое будущее. Медиашкола может стать профориентационным инструментом и помочь молодым людям решить, кем они хотят стать в будущем.

Форма: образовательный форум.

Тип: открытие нового знания.

Формы организации обучения: творческая беседа, практическая работа в малых группах, работа в парах, рефлексия.

Целью форума является формирование представления о СМИ, как о важнейшем институте гражданского общества.

В настоящее время, одной из важнейших задач современной образовательной системы является формирование профессиональных компетенций учащихся, в том числе и в сфере медиа. Для достижения данной цели необходимо уделять внимание не только развитию практических навыков, но и формированию активной гражданской позиции личности, а также обеспечению возможностей для вовлечения учащихся в информационно-медийную сферу жизни общества.

В связи с этим, приоритетными **задачами** форума «MediaШкола» являются:

- образовательные: формирование теоретических знаний о том, что такое СМИ, видах и функциях, месте и роли СМИ в современном обществе.

- развивающие: развитие умений обсуждать и доказывать свою личную позицию;

- воспитательные: профессиональная ориентация учащихся, создание возможностей для вовлечения их в общественную деятельность.

Многофакторный подход способствует формированию у учащихся коммуникативных навыков, что, в свою очередь, позволяет грамотно формулировать свои мысли и транслировать их целевой аудитории.

В итоге, успешное выполнение поставленных задач сформирует у участников курса необходимые компетенции в области медиа, что позволит им успешно профессионально реализоваться в данной сфере и находить актуальные решения в рамках современной информационно-медийной среды.

Планируемые результаты: в процессе форума участники получают детальное представление о профессиях в сфере медиа, что дает учащимся возможность более четко сформировать свой профессиональный выбор. Также обучающиеся получают возможность самостоятельно выбирать и структурировать материал, анализировать полученную информацию, учиться принимать решения, работать в команде.

Оборудование: конференц-зал, аудитории для работы площадок, ноутбук, микрофоны, проектор, звуковое оборудование, телевизор, ватман, фломастеры, карандаши, раздаточный материал.

Дидактические материалы: мультимедийная презентация, видеофрагменты, материалы печатных СМИ.

К участию в Молодежном форуме «MediaШкола» приглашаются: обучающиеся в возрасте от 14 до 18 лет с согласия родителей/законных представителей; специалисты в области воспитания и педагоги образовательных организаций Пензенской области.

Форум проводится на базе ГАУК ПО «Центра культурного развития «Дом офицеров».

В помощь участникам форума разработана краткая образовательная программа, способствующая получению знаний о развитии журналистики в России, функциях и месте СМИ в современном социуме. Доступ к материалам будет предоставлен участникам после одобрения заявки на участие в форуме по ссылке.

Краткая программа содержит обучающие материалы в формате цифровых буклетов по следующим направлениям:

- Сущность и основные направления деятельности СМИ;
- История развития СМИ в России;

- Роль СМИ в современном обществе;
- Способы и методы формирования политических и духовных ценностей посредством СМИ;
- Школьные медиацентры и их роль в формировании основных ценностных установок обучающихся (Приложение 1).

Методика подготовки проведения Молодежного форума «MediaШкола»

Молодежный форум «MediaШкола» реализуется в несколько этапов:

- первый этап – подготовительный.
- второй этап – организационный.
- третий этап – проведение форума.

Первый этап осуществляется путем проведения рекламной акции в учебных заведениях и масс-медиа. Организационный этап состоит в формировании рабочей команды, которая включает в себя педагогов, медийных экспертов, молодежных специалистов и волонтеров, ответственных за организацию событий. Затем прорабатывается стратегия, концепция, сюжет, брендинг и мультимедийное выступление мероприятия. Кураторы и модераторы групп и площадок назначаются среди экспертов и добровольцев, а также заранее формулируются творческие задачи для участников мероприятия. Кроме того, проводится работа над разработкой материалов и приобретением полиграфической продукции.

Ход мероприятия:

1. Торжественное открытие форума.
2. Тренинг на командообразование.
3. Площадка № 1 «Кто такой SMM-специалист и как он влияет на развитие гражданского общества?».
4. Площадка № 2 «Как блогеры могут формировать духовно-нравственные ценности в Интернете?».

5. Площадка № 3 «История развития СМИ».
6. Площадка № 4 «Роль в СМИ в формировании политической культуры».
7. Торжественное закрытие форума, подведение итогов.

Сценарий Молодежного форума «MediaШкола»

Во время регистрации участников в зале звучит фоновая музыка.

Сбор гостей. Рассадка в зале. Работа волонтеров.

Ведущий 1: Добрый день, уважаемые гости. Мы рады приветствовать вас на первом Молодежном форуме «**MediaШкола**»!

Фанфары. Аплодисменты.

Ведущий 2: Латинское слово Medium означает «посредник, середина». В современном мире мы понимаем медиа, как совокупность инструментов и механизмов, объединяющих потребителей и различные социальные институты.

Ведущий 1: Кто-то скажет, что медиасфера – это область творческая и креативна, другие считают, что – это настоящее ремесло, которым может овладеть далеко не каждый. Важно одно: журналисты ни за что не променяют свою беспокойную профессию на другую. А профессии медиасферы – это постоянная смена событий, общение с людьми и активный образ жизни.

Ведущий 2: Сфера медиа объединяет инструменты массовой коммуникации, посредников между пользователем и источниками информации. На нашем форуму участники имеют возможность обмениваться знаниями, посетить развивающие мастер-классы и обсудить актуальные проблемы, имеющиеся в сфере медиа в нашем регионе.

(ОТБИВКА)

Ведущий 1: Слово для приветствия предоставляется министру культуры и туризма Пензенской области Бычкову Сергею Владиславовичу.

Выступление министра

Ведущий 2: Молодежный медиафорум – это место, которое объединяет ярких, активных и талантливых молодых людей, интересующихся медиа сферой! Сегодня участникам форума предстоит работать на площадках:

Площадка №1 «Кто такой SMM-специалист и как он влияет на развитие гражданского общества».

Площадка №2 «Как блогеры могут формировать духовно-нравственные ценности в Интернете».

Площадка №3 «История развития СМИ».

Площадка №4 «Роль в СМИ в формировании политической культуры».

Ведущий 1: Мы очень верим в то, что сегодня каждый из участников сможет открыть для себя новую информацию, получить вдохновение и внести свой вклад в развитие гражданского общества в нашем регионе!

Ведущий 2: Сейчас мы предлагаем детально познакомиться с программой сегодняшнего форума.

Ведущий 1: Хочется особо подчеркнуть, что участникам предстоит работать в командах. Для этого кураторы поделят всех участников на 4 группы. Обратите внимание, на ваших бейджах написаны цифры от 1 до 4. Именно по такому принципу произойдет деление на команды.

Ведущий 2: Приглашаем наших волонтеров, которые распределят вас на группы. Перед тем, как вы начнете посещать площадки, рекомендуем придумать название вашей команде.

Ведущий 1: Вы можете задавать вопросы своим кураторам, они помогут вам добраться до назначенной площадки и в процессе мастер-классов будут направлять по творческой части. Работа площадок делится на два блока. После посещения двух станций вас ожидает кофе-брейк в кафе 1 этажа. Затем эксперты будут вас ждать на двух других площадках.

Ведущий 2: Просим обратить ваше внимание. Каждая команда должна будет выполнить задание: снять небольшой репортаж о нашем форуме.

Ведущий 1: Необходимо снять ролик в свободной форме, который может содержать интервью со спикерами, ваши личные впечатления, отрывки с мастер-классов.

Ведущий 2: Ваши работы будут продемонстрированы на закрытии нашего форума на большом экране. Поэтому отнеситесь к заданию с должной ответственностью.

Ведущий 1: Не забывайте делиться своими эмоциями в социальных сетях. Размещая фото и видео, ставьте хэштег нашего форума #Mediaфорум и места проведения мероприятия #Домофицеров.

Ведущий 2: А теперь я передаю слово психологу и эксперту по личностному развитию А.Н. Ивановой.

Тренинг «Вести с полей»

Цель: знакомство с участниками команды, создание дружественной атмосферы в коллективе посредством организации совместной творческой деятельности.

Ход тренинга: участникам необходимо разбиться на микро-группы внутри команды и снять фото на определенные темы: «реклама», «репортер», «монтаж», «новости». Затем каждая микро-группа представляет свои работы и рассказывает основную идею композиции.

Работа образовательных площадок

Примерное содержание работы площадок:

Название площадки	Содержание
Площадка №1 «Кто такой SMM-специалист и как он влияет на развитие гражданского общества?»	Приветствие. Игра на знакомство и сплочение участников. Теория: Современные средства массовой

	<p>информации только начинают свой путь развития в социальных сетях.</p> <p>Social Media Marketing (SMM) – это сфера маркетинга, которая включает в себя продвижение товаров и услуг в социальных сетях. Направление относительно новое и только начинает развиваться в нашей стране.</p> <p>Зачастую SMM-специалиста сравнивают с журналистом. Однако это совершенно разные профессии. Безусловно, можно выделить общие черты. К примеру, можно сравнить необходимые навыки журналиста и SMM-специалиста и заметить, насколько они схожи:</p> <p>SMM-специалист:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение общаться виртуально и конкретно с определенной группой людей. • понимание не только задач компании, но и интересов сообщества. • умение всегда быть в курсе событий. • умение разговаривать с аудиторией на одном языке, что включает правильный выбор форм и содержания комментариев, а также важную составляющую - чувство юмора.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • отражение эмоций аудитории, распространяя позитивные настроения в группе, а также умение правильно работать с негативными отзывами. <p>Журналист:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умение работать с информацией (находить, изучать, отбирать, анализировать, сопоставлять и оценивать факты); • умение в большом объеме информации выделить главное; • умение находить объяснение фактами; • умение говорить или писать быстро, грамотно, легко и при этом интересно и не банально; • умение обращаться с профессиональными приборами и техникой, необходимыми в работе журналиста (диктофон, фотокамера и т.д.); • знание Закона о СМИ и умение им пользоваться; • способность задавать неудобные вопросы и узнавать суть проблемы; профессиональная этика, тактичность. <p>В обязанности специалиста по социальным сетям входит разработка и реализация стратегий в социальных сетях, создание и публикация ежедневного контента, оптимизация страниц компании на различных</p>
--	---

	<p>платформах, модерация пользовательского контента, анализ социальных данных и сотрудничество с другими отделами для управления репутацией и координации действий.</p>
<p>Площадка № 2 «Как блогеры могут формировать духовно-нравственные ценности в Интернете?»</p>	<p>Приветствие.</p> <p>Игра на знакомство и сплочение участников.</p> <p>Прежде чем создать блог и вести его как блоггер, вы должны выбрать нишу для ведения блога.</p> <p>Проще говоря, ниша блога – это конкретная тема, о которой вы будете писать чаще всего или даже исключительно.</p> <p>Чтобы выбрать правильную нишу для вашего нового блога, начните с перечисления всех тем, которые вас волнуют и вызывают желание поговорить о них. Ограничений нет – вы можете включить в этот список любые личные или профессиональные интересы.</p> <p>Подумайте о том, чем вам нравится заниматься в свободное время. Например, вы фотограф-любитель или заядлый программист?</p> <p>Рассмотрите все то, чему вы хотели бы научиться. Например, стремитесь ли вы посещать кулинарные курсы и стать лучшим поваром?</p>

Наконец, обдумайте все свои планы и проекты. Например, планируете ли вы вернуться в колледж, чтобы завершить свое образование?

Для того, чтобы создать свой профессиональный блог Вам нужны две важные вещи: доменное имя и веб-хостинговая компания.

Ваше доменное имя будет тем именем, под которым вас будут знать в Интернете, независимо от того, какую нишу вы выберете. Это уникальный адрес вашего блога в Интернете.

Практика.

Задание 1.

1) Составьте список тем, о которых вы бы смогли писать в блоге.

2) Сформулируйте концепцию блога, которая должна отвечать на вопрос: Почему человеку нужно подписаться на ваш блог?

Задание 2.

Напишите список ваших личностных характеристик. Какой вы человек? Что говорят о вас ваши друзья? В чем ваши сильные стороны? Каким бы человеком вы хотели выглядеть в сети?

	<p>Задание 3.</p> <p>Придумайте 3 темы для будущих постов в вашем блоге.</p>
<p>Площадка № 3</p> <p>«История развития СМИ»</p>	<p>Приветствие.</p> <p>Игра на знакомство и сплочение участников.</p> <p>Устное слово является старейшим в мире средством передачи информации и основой для самых ранних современных электронных средств массовой информации, которые мы сейчас считаем само собой разумеющимися.</p> <p>Радиовещание является очень важным инструментом в журналистике, поскольку оно позволяет журналистам быстро и легко общаться с большим количеством людей. Это также позволяет журналистам транслировать свои репортажи широкой аудитории, что может быть очень полезно в экстренных ситуациях.</p> <p>Существует два основных типа радиовещания: прямое и записанное. Прямая трансляция – это когда журналист выступает в прямом эфире по радио, а аудитория слышит их в режиме реального времени.</p> <p>Есть несколько ключевых моментов, которые следует иметь в виду, когда речь заходит о выступлении на радио. Во-первых,</p>

	<p>важно помнить, что радио – это визуальное средство. Это означает, что ваше выступление должно быть ясным и кратким. Также важно знать о своей аудитории и адаптировать свое выступление к ней.</p> <p>Наконец, важно хорошо разбираться в технических аспектах радиовещания. Это включает в себя такие вещи, как техника работы с микрофоном, микширование звука и редактирование. Понимая эти вещи, вы сможете создать радиопередачу, которая звучит великолепно и которую приятно слушать.</p> <p>Практика.</p> <p>Задание 1.</p> <p>Придумайте рубрику, которую вы бы хотели вести на радио. Какие темы вы бы освещали?</p> <p>Задание 2.</p> <p>Запишите на диктофон телефона 5-минутный эфир, в котором вы поделитесь со слушателями самыми волнующими вас новостями.</p>
<p>Площадка № 4</p> <p>«Роль в СМИ в формировании политической культуры»</p>	<p>Приветствие.</p> <p>Игра на знакомство и сплочение участников.</p> <p>Печатные СМИ – это печатные издания,</p>

	<p>такие как книги, газеты, журналы, рекламные щиты и т.д. В школе это может быть ваша собственная школьная газета.</p> <p>В газете есть много мест для распространения различных типов новостей; например, национальных, международных, редакционных, рекламных и спортивных.</p> <p>Есть множество видов печатной журналистики. Например, художественная журналистика относится к распространенному типу журналистики, в котором журналисты анализируют и освещают события в области искусства, такие как театр, архитектура, кино, драматургия, визуальные иллюстрации, музыка и так далее. В нем обсуждаются традиционные события сообщества, социума, страны и регионов субконтинента. Журналисты-искусствоведы сосредотачиваются на художественных особенностях.</p> <p>Редакционная журналистика относится к жанру журналистики, где главный редактор выражает свое мнение логично и этично. В этом отношении журналисты играют важную роль в формировании общественного мнения, предоставляя рациональные аргументы.</p> <p>Образовательная журналистика</p>
--	--

	<p>занимается освещением любых новостей, связанных с департаментом образования. Сюда входят новости, связанные с развитием системы образования.</p> <p>Фотожурналистика – это особая форма журналистики, которая описывает событие, проблему, конфликт или историю. Пословица гласит, что фотография передает больше информации, чем тысяча слов. Фотожурналистика – это важный процесс передачи эмоций и историй с помощью фотографий.</p> <p>Практика.</p> <p>Задание 1. Составьте макет школьной газеты. Какие в ней будут рубрики? На какой сфере вы бы хотели сделать наибольший акцент?</p> <p>Задание 2. Распределите в своей группе роли и ответственных за задачи, которые стоят перед вами во время создания газеты.</p>
--	--

Закрытие форума. Сбор участников в конференц-зале

Ведущий 1: Дорогие гости, эксперты и участники форума «Mediaшкола», мы рады видеть ваши заряженные глаза, восторженные улыбки. Надеемся, что на площадках вы смогли получить много новой и полезной информации.

Ведущий 2: Настало время посмотреть вашими глазами на сегодняшнее мероприятие. Напомню, каждая команда готовила репортаж. Внимание на экран!

Показ роликов

Ведущий 1: На мой взгляд, каждая команда справилась на 100% с поставленной задачей.

Ведущий 2: Репортажи получились, действительно, очень содержательными и яркими.

Ведущий 1: Итак, выводы и впечатления озвучены. А теперь пора наградить тех, без кого это мероприятие попросту бы не состоялось. И речь, конечно, о наших участниках.

Ведущий 2: Я вновь приглашаю министра культуры и туризма по Пензенской области Сергея Бычкова.

Выступление С. Бычкова и награждение участников.

Ведущий 1: Спасибо нашим волонтерам, гостям и экспертам за неиссякаемую энергию и помощь в организации наших мероприятий!

Ведущий 2: А теперь я приглашаю всех вас на коллективное фото, после которого мы ярко и красочно завершим наш первый Молодежный форум «**MediaШкола**»!

Заключение

В современном обществе средства массовой информации оказывают многофакторное влияние на отдельную личность и социум в целом. Особенное значение СМИ обретают в периоды общественных изменений и революционных процессов, когда количество информации, особенно политической, резко увеличивается. Если свобода слова средств массовой информации нарушается, то функционирование и развитие общества становится невозможным.

СМИ играют ключевую роль в формировании политически грамотного населения. Они являются каналом, через который политическое общество регулирует свое влияние и существование. СМИ могут стать инструментом в руках властной верхушки, которая будет стремиться транслировать взгляды официальных структур на формирование гражданского общества. Содержание средств массовой информации определяется социальными нормами и правилами, существующими в конкретном обществе. Через непосредственную и косвенную деятельность СМИ, как социально-политического феномена, происходит формирование ценностных ориентаций и мировоззрения каждой личности.

Особенности воздействия средств массовой информации определяются, прежде всего, типом общественного устройства. В тоталитарном обществе происходит подчинение личностного начала общественному, целое превалирует над частным, а деятельность СМИ определяется соответствующим императивом.

В демократическом обществе принципы индивидуальности и социального партнерства согласованы, что находит отражение в деятельности СМИ. При этом средства массовой информации ориентированы на соблюдение прав и свобод гражданина.

Публичность, гласность, общественное мнение и открытость – современные концепции роли средств массовой информации в обществе,

которые особенно важны для России, где развивается демократия. СМИ информируют общество о событиях и проблемах, но выполняя эту функцию, они приобретают власть над потребителем информации.

Средства массовой информации монополизируют информационное обслуживание общества и не могут дать абсолютно объективную картину действительности. В демократическом обществе важно, чтобы люди имели свободный доступ к информации и умели ее перерабатывать. Понимание социально-философских проблем, связанных со средствами массовой информации и политической информацией, необходимо для жизни в свободном обществе.

Прослеживая динамику развития СМИ в России, можно отметить, что в Российской империи постоянно существовало стремление государства контролировать прессу, иногда жестко ограничивая свободу слова. В XVIII веке в России произошли существенные преобразования в общественной жизни, которые сделали журналистику важным фактором социальной связи.

В XIX веке начался активный прогресс информационных технологий в Российской империи, что привело к расширению изданий и появлению новых печатных материалов, которые фокусировались на социально-политических и экономических темах.

В начале XX века действия партийной цензуры привели к тому, что все средства массовой коммуникации, которые не находились под контролем большевиков, были уничтожены. Политическая организация заменила веру в бога на всех уровнях жизни государства, что и обусловило то, что советская контроль за информацией была приравнена к религиозному контролю. Лишь в девяностых годах XX века журналистика достигла независимого положения.

В современной демократической общественной жизни основными принципами стали запрет на цензуру, свободное выражение мнения и полный доступ к информации. В то же время, использование свободных средств массовой информации может стать опасным, если они окажутся в руках людей, преследующих политические цели.

Исследования показывают, что средства массовой информации играют уникальную роль в развитии открытого гражданского общества в России как социальный институт. Они связаны с государственными и общественными институтами, выполняя их функции, и обеспечивают все интересы аудитории, включая участие в социальных процессах и человеческой жизнедеятельности.

В современном демократическом обществе свобода средств массовой информации является неотъемлемой чертой. Однако свобода слова, распоряжения информацией и владения ею могут быть крайне опасными в руках карьеристов и амбициозных политиков. В России роль информационно-коммуникативной сферы особенно важна на пути к гражданскому обществу. Укрепление свободы средств массовой информации создает необходимые условия для развития диалога между властью, обществом и гражданами, способствует развитию гражданского общества.

Одним из факторов, препятствующих поддержанию целостности российского общества, является духовный и нравственный кризис. Насаждение культа насилия, правового превосходства и пропаганды оккультизма противоречит истинным традициям российской журналистики, ведет к деградации общества и вырождению внутренней культуры человека.

В новых условиях трансформация средств массовой информации непосредственно связана с изменением их функций, определяемых социальной практикой. Социальная философия, опираясь на историческую практику и данные научных исследований, пытается определить детерминации основных направлений деятельности средств массовой информации, общие тенденции их изменений и развития.

Ведущая роль средств массовой информации в становлении демократических принципов общественного устройства связана с рядом их особенностей по сравнению с другими социальными институтами. Во-первых, коммуникации впервые дали возможность широким массам участвовать в социальных процессах. Во-вторых, современная информация не может ограничиться рамками каких-либо определенных государств, что приводит к

увеличению доли неконтролируемой информации в обществе. В-третьих, современный процесс информатизации расширил границы непосредственных жизненных условий человека и сделал его сопричастным ко всему, что происходит во всем мире.

В отличие от науки, целью которой является нахождение объективной истины, нейтральной к людским заботам и интересам, средства массовой информации вынуждены считаться с чувствами и мыслями, потребностями различных слоев и групп населения. Они сообщают и комментируют события и факты социальной жизни, учитывая живущих надеждами на будущее и под воздействием традиций и обычаев недалекого прошлого.

Средства массовой информации играют важную роль в распространении информации о политических событиях. Согласно опросу, проведенному в Пензенской области в 2023 году среди жителей в возрасте от 18 до 55 лет, телевидение является основным и приоритетным источником информации, рассказывающим о политических событиях. 89,9% опрошенных получает информацию из телевизионных программ и репортажей федеральных телеканалов, которые характеризуются объективностью, оперативностью и наглядностью. Доступность такого рода информации и ее достаточный объем удовлетворяют потребности большинства граждан.

Информация о последних политических событиях поступает из ежедневных и итоговых новостей. Около 71% опрошенных выбирают новостные программы в качестве основного телевизионного источника информации. Анализируя наиболее популярные аналитические программы, респонденты отметили такие, как «Однако», «Времена», «Парламентский час» и другие, которые предлагают глубокий анализ актуальных политических проблем и событий. Это подчеркивает важность политической информации как главного ресурса для эффективного взаимодействия в политической сфере.

Для гарантирования достойной политической культуры граждан России, СМИ необходимо придерживаться главных принципов, таких как: точность,

полнота, высокое качество и объективность информации о работе государственных органов на различных уровнях и в разных сферах.

В настоящее время в Российской Федерации остро обсуждается вопрос взаимодействия работы органов государственной власти и средств массовой коммуникации. Общество выступает за создание и развитие новой социальной доктрины. Крайне значимо поддерживать равновесие между свободой выражения мыслей и неотъемлемой потребностью в сохранении целостности и устойчивости политической обстановки.

Для создания коллективного понимания и политической интеграции применяются как естественные явления, так и специальные методы. В контексте этих процессов пересматриваются концепции и взгляды, а также организованная информационно-идеологическая работа.

В России имеются проблемы среди социальных структур, которые занимаются манипулированием и шаблонизацией общественного мнения. Изучение данного направления помогает формировать конкретные предложения, такие как: активное участие различных социальных групп в управлении компаниями, связанными с «индустрией информации», создание редакционных комиссий для общественного контроля и создание единого профсоюза для журналистов.

В долгосрочной перспективе влияние средств массовой информации на личность и общество будет только увеличиваться. Данное явление связано с постоянным увеличением объема информации. Это приводит к тому, что в свободное время население будет полностью занято различными средствами массовой коммуникации. Игнорирование данной проблемы приводит к упадку культурных ценностей, духовности, образования и воспитания.

В развитых демократических обществах функционируют специализированные контрольные органы за деятельностью средств массовой коммуникации, которые проверяют соблюдение законодательных и моральных правил. Несмотря на это, контроль над СМИ, осуществляемый обществом, не является формой предварительной цензуры, которая в тоталитарных и

авторитарных государствах используется для наказания. Надзор за средствами массовой информации не ущемляет права на свободное выражение мыслей и передачу информации, а также политические свободы граждан и организаций.

Результаты проведенного исследования положены в основу методической разработки для 7-11 классов – Форум «Mediaшкола». Данная программа предназначена для углубления знаний учащихся по проблеме влияния СМИ на формирование духовно-нравственных и политических ценностей в обществе.

Список использованных источников и литературы

I. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации. – М.: Проспект, 2023. – 64 с.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022). – [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2023. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).
3. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 29.12.2022). – [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2023. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения 18.05.2023).
4. Федеральный закон «О рекламе». от 13.03.2006 №38-ФЗ (в ред. от 13.05.2023). – [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2023. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).
5. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ. – [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2023. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).
6. Федеральный закон «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей» от 29.06.2013 № 135-ФЗ. – [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2023. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 18.05.2023).

II. Монографии и статьи по теме исследования

7. Беличенко, П.П. О некоторых аспектах взаимоотношения власти и СМИ / П.П. Беличенко // Социальная, нравственная и юридическая ответственность СМИ в реформируемом обществе. – 2000. – № 10. – С. 17-19.
8. Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации / В.М. Березин. – М.: Издательство Российского университета дружбы народов, 2002. – 183 с.
9. Бочкарев, Д.И. Политика иллюзии: СМИ и манипулирование общественным мнением / Д.И. Бочкарев. – М.: Юрайт, 2020. – 330 с.
10. Грабельников, А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: Итоги и перспективы / А.А. Грабельников. – М.: Издательство «РИП-холдинг», 2000. – 202 с.
11. Грабельников, А.А. Средства массовой информации постсоветской России / А.А. Грабельников. – М.: Издательство «РГБ», 1996. – 178 с.
12. Григорян, Е.С. Роль социальной рекламы в формировании морально-нравственных ценностей молодежи / Е.С. Григорян, К.С. Мирошниченко // Практический маркетинг. – 2010. – № 7. – С. 20-25.
13. Гришина, Е.А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников / Е.А. Гришина // Народное образование. – 2013. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-vizualnogo-obraza-rodiny-v-soznanii-shkolnikov> (дата обращения: 20.05.2023).
14. Гурова, Р.Г. О культуре внутренней и внешней / Р.Г. Гурова. – Грозный: Чечено-Ингушское книжное издательство, 1970. – 56 с.
15. Есин, Б.И. Три века московской журналистики / Б.И. Есин. – М.: Флинта, 2019. – 537 с.
16. Жеребкин, М.В. Трансформация российского общества: Специфика, процесс, будущее / М.В. Жеребкин. – М.: Мысль, 2021. – 246 с.
17. Ильина, И.Ю. Трансформация потребительского поведения населения в условиях формирования новых стандартов жизни / И.Ю. Ильина. – М.: Экон-Информ, 2006. – 18 с.

18. Карпова, В.С. Интерес к политике: формы вовлеченности, динамика и результат / В.С. Карпова // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания. – 2012. – № 15. – С. 55-91.
19. Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2010. – № 12 (83). – С. 69-73.
20. Козлова, М.М. Средства массовой информации. Исторический аспект / М.М. Козлова. – М.: ИВЭСЭП, Знание, 2019. – 120 с.
21. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика / А.В. Колесниченко. – М.: Издательство МГУ, 2018. – 192 с.
22. Нугаева, Р.М. Жизненные приоритеты современной молодежи / Р.М. Нугаева // Социологические науки. – 2016. – Том 4. – № 46. – С. 373-377.
23. Петров, С.И. Социально-политические аспекты формирования патриотизма в современной России / С.И. Петров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. – 2013. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-politicheskie-aspekty-formirovaniya-patriotizma-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 10.03.2023).
24. Почепцов, Г.Г. Информационные войны: новый инструмент политики / Г.Г. Почепцов. – М.: Алгоритм, 2015. – 254 с.
25. Русакова, О.Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики / О.Ф. Русакова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2014. – № 14. – С. 66-68.
26. Ручкин, Б.А. Молодежь и общество: уроки истории / Б.А. Ручкин. – М.: Центр «ГРИНТ», 2016. – 223 с.
27. Сирота, Н.М. Специфика российской политической культуры / Н.М. Сирота // Политическая культура России: история, современное состояние, тенденции, перспективы. – 2021. – № 2. – С. 163-168.

28. Флиер, А.Я. Культура и история: потребность в переживании социального опыта или основания исторической культурологии / А.Я. Флиер // Культурология для культурологов. – 2018. – № 15. – С. 19-33.

29. Флиер, А.Я. Культурология как образование: проблемы формирования культурной компетентности личности / А.Я. Флиер // Культурология для культурологов. – 2016. – № 16. – С. 88-116.

30. Хайруллина, Н.Г. Формирование общественности как основа конструирования российской идентичности / Н.Г. Хайруллина, Р.И. Ирназаров, Н.В. Коровкина, Э.В. Садретдинова, Р.Б. Шайхисламов // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2016. – № 4. – С. 74-78.

31. Чернышева, Н.И. Первые русские журналисты – государственные деятели, дипломаты и писатели / Н.И. Чернышева. – М.: МГИМО-Университет, 2018. – 144 с.

III. Литература на иностранном языке

32. Millwood A.H. and Livingstone S. Harm and Offence in the Media Content. A review of the evidence // Publ. Intellect. – Bristol, UK, Portland, OR, USA. – 2006.

33. Cantor, J. Children's Attraction to Violent Television Programming // Why We Watch: Attractions of Violent Entertainment / Ed. by J. Goldstein. – New York, 1998. – С. 88-115.

IV. Учебная литература

34. Константы русской политической культуры: методическое пособие. – [Электронный ресурс] / Н.В. Гараджа. – М.: Европа, 2007. – 91 с. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003142795> (дата обращения: 20.05.2023).

35. Кузнецов, И.В. История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие. – [Электронный ресурс] / И.В. Кузнецов. – М.: Флинта, 2017. – 640 с. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003142795> (дата обращения: 20.05.2023).

36. Кузьмин, О.В. Социология общественного мнения: специальный курс / О.В. Кузьмин. – Новосибирск, 1996. – 288 с. – [Электронный ресурс] – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003142795> (дата обращения: 20.05.2023).

37. Муратов, С.А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения: учебное пособие для вузов / С.А. Муратов. – М.: Юрайт, 2017. – 516 с.

38. Франке, Г.В. Манипулируемый человек / Г.В. Франке. – М.: Детская литература, 1964. – 234 с.

V. Диссертации и авторефераты по теме исследования

39. Ваниянц, Д.Ю. Социокультурные ценности современной российской молодежи: дис. ... к. с. н.: 22.00.06 / Д.Ю. Ваниянц. – Ставрополь, 2018. – 156 с.

40. Ерофеева, И.В. Роль современных средств массовой информации в трансформации российской духовности: дис. ... к. ф. н.: 09.00. 11 / И.В. Ерофеева. – Чита, 2013. – 156 с.

41. Исаева, Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества: автореферат дис. ... к. ф. н.: 09.00.11 / Л.Г. Исаева. – Уфа, 2005. – 22 с.

42. Паликова, А.М. Влияние средств массовой информации на формирование электоральных предпочтений российских избирателей: автореферат дис. ... к. п. н.: 23.00.02 / А.М. Паликова. – М., 2011. – 24 с.

43. Пеньков, В.Ф. Политическая культура как фактор развития политического процесса в современной России: дис. д. п. н.: 23.00.02 / В.Ф. Пеньков. – М., 2012. – 149 с.

44. Тузиков, А.Р. Теории идеологии в западной социологии: от критики «ложного сознания» к анализу дискурсивных практик масс-медиа: автореф. дис. ... д.с.н. / А.Р. Тузиков. – М., 2003. – 57 с.

VI. Электронные ресурсы

45. Вареник, М.С. Свобода СМИ в контексте духовно-нравственной и идеологической консолидации российского общества. – [Электронный ресурс] / М.С. Вареник // Вестник Московского университета. – 2010. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svoboda-smi-v-kontekste-duhovno-nravstvennoy-i-ideologicheskoy-konsolidatsii-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 29.01.2023).

46. Гришина, Е.А. Формирование визуального образа Родины в сознании школьников. – [Электронный ресурс] / Е.А. Гришина // Народное образование. – 2013. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-vizualnogo-obraza-rodiny-v-soznanii-shkolnikov> (дата обращения: 20.05.2023).

47. Кондратьева, Е.В. Роль институтов гражданского общества в повышении нравственного и правового сознания граждан. – [Электронный ресурс] / Е.В. Кондратьева // Вестник ТГУ. – 2012. – № 7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-institutov-grazhdanskogo-obschestva-v-povyshenii-nravstvennogo-i-pravovogo-soznaniya-grazhdan> (дата обращения: 29.04.2023).

48. Кузина, С.Е. Роль СМИ в формировании культурных приоритетов молодежи. – [Электронный ресурс] / С.Е. Кузина // Власть. – 2007. – № 8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-formirovanii-kulturnyh-prioritetov-molodezhi> (дата обращения: 20.05.2023).

49. Мартыненко, Е.В. Особенности духовной жизни российского общества через призму СМИ и эстетической культуры. – [Электронный ресурс] / Е.В. Мартыненко // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 22. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-duhovnoy-zhizni-rossiyskogo-obschestva-cherez-prizmu-smi-i-esteticheskoy-kultury> (дата обращения: 20.05.2023).

50. Мирович, О.А. Роль телевидения в формировании духовно-нравственных ценностей младших школьников. – [Электронный ресурс] / О.А. Мирович // Проблемы и перспективы развития образования в России. – 2013. – № 21. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-televideniya-v-formirovanii-duhovno-nravstvennykh-tsennostey-mladshikh-shkolnikov>

formirovani-duhovno-nravstvennyh-tsennostey-mladshih-shkolnikov (дата обращения: 20.05.2023).

51. Савинова, О.Н. Ценностные ориентации в зеркале современных СМИ: к проблеме освещения семейных ценностей. – [Электронный ресурс] / О.Н. Савинова // Медиаскоп. – 2012. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennostnye-orientatsii-v-zerkale-sovremennyh-smi-k-probleme-osvescheniya-semeynyh-tsennostey> (дата обращения: 20.05.2023).

52. Северская, О.И. Система ценностей в зеркале русской прессы 2000. – [Электронный ресурс] / О.И. Северская // Журналистский ежегодник. – 2014. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-tsennostey-v-zerkale-russkoj-pressy-2000-h> (дата обращения: 10.03.2023).

53. Соломатин, Е.В. СМИ как средство воспитания в системе военно-политической работы. – [Электронный ресурс] / Е.В. Соломатин, В.А. Козлов // Проблемы современного педагогического образования. – 2021. – № 70. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-sredstvo-vospitaniya-v-sisteme-voenno-politicheskoy-raboty> (дата обращения: 14.04.2023).

Приложения

Приложение 1. Информационные буклеты.





История развития СМИ в России

ПЕРВЫЕ СМИ В РОССИИ

Петр I, понимая силу печатного слова, 15 декабря 1702 г. подписывает указ об издании «Ведомостей о военных и иных делах, достойных знания и памяти, случившихся в Московском государстве и в иных окрестных странах».

По настоящему журналистика в России появляется к XIX в. Именно в этот период по всей стране начинают массово возникать газеты. Причем главной их функцией становится не «осмысление» общественно-политической ситуации, а сообщение актуальной и важной информации.

Буржуазно-демократическая революция 1905 г. стала новым витком в формировании российской системы средств массовой информации. Царским Манифестом от 17 октября 1905 г. было объявлено о свободе слова, разрешена политическая полемика в газетах.

К 1917 г. Россия обладала мощной для своего времени прессой. Различные периодические издания выходили более чем в 180 городах. Годовой тираж московских газет превышал 450 млн. экземпляров, в Петербурге выпускалось полторы сотни газет и более 400 журналов.

Жизнь советских средств массовой информации, долгое время зажатых в тисках жесткой политической цензуры, стала меняться с началом политической гласности. Начался процесс перерождения журналистики, ее освобождения от агитационных функций и освоения для нас безусловно новых, но на самом деле старых как мир принципов работы: объективность, беспристрастность и честность. В 1991 г. принимается первый закон о СМИ.



Роль СМИ в современном обществе



Тот, кто владеет информацией, способен овладеть многими всемирными благами, влиять на других людей, сплачивать общество или разделять его на отдельные категории.

О СМИ чаще говорят именно с социальной и политической точки зрения. Особо актуальной их роль в этих сферах стала в современной России, когда политические и социальные вопросы начали по-настоящему волновать все категории граждан. Население было и остается неравнодушным к политике, и в данном случае через СМИ можно не только проинформировать граждан, но и собрать оценки деятельности известных политиков и политических партий



Как влияют СМИ на общество

Без средств массовой информации общество вряд ли сможет нормально существовать. Их роль в нашей жизни настолько велика, что без журналов, газет, телевидения и, конечно же, без Интернета мы вряд ли сможем существовать. Оставаться в неведении, не иметь представления о том, что происходит в государстве и во всем мире невозможно для современного человека. Поэтому социологи настойчиво пытаются выяснить, какова же реальная роль СМИ в жизни человека, как они влияют на нее.

Положительная роль СМИ состоит в том, что человек не пребывает в информационном вакууме, а постоянно находится в курсе происходящего. Но ей сопутствует отрицательная черта – в огромном потоке информации сложно выбрать только те события, которые могли бы иметь действительно важное значение для человека. Из-за этого мнение, которое формируется, может быть слишком субъективным и даже неверным. Еще один плюс СМИ – это многоканальность.



Способы формирования политических и духовных ценностей посредством СМИ

СМИ формируют политическое сознание, выполняя такие функции, как:

1. мобилизационная - побуждение индивидов к активному участию в политической жизни ради отстаивания своих интересов;
2. интегрирующая - способствует объединению общества на основе общих политических ценностей;
3. коммуникативная - обеспечивает взаимодействие между различными элементами политической системы.

Политическое сознание – это мысли и переживания субъектов политики относительно самого политического процесса и своей роли в нем.

СМИ как культуро-формирующий фактор

СМИ обеспечивают специфическое духовное общение людей, при котором обмен продуктами деятельности выступает как обмен информацией между людьми. Специфика этого общения характеризуется массовостью и регулярностью распространения информации, стереотипным характером ее содержания.

СМИ дают возможность приобщения к культурным ценностям (подчас уникальным) самых широких масс, повышает требования к образованию, к интеллектуальному потенциалу общества, интенсифицирует процесс культурного обмена, усиливает интернационализацию культуры и общественной жизни в целом.

СМИ охватывают все элементы культуры: производство - хранение -распределение - потребление духовных ценностей. Таким образом, СМИ не только отражают реальность, а иногда и конструируют её в соответствии с определенными нормами.

Духовно-нравственные ценности – это установки и ориентиры, выступающие в качестве идеала, эталона, которые определяют отношение человека к объектам действительности и регулируют его поведение и деятельность.



Школьные медиацентры и их роль в формировании основных ценностных установок

Медиацентр в школе — это структура, обеспечивающая обучающихся информацией о деятельности организации, кружков и объединений, событиях и проблемах.

Функции медиацентра:

- поддержка образа образовательной организации в каких-либо источниках информации;
- передача информации о событиях в образовательной организации, достижение ситуации, когда все значимые события, мнения и проблемы школы становятся общим достоянием;
- развитие чувства единства у учителей, учеников и их родителей;
- организация доступа и интересной, развивающей информации, организация досуга;
- создание условий для самовыражения обучающихся;
- создание площадки для обсуждения и решения актуальных проблем.

Медиацентр позволяет вовлечь учащихся в творческую деятельность, сделать их активными участниками воспитательного процесса. Школьники получают возможность реализовать свои способности в самых разнообразных видах деятельности: административно-организаторской, редакторской, журналистской, в верстке газеты, дикторов телезфира.

Работа в пресс-центре стимулирует самообразование: от повторения правил правописания к освоению специальных компьютерных программ. Школьная газета предоставляет возможность первой публикации начинающим поэтам и писателям, радио и телевидение - попробовать себя в роли ведущего, монтера. Все это способствует превращению образовательного процесса в эффективную созидательную творческую работу.



Приложение 2. Анкета о влиянии средств массовой информации на формирование политической культуры.

Вопрос 1. Ваш возраст: _____

Вопрос 2. Какие каналы коммуникации вы используете для того, чтобы узнать о происходящих событиях в мире?

1. Семья
2. СМИ
3. Друзья, коллеги
4. Интернет

Вопрос 3. Какими СМИ Вы чаще всего пользуетесь?

1. Печатными (газеты, журналы)
2. Радио
3. Интернет
4. Телевидение

Вопрос 4. Какой фактор является для Вас наиболее важным при выборе СМИ?

1. Доступность
2. Цена
3. Популярность
4. Достоверность
5. Скорость получения информации

Вопрос 5. Определите степень влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения.

1. Наиболее влияет
2. Влияет

3. В меньшей степени влияет
4. Совсем не влияет

Вопрос 6. Какие темы, освещающиеся в СМИ, интересуют Вас?

1. Политика
2. Культура
3. Наука
4. Общество
5. Мода
6. Известные люди
7. Здоровье и медицина
8. Другое: _____

Вопрос 7. Какие программы и ток-шоу вы смотрите чаще всего?

1. Свой ответ _____

Вопрос 8. Доверяете ли Вы информации, полученной с помощью СМИ?

1. Да, полностью доверяю
2. Скорее доверяю
3. Скорее не доверяю
4. Полностью не доверяю

Вопрос 9. Ощущаете ли Вы на себе манипулятивное воздействие СМИ?

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить