

ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО: ПОЛИТИКА, ЭКОНОМИКА, ПРАВО

DOI: 10.17805/zpu.2016.1.15

Перспективы взаимодействия СМИ, органов государственной власти и гражданского общества по вопросам интеграции молодежи в политическую сферу общества

П. А. МЕРКУЛОВ, К. А. ИВАНОВА

(РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РФ)

Статья содержит анализ проблемы взаимодействия средств массовой информации, органов государственной власти и институтов гражданского общества по обеспечению позитивной модели интеграции российской молодежи в политическую сферу общества. Обосновывается значимость принципов, лежащих в основе построения конструктивного диалога между институтами государства и институциональными структурами гражданского общества. Авторами аргументирована роль института массмедиа как основного коммуникатора между гражданским обществом и государственными структурами.

В статье представлена точка зрения на эффективность современных СМИ выполнять функции общественного контроля. Авторы выдвигают аргументы, что в качестве показателей эффективности выступают доступность, прогрессивность и независимость СМИ. Доверие граждан к массмедиа напрямую зависит от их независимости и приоритетности информации. Отмечается важность обеспечения приоритетности в информационной сфере запросов гражданского общества, включая молодежную социальную когорту. Приводятся очевидные факты, что информационное поле массмедиа призвано отражать соответствие политических представлений молодых граждан политической действительности. Выявлены условия, позволяющие избежать информационного идеологического давления на молодых граждан.

Высказаны предложения по оптимизации информационного воздействия СМИ на процессы интеграции молодежи в социально-политические практики российского общества. Молодым гражданам, в том числе представителям молодежных организаций, студентам высших и средних учебных заведений, должен быть обеспечен равный доступ к информации, отражающей положение молодежи в обществе.

Ключевые слова: молодежь; политика; политическая культура; средства массовой информации; политическое участие; гражданское общество

ВВЕДЕНИЕ

В современном политическом процессе российского государства СМИ выступают одним из важнейших общественно-политических институтов. Результаты использования института СМИ в интересах какого-либо актора во многом зависят от того, в каких целях они тиражируются. Известно, что молодежь пользуется максимальным

количеством разнообразных источников информации, демонстрируя тем самым открытость альтернативным массмедиа. Данные обстоятельства требуют усиления демократического контроля как за традиционными (печать, радио, телевидение) массмедиа, так и за массмедиа нового электронного формата (сетевые издания, медиарынок Рунет и др.).

Особенности динамики участия молодежи в гражданских инициативах, а также вопросы целенаправленного воздействия на нее различных акторов социально-политических процессов находят свое отражение в работах российских ученых. Среди них следует выделить исследование Е. А. Гришиной «Российская молодежь: проблемы гражданской идентичности», в котором раскрыты основные аспекты формирования гражданских ценностей и установок молодого поколения (Гришина, 1999). Актуальные проблемы активизации политического потенциала российской молодежи и регулирования ее политической активности со стороны государства и институтов гражданского общества раскрыты в коллективной научной монографии под редакцией В. И. Добренкова и Н. А. Смакотиной «Политическая активность молодежи: результаты социологического исследования» (Политическая активность молодежи ... , 2009). В. А. Луков в работе «Молодежь в народно-демократических и социалистических революциях» обозначил факторы участия молодежи в международном движении (Луков, 1982). Вопросы влияния СМИ на общественное мнение и проблемы культурного многообразия массмедиа, на наш взгляд, наиболее полно освещены в исследовании, проведенном В. К. Сергеевым «Молодежная культура и СМИ» (Сергеев, 2002). Проблемы информационного влияния СМИ на становление и развитие общественно-политических ценностей и форм проявления гражданской культуры молодого поколения нашли отражение в научной монографии Е. Н. Малик «Средства массовой информации как институт политической социализации молодежи в современной России» (Малик, 2009). А. А. Малькевич в работе «Инкультурация и политическая социализация молодежи в информационном обществе» актуализирует проблему воздействия телеинформации на культивирование ценностей и установок молодых граждан (Малькевич, 2011).

Указанные разработки современных российских ученых способствовали выработке авторского подхода к проблеме построения эффективной модели интеграции молодежи в политическую сферу общества. По нашему мнению, поиск форм активизации политического потенциала молодого поколения целесообразно проводить с опорой на конструктивное сотрудничество государства, СМИ и институтов гражданского общества, что и обуславливает цель настоящей статьи.

МЕДИАПОЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СУБЪЕКТНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Процесс формирования новой медиакультуры, медиатизация сфер жизнедеятельности общества, активное развитие компьютерных технологий, Интернета и мобильных средств коммуникации привели к тому, что СМИ выступают неоспоримым лидером в сфере формирования мировоззрения и политической культуры молодежи, оказывая целенаправленное воздействие на ее политическое сознание и поведение. «Политические предпочтения, стереотипы, модели поведения — это уже продукт процесса социализации, — пишет А. А. Малькевич, — а следовательно, индивидуум инкультурируется в политическую сферу общества, но это лишь верхушка большого айсберга — длительного процесса политической социализации, которому немало способствуют средства массовой информации» (там же: 93).

Следует обратить внимание и на тот факт, что под воздействием социальных медиа стремительно меняются культурные стандарты и нормы массовой культуры, и прежде всего это касается молодежной когорты. Молодежь в своем большинстве читает теперь не только и не столько книги, написанные литературным языком, сколько «посты», «твиты» и «комменты» в социальных сетях. Данная тенденция, по нашему мнению, ведет не только к упрощению великого русского языка, требований к грамотности и письменности, но и способствует расширению публичного пространства. Социальные медиа в настоящее время становятся дополнительной площадкой для коммуникации и инструментом прямого обращения политиков к гражданам для достижения политических целей.

Указанный вид медиаресурсов кардинально меняет каналы и форму получения политической информации молодыми гражданами. Принцип распространения сообщений в таких ресурсах строится на социальных связях и позволяет пользователям мобильно реагировать на актуальные политические события. Однако клиповое сознание молодых граждан приводит и к изменению их политического поведения. В данной связи возникла необходимость регулирования воздействия на политическое сознание и поведение молодежи при участии таких структур, как государственные органы, органы местного самоуправления и институты гражданского общества.

ИНТЕГРАЦИЯ МОЛОДЕЖИ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ СФЕРУ ОБЩЕСТВА

В условиях трансформации социально-политической и экономической сфер властным структурам важна реализация такого политического курса, который ставит своей первостепенной задачей укрепление демократических прав и свобод граждан, их участие в управлении страной, повышение доверия к органам власти и методам проводимой политики, независимый характер новых СМИ, их неангажированность, приверженность принципам служения интересам общества.

Мы приходим к пониманию, что государственные структуры должны руководствоваться принципами, обеспечивающими установление конструктивного диалога и партнерских отношений с институциональными структурами гражданского общества.

Во-первых, это социальная и духовная ориентация граждан. Здесь главным образом предусматривается проведение основных мероприятий политики, которые должны строиться с учетом социальных и духовных интересов граждан и, что немаловажно, с учетом лабильности сознания молодого поколения.

Во-вторых, это обеспечение государственного финансирования, поддержки и контроля таких сфер, как культура и искусство. В свою очередь, информационный материал, который может нанести вред психологическому и моральному здоровью молодых граждан, необходимо держать под жестким контролем с ограничением времени эфира.

В-третьих, равенство интересов в СМИ. Информационная политика государства должна в равной степени учитывать интересы всех институциональных структур и субъектов, участвующих в информационной деятельности.

В-четвертых, это информационная открытость политики органов государственной власти. В этой связи необходимо обеспечить открытое обсуждение общественностью основных мероприятий, проводимых государством, с привлечением молодежных вещательных структур, что наиболее актуально в условиях постреформирования.

Учитывая исторический опыт России, мы знаем, что государство всегда брало вверх над гражданскими инициативами, однако современные условия требуют перевода данных инициатив в системную организационную структуру. Важным вектором

развития России на современном этапе является формирование гражданского общества с участием молодого поколения. Условием его функционирования является наличие людей, способных конструктивно взаимодействовать с другими ключевыми общностями во имя единых целей, интересов, ценностей. Вместе с тем нельзя не отметить, что в процессе своего становления молодые люди сталкиваются с проблемами достижения «общественно значимых целей, что предполагает необходимость освоения новых социальных ролей, достижения определенного социального статуса и формирования гражданских качеств» (Малик, Мельников, 2015: 73).

Институциональными структурами по формированию и активизации политического и гражданского потенциала в молодежной когорте выступают молодежные организации и объединения. Большинство из них в основе своих программ декларирует приоритет общечеловеческих ценностей — идеи демократии, гуманизма и свободы. По мнению А. В. Мельникова, «самое главное — молодежное общественное объединение выступает в качестве точки совпадения интересов общества, которое становится все более гражданским, и государства, обретающего реальные черты правового» (Мельников, 2014: 62). Сегодня важно быть готовым подчинять свои частные интересы и способы их достижения общему благу, выраженному в правовых нормах и традициях.

Мы убеждены, что воспитать активного субъекта гражданского общества новой России легче в молодом возрасте, когда формируется собственно личность и происходит становление базовых ценностей и установок. Таким образом, «перед государством и институтами гражданского общества стоят неотложные задачи по организации эффективного включения молодежи в социальные и политические практики, созданию наиболее благоприятных условий для самоопределения и самореализации молодой личности» (Меркулов, Малик, Елисеев, 2015: 75).

Мы разделяем мнение В. А. Лукова о том, что общественная молодежная политика как важная характеристика гражданского общества в современной России скорее только «намечается, чем реально воздействует на политический и социокультурный процесс» (Луков, 2013: Электронный ресурс). Несмотря на то что молодежная политика общественных объединений, политических партий, других субъектов общественной молодежной политики несколько ограничена их правовыми возможностями, она имеет важное направление развития по выработке некой идеальной модели молодежной когорты, которую организация стремится представить всему обществу как эталон.

Успешное выполнение СМИ своей основной функции — формирования общественного мнения — предполагает наличие обратной связи с аудиторией. Отсутствие у рядовых граждан, особенно у молодежи, реальной возможности оказывать влияние на курс, проводимый государством, принимать решения по той или иной проблеме накапливает напряжение в обществе. Слабость СМИ как реального механизма обратной связи от общества к власти и от власти к обществу, считают Ю. Б. Кашлев и Э. А. Галумов, «делает нестабильной и незащищенной всю общественную ситуацию, весь процесс формирования общественного мнения» (Кашлев, Галумов, 2003: 263). Если СМИ претендуют на звание «четвертой власти», то они должны стать гарантом строгого соблюдения прав всех граждан помимо государственных органов всех уровней.

Используя различные технологии воздействия на граждан через государственные СМИ, российская власть отдает приоритет реализации задачи информирования общественности о своих целях, намерениях, действиях, а не использует пропагандистскую обработку как старую традицию. Для демократического, правового государства

необходимы мощные, профессиональные СМИ, которые призваны информировать население, а не контролировать и мобилизовать его сознание.

При этом информировать — не значит занимать отстраненную позицию. Деятельность средств массовой информации как деятельность политическая нуждается в системной организации, под которой мы подразумеваем их управляемость, подотчетность как правительственным органам, так и институтам гражданского общества в той части, где затрагиваются вопросы государственного строительства и национальной политики. Речь идет о необходимости обязательного учета как общественно значимых проблем государства (экономических, национально-территориальных, этнических, экологических, социальных и т. д.), так и проблем взаимодействия СМИ, государства и общества.

Нельзя не признать очевидность того факта, что любая власть заинтересована в том, чтобы проводимый ею курс находил одобрение и поддержку среди граждан. Осуществление власти всегда отличается сильной потребностью в самооправдании посредством ссылки на принципы своей легитимации, которые и должны публично фиксироваться СМИ на всем протяжении деятельности властных институтов, тогда как «использование нелегитимных политических технологий, — подчеркивает С. М. Тучков, — представляет угрозу и является серьезным препятствием на пути развития демократии в нашей стране» (Тучков, 2002: 9).

Термин «нелегитимные политические технологии» в последнее время применяется достаточно широко, и современные СМИ активно эксплуатируют его, часто не придавая значения контексту использования, а ведь последствия приводят к повышению недоверия граждан к институтам власти, безразличию к их инициативам, диссонансу во взаимодействии гражданского общества и государства. Эти обстоятельства заставляют обозначить основные критерии легитимности политических технологий.

Легитимными следует понимать те политические технологии, которые соответствуют действующему законодательству и установкам общественной морали. Здесь необходимо отметить и систему профессиональной сертификации, и традиции внутренней самоорганизации рынка в области политического консультирования. Необходимо избегать прямого импорта существующих на Западе процедур, которые не соответствуют российской действительности, а также «нейтрализовать попытки крупных PR-агентств монополизировать рынок, установив контроль за лицензированием» (Назаров, 2004: 31).

Эффективность СМИ, т. е. их управленческая функция, основана на следующей зависимости: формы и методы деятельности органов государственной власти, политических институтов в значительной мере зависят от уровня и потенциала информирования граждан. Таким образом, принятие властью тех или иных политических решений должно быть легитимировано через СМИ, чтобы получить публичную общественную поддержку, что обеспечит высокий показатель уровня доверия к проводимому политическому курсу.

Следует подчеркнуть, что в условиях трансформации российского общества СМИ призваны обеспечивать общественный контроль за государственными институтами и субъектами общественно-политических отношений. Проводимые реформы должны привести к законодательному разделению всех средств массовой информации по форме организации, а собственно институт СМИ, по мнению В. К. Сергеева, «должен иметь классификацию и делиться на общественные, государственные, партийные, частные, научно-популярные, рекламные СМИ» (Сергеев, 2002: 71). Здесь речь идет о плюрализме СМИ.

Плюрализм СМИ — одна из фундаментальных основ развития гражданского общества, он обеспечивает реализацию прав на свободу слова, без чего говорить об общественном контроле не приходится. Благодаря законодательному разделению общественных и ангажированных СМИ будет достигнута подлинность и эффективность информационной власти как публичного института. Созданное информационное поле позволит каждому виду массмедиа предоставлять информацию согласно своей направленности, а эффективность ее будет определяться спросом и способностью оценивать эти продукты со стороны граждан, включая молодое поколение, в соответствии с политической реальностью.

Неподконтрольные напрямую власти массмедиа позволяют избежать использования административного и политического ресурсов для манипулирования общественным мнением. Тогда общество получит реальную возможность идентификации СМИ и того института, чей интерес они обслуживают.

Гражданское общество через СМИ как основного коммуникатора должно получить возможность контролировать открытость деятельности государственных структур. Здесь главным принципом выступает доступность информации всем гражданам, кроме той, которая регулируется законом о государственной тайне. В свою очередь, СМИ должны получать официальную информацию в интересах общества, а не для формирования имиджа власти и политических партий. Доверие граждан к массмедиа напрямую зависит от независимости СМИ и приоритетности информации. Таким образом, основными направлениями СМИ по оптимизации информационного воздействия должны стать следующие:

- обеспечение приоритетности в информационной сфере запросов гражданского общества, а не отдельных чиновников;

- проведение общественных дискуссий по наиболее актуальным вопросам общероссийской и областной повестки дня с включением в обсуждение экспертов и общественности;

- достоверность, полнота, качественность и объективность информации о деятельности органов власти различных уровней и ветвей;

- обеспечение обратной связи с телезрителями и читателями благодаря информационным материалам в областных и муниципальных СМИ;

- равный доступ различных политических сил и общественных институциональных структур к официальной информации.

Прогрессивные установки молодых россиян способны прорваться сквозь безальтернативный поток агитации, и это уже служит верным доказательством потенциала молодежи. Молодые граждане (особенно из крупных городов) в меньшей степени, чем старшее поколение, включены в регулярный процесс многочасового просмотра телевидения, а вместо этого, как пишут П. И. Остапенко и О. О. Спицына, «больше посещают кинопоказы, выставки и музеи, больше читают книги, активнее пользуются компьютером, а значит — более открыты восприятию новой информации и образцам “других”» (Остапенко, Спицына, 2011: 141).

Здесь важно отметить, что информация, предназначенная для молодежи, должна содержать минимум оценки и комментариев, которые способны манипулировать сознанием молодых граждан. Подбор материала должен строиться на принципе независимости от влияния политической элиты, для того чтобы избежать информационного идеологического давления на молодежь. Реализация данной цели может быть достигнута путем решения таких основных задач, как:

— изложение результатов научного анализа проблем молодежи на основании политических, экономических, социологических, психологических исследований, включающих практические рекомендации и консультации специалистов в области государственной молодежной политики в виде концепции решения молодежных проблем;

— получение, накопление и приумножение научных знаний, эффективных для практического использования в процессе социализации молодежи на различных этапах данного процесса;

— формирование и развитие новой системы молодежного консалтинга и информационно-аналитического обеспечения деятельности органов по делам молодежи в регионах;

— обеспечение оптимального соотношения статистической и проблемно-аналитической информации, предоставляемой органам по делам молодежи, через внедрение новых информационных технологий, основанных на широком применении современных научных методов и компьютерной техники;

— активное использование информационных баз органов по делам молодежи и информационно-аналитических центров в отношении положения молодежи в регионе, а также обеспечение равного доступа к подобной информации представителей молодежных организаций, студентов высших и средних учебных заведений.

Учитывая вышесказанное, следует заключить, что совместная деятельность органов государственной власти, институтов гражданского общества и СМИ должна быть направлена на обеспечение позитивной модели интеграции молодежи в политическую сферу, что подразумевает:

— сотрудничество со средствами массовой информации по программам, формирующим и развивающим патриотические ценности, в том числе чувство любви к Родине и родному краю, гордость за их историю, ответственность за их судьбу;

— пропаганда и тиражирование мировых достижений в экономике, науке, культуре, бизнесе, социуме, спорте; приобщение молодежи к ценностям общечеловеческой культуры, ускорение процессов ее интеграции в мировое сообщество;

— противодействие распространению идей экстремизма, социальной, национальной и религиозной нетерпимости;

— принятие специальных законодательных актов, определяющих объемы социальной рекламы, направленной на пропаганду государственной молодежной политики, реализацию ее программ и проектов;

— создание общенационального молодежного медиахолдинга, включающего в себя редакции общероссийских газет и журналов для детей, молодежи, семьи, национального интернет-портала для молодежи, редакции детских и молодежных программ, федеральных теле-, радиоканалов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработка концепции взаимных обязательств органов власти и молодежи невозможна без независимого анализа социально-экономического и политического положения молодых граждан в регионе и стране в целом. Молодому поколению нужна информация, несущая правду о политике, жизни общества и человеческой личности как субъекта построения сильного гражданского общества.

Для ограничения деятельности СМИ по производству и распространению информации, направленной на манипуляцию политическим сознанием граждан, и что особенно важно — молодежи, необходимо выполнить задачи по объединению усилий об-

щества и государства в создании единой общенациональной идеологии. Тогда молодежь, опираясь на прогрессивные СМИ, в большей степени сможет избежать проблем, возникающих в процессе ее политической социализации и интеграции в сферу общественно-политической жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Гришина, Е. А. (1999) Российская молодежь: проблемы гражданской идентичности. М. : Изд-во Института молодежи «Социум». 132 с.

Кашлев, Ю. Б., Галумов, Э. А. (2003) Информация и PR в международных отношениях. М. : Известия. 430 с.

Луков, В. А. (1982) Молодежь в народно-демократических и социалистических революциях. М. : ВКШ. 95 с.

Луков, В. А. (2013) О сущности молодежной политики и ее базовых положениях [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». № 5 (сентябрь — октябрь). URL: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Lukov_Matter-Youth-Policy/ [архивировано в WebCite] (дата обращения: 10.09.2015).

Малик, Е. Н. (2009) Средства массовой информации как институт политической социализации молодежи в современной России. Орел : Изд-во ОРАГС. 165 с.

Малик, Е. Н., Мельников, А. В. (2015) Становление политической субъектности российской молодежи в условиях современности // Среднерусский вестник общественных наук. № 2 (38). С. 70–75.

Малькевич, А. А. (2011) Инкультурация и политическая социализация молодежи в информационном обществе // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. № 4–3. С. 93–97.

Мельников, А. В. (2014) Молодежные общественные объединения как институт гражданского общества // Среднерусский вестник общественных наук. № 4 (34). С. 60–63.

Меркулов, П. А., Малик, Е. Н., Елисеев, А. А. (2015) Консервативная модернизация государственной молодежной политики как фактор устойчивого развития современной России // Власть. № 8. С. 74–81.

Назаров, М. М. (2004) Медиа и власть в современной России // Социально-гуманитарные знания. № 1. С. 20–32.

Остапенко, П. И., Спицына, О. О. (2011) Средства массовой информации в механизме формирования ценностно-правовых ориентаций и массового правосознания россиян. Краснодар : КФ ВЮИ. 183 с.

Политическая активность молодежи: результаты социологического исследования (2009) / под ред. В. И. Добренькова, Н. А. Смакотиной. М. : МАКС Пресс. 220 с.

Сергеев, В. К. (2002) Молодежная культура и СМИ. М. : РИЦ ИСПИ РАН. 84 с.

Тучков, С. М. (2002) Факторы легитимности политических технологий // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12: Политические науки. № 2. С. 8–14.

Дата поступления: 12.09.2015 г.

*PROSPECTS OF INTERACTION BETWEEN MASS MEDIA, PUBLIC AUTHORITIES
AND CIVIL SOCIETY ON YOUTH'S INTEGRATION INTO THE POLITICAL SPHERE*

P. A. MERKULOV, K. A. IVANOVA

(THE RUSSIAN PRESIDENTIAL ACADEMY OF NATIONAL ECONOMY AND PUBLIC ADMINISTRATION)

The article analyzes the problem of interaction between media, public authorities and civil society aimed to provide positive models of integration of the Russian youth in the political sphere. The authors emphasize the importance of the principles underlying a constructive dialogue between state agencies and institutional structures of civil society, arguing that mass media are the main communicator between civil society and government agencies.

Contemporary media can efficiently act as an instrument of public control. This efficiency depends on such factors as the availability of media content, and a progressive, independent character of mass media. Public trust in mass media is in direct correlation with their independence and the priority of information provided. Mass media have to prioritize the information that civil society (including youth) requests. The authors provide a number of self-evident facts to prove that mass media have to correlate the political views of youth with the political reality. Also outlined are the factors which help avoid informational and ideological pressure on young citizens.

The authors advance a number of suggestions on how to optimize the informational impact of mass media on the process of integrating youth in the sociological and political practices of the Russian society. Young people, including representatives of youth organizations, students of higher and secondary educational institutions should have equal access to information on youth and its position in society.

Keywords: youth; politics; political culture; mass media; political participation; civil society

REFERENCES

Grishina, E. A. (1999) *Rossiiskaia molodezh': problemy grazhdanskoj identichnosti* [Russian youth: Problems of civil identity]. Moscow, Sotsium Publ. 132 p. (In Russ.).

Kashlev, Yu. B. and Galumov, E. A. (2003) *Informatsiia i PR v mezhdunarodnykh otnosheniakh* [Information and PR in international relations]. Moscow, Izvestiia Publ. 430 p. (In Russ.).

Lukov, V. A. (1982) *Molodezh' v narodno-demokraticeskikh i sotsialisticheskikh revoliutsiakh* [Youth in people's democratic and socialist revolutions]. Moscow, VKSh [Higher Komsomol School Publ.]. 95 p. (In Russ.).

Lukov, V. A. (2013) O sushchnosti molodezhnoi politiki i ee bazovykh polozheniakh [On the subject matter of youth policy and its basic regulations]. *Informatsionnyi gumanitarnyi portal "Znanie. Ponimanie. Umenie"*, no. 5 (September — October). [online] Available at: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Lukov_Matter-Youth-Policy/ [archived in WebCite] (accessed 10.09.2015). (In Russ.).

Malik, E. N. (2009) *Sredstva massovoi informatsii kak institut politicheskoi sotsializatsii molodezhi v sovremennoi Rossii* [Mass media as an institute of political socialization of youth in contemporary Russia]. Orel, ORAGS [Orel Academy of Public Administration Publ.]. 165 p. (In Russ.).

Malik, E. N. and Melnikov, A. V. (2015) Stanovlenie politicheskoi sub'ektnosti rossiiskoi molodezhi v usloviakh sovremennosti [Formation of political subjectivity of the Russian youth under present conditions]. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk*, no. 2 (38), pp. 70–75. (In Russ.).

Malkevich, A. A. (2011) Inkul'turatsiia i politicheskaiia sotsializatsiia molodezhi v informatsionnom obshchestve [Enculturation and political socialization of youth in information society]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i iuridicheskie nauki, kul'turologiia i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, no. 4–3, pp. 93–97. (In Russ.).

Melnikov, A. V. (2014) Molodezhnye obshchestvennye ob'edineniia kak institut grazhdanskogo obshchestva [Youth public associations as an institute of civil society]. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk*, no. 4 (34), pp. 60–63. (In Russ.).

Merkulov, P. A., Malik, E. N. and Eliseev, A. L. (2015) Konservativnaia modernizatsiia gosudarstvennoi molodezhnoi politiki kak faktor ustoiчивого razvitiia sovremennoi Rossii [Conservative modernization of the state youth policy as a factor of a sustainable development of modern Russia]. *Vlast'*, no. 8, pp. 74–81. (In Russ.).

Nazarov, M. M. (2004) Media i vlast' v sovremennoi Rossii [Media and the power in modern Russia]. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniia*, no. 1, pp. 20–32. (In Russ.).

Ostapenko, P. I. and Spitsyna, O. O. (2011) *Sredstva massovoi informatsii v mekhanizme formirovaniia tsennostno-pravovykh orientatsii i massovogo pravosoznaniia rossiian* [Mass media in the mechanism of formation of value-driven and legal orientations and mass legal consciousness of Russians]. Krasnodar, KF VIuI [Krasnodar Branch of Vladimir Law Institute Publ.]. 183 p. (In Russ.).

Politicheskaiia aktivnost' molodezhi: rezul'taty sotsiologicheskogo issledovaniia [Political activity of youth: Outcomes of a sociological study] (2009) / ed. by V. I. Dobrenkov and N. L. Smakotina. Moscow, MAKS Press. 220 p. (In Russ.).

Sergeev, V. K. (2002) *Molodezhnaya kul'tura i SMI* [Youth culture and mass media]. Moscow, RITs ISPI RAN [Editing and Publishing Center of the Institute of Socio-Political Research, RAS]. 84 p. (In Russ.).

Tuchkov, S. M. (2002) Faktory legitimnosti politicheskikh tekhnologii [Factors of legitimacy of political technologies]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki*, no. 2, pp. 8–14. (In Russ.).

Submission date: 12.09.2015.

Меркулов Павел Александрович — доктор исторических наук, кандидат философских наук, доцент, директор Орловского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Адрес: 302028, Россия, г. Орел, Бульвар Победы, д. 5а. Тел.: +7 (4862) 43-41-18. Эл. адрес: merkulov-pa@ranepa.ru

Иванова Ксения Александровна — аспирант кафедры политологии и государственной политики Орловского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Адрес: 302028, Россия, г. Орел, Бульвар Победы, д. 5а. Тел.: +7 +7 (4862) 43-20-28. Эл. адрес: budarina_ksenia@bk.ru. Научный руководитель — д-р ист. наук, доц. П. А. Меркулов.

Merkulov Pavel Aleksandrovich, Doctor of History, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Director, Oryol Branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Postal address: 5a Pobedy Blvd., 302028 Oryol, Russian Federation. Tel.: +7 (4862) 43-41-18. E-mail: merkulov-pa@ranepa.ru

Ivanova Ksenia Aleksandrovna, Postgraduate Student, Department of Political Science and Public Policy, Oryol Branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Postal address: 5a Pobedy Blvd., 302028 Oryol, Russian Federation. Tel.: +7 (4862) 43-20-28. E-mail: budarina_ksenia@bk.ru. Research advisor: P. A. Merkulov, Doctor of History, Associate Professor.