

*Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 12–24.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*
*Знак: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;1(51): 12–24.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).*



Научная статья
УДК 37.017
DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА И ГОСУДАРСТВА В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ВЫПУСКНИКОВ РОССИЙСКИХ ШКОЛ (ПО МАТЕРИАЛАМ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭССЕ АБИТУРИЕНТОВ ДВФУ)

**Вадим Львович Агапов¹, Лариса Евгеньевна Кириллова²,
Лариса Ивановна Распутная³, Пётр Юрьевич Самойленко⁴**
^{1,2,3,4}Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия
¹ agapov.vl@dvfu.ru
² kirillova.le@dvfu.ru
³ raspurnaya.li@dvfu.ru
⁴ samoylenko.pyu@dvfu.ru

Аннотация. Актуальность темы статьи связана с общей проблематикой исследований ценностной ориентации и картины мира современной молодежи с целью оказания ей помощи в понимании особенностей политики России и ее места в глобализирующемся мире. Статья основана на анализе текстов вступительных эссе абитуриентов, подавших документы в Дальневосточный федеральный университет в 2023 г. по направлению подготовки «Журналистика», программа бакалавриата 42.03.02. Рассматриваются представления выпускников школ о развитии общества и государства в контексте профессиональной деятельности и социальной роли СМИ, блогосферы и массовых коммуникаций в современных условиях. Приводятся результаты анализа текстов сочинений по следующим проблемам: «Власть и политика», «Этнические общности и межнациональные отношения», «Социальная сфера», «Человек и личность», «СМИ в эпоху Интернета», «Экономика, рынок и денежно-финансовая политика», «Общество и культура». Показаны особенности выбора тем, доминирующие точки зрения абитуриентов на основные общественные проблемы, осмысливаются причины именно такого видения. Полученные результаты анализа эссе абитуриентов могут служить основой для дальнейших исследований в сфере современных массовых коммуникаций и их роли в гуманитарных процессах.

Ключевые слова: эссе, власть, общество, средства массовой информации, Интернет, молодежь, абитуриенты

Для цитирования: Агапов В. Л., Кириллова Л. Е., Распутная Л. И., Самойленко П. Ю. Актуальные проблемы общества и государства в представлениях выпускников российских школ (по материалам вступительных эссе абитуриентов ДВФУ) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 12–24. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24

Original article

CURRENT PROBLEMS OF SOCIETY AND THE STATE IN THE VIEWS OF GRADUATES OF RUSSIAN SCHOOLS (BASED ON MATERIALS FROM THE INTRODUCTORY ESSAYS OF FEFU APPLICANTS)

Vadim L. Agapov¹, Larisa Ye. Kirillova², Larisa I. Raspurnaya³, Peter Yu. Samoylenko⁴
^{1,2,3,4}Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia
¹ agapov.vl@dvfu.ru
² kirillova.le@dvfu.ru
³ raspurnaya.li@dvfu.ru
⁴ samoylenko.pyu@dvfu.ru

Abstract. The relevance of the topic is related to the general problems of research into the value orientation and worldview of modern youth in order to help them understand the peculiarities of Russian politics and its place in a globalizing world. The article is based on 113 introductory essays of applicants who submitted documents to the Far Eastern Federal University in the field of training “Journalism”. The views of school graduates on the development of society and the state in the context of professional activity and the social role of the media, blogosphere and mass communications in modern conditions are considered. The results of a thematic analysis

of essay texts on the following issues are presented: “Power and Politics”, “Ethnic Communities and Interethnic Relations”, “Social Sphere”, “Man and Personality”, “Media in the Internet Age”, “Economics, Market and Monetary Politics”, “Society and Culture”. The features of the choice of topics, the dominant points of view of applicants on the main social problems are shown, and the reasons for this particular vision are comprehended. The obtained results of the analysis of applicants’ essays can serve as the basis for further research in the field of modern mass communications and their role in humanitarian processes.

Key words: government, society, media, Internet, youth, school leavers, essay

For citation: Agapov V. L., Kirillova L. Ye., Rasputnaya L. I., Samoylenko P. Yu. (2024). Current problems of society and the state in the views of graduates of Russian schools (based on materials from the introductory essays of FEFU applicants). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 1(51): 12–24. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24 (In Russ.).

Введение

Проблемы ценностной ориентации и картины мира современной молодежи приобретают в последнее время особую значимость. Обострение экономических, социальных и геополитических проблем в обществе отражается на молодежи, культура которой формируется под приоритетным влиянием информационной среды, социальных сетей, благодаря которым, по мнению исследователей, «всё духовное постсоветское пространство было полностью подчинено западным ценностям, произошел добровольный отказ от множества традиций и ценностей своей культуры» (Завьялова 2023: 77). В условиях нестабильности общества молодежь оказывается перед проблемой ценностного выбора (Никонова 2022). Почти 30 лет, прошедших в парадигме постмодернизма, в России строили общество потребления, школьные психологи, СМИ и социальные сети учили детей и подростков тому, что высшим приоритетом являются они сами. «И нет ничего удивительного в том, что многие из молодых людей поверили, что самое важное – их индивидуальные права, а интересы любых социальных общностей, будь то семья, профессионально-социальные группы, нация – вторичны» (Белоконев 2023: 25).

Сложившаяся ситуация требует изменения подходов к работе с молодежью с целью оказания ей помощи в понимании особенностей политики РФ и всего происходящего в современном обществе. И важная роль в этом принадлежит СМИ.

Однако сами российские СМИ переживают нелегкие времена: «этические и профессионально-функциональные критерии, на которые последние 30 лет ориентировалось медиасообщество, включая и журналистскую вузовскую сферу, дезавуированы, старые тенденции сломаны, новые пока не определились» (Якова, 2023: 292). Поскольку СМИ являются не просто аккумуляторами сведений, но и достаточно эффективным инструментом формирования мировоззрения и жизненных приоритетов молодежи, то от качества и количества получаемой информации во многом зависит успешное приобщение юношей и девушек к общечеловеческим нормам, их социализация (Пятова 2022: 114).

Масштабной общественной проблемой признается создаваемая в медиа недостаточно адекватная картина мира, которая, по мнению ученых, формирует искаженное общественное сознание, порождает противоречия, конфликты между участниками текущей социальной практики (Смирнова, Шкондин 2021: 5). Причем репрезентация социальных конфликтов меняется в зависимости от различных каналов СМИ и разных контентных форматов (Варганова 2022: 8).

Возникает проблема двойственного воздействия информационно-коммуникационной среды на духовно-нравственное становление цифрового поколения: с одной стороны, молодежь получает широкие возможности для саморазвития и самореализации, с другой – масштабность негативного влияния медиа существенно искажает общечеловеческие ценности, составляющие духовную основу личности (Зверева, Хворова 2022: 7).

Кроме того, по наблюдениям специалистов, в связи с развитием новых технологий происходит изменение субъектной структуры цифровой медиасреды: наряду с профессионалами (традиционные СМИ) появляются «новые профессионалы» (блогеры, инфлюенсеры), а также аудитория/пользователи (Варганова 2022: 10). Меняется мотивация «цифровой молодежи» при выборе информационных источников и различных видов контента, что также влияет на ценностные ориентации молодых людей, на процессы их социализации и самореализации (Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: 2021).

По мнению Е. Л. Варгановой, «по мере того, как пользователи социальных медиа обращают меньше внимания на источник потребляемого контента и руководствуются, осознанно или неосознанно, мнением друзей или рекомендательными алгоритмами, тексты профессиональных журналистов оказываются в одном ряду с текстами любителей – пиарщиков, рекламистов, инфлюенсеров – всех тех, кто в эпоху традиционных средств массовой информации практически не имел прямого выхода на массовую аудиторию, кто ни на практике, ни в теории не рассматривался в качестве самостоятельного субъекта медиасреды» (Варганова 2022: 10).

Преподаватели вузов считают, что молодежи требуется помощь в ориентации в информационном пространстве, для формирования научной картины мира, понимания особенностей политики России и

ее места в глобализирующемся мире (Залиханов, Степанов 2018: 132), а существующие минимальные баллы, в том числе как результат отрицательного влияния пандемии (Агапов, Бутырин 2020), позволяют абитуриентам с документами о сданных ЕГЭ легко поступить в вузы, вследствие чего факультеты, готовящие специалистов для медиаотрасли, принимают на первый курс контингент с заведомо низким уровнем подготовленности (Тулупов 2022: 4; Кто вы? Акулы пера или дятлы клавиатуры? 2020). Имея очень слабые знания в области истории, государства, общества, будущие студенты плохо идентифицируют фейковую информацию в условиях внешнего воздействия на ее картину мира (Лукушин 2023). Многие современные авторы говорят об «усилившихся вызовах», «риске развития деструктивного поведения» (Пятова 2023). Неудивительно, что в современной научной литературе уделяется много внимания месту студенческой молодежи в российской политике (Салин 2017), ее социально-духовным проблемам (Рахматуллина, Казанцева 2019), пропаганде патриотизма (Загыртдинов и др. 2021) и государственной политике по защите и поддержке детей, подростков и молодежи (Сердюк 2023).

Для изучения ценностных представлений современного студенчества в качестве эмпирического материала используются результаты социологических исследований с применением традиционных методов (опросы, анкетирование, глубинные интервью, фокус-группы, дневники медиапотребления и др.). Некоторые исследователи утверждают, что формирующиеся медийные практики молодых людей отличаются от практик предыдущих поколений. Их следует рассматривать не только как потребителей медиа, но и как медиапроизводителей (Кульчицкая и др. 2019).

В условиях цифровой трансформации общества главной площадкой социальных коммуникаций и, следовательно, сбора эмпирических данных стали социальные сети (Галаганова, Турусина 2023: 121). Особое внимание исследователей привлекает качество авторского контента соцсетей, уровень вовлеченности во взаимодействие с ним (Липатова 2023: 23), ставится задача выявления ценностных предпочтений пользователей посредством исследования медиатекстов в социальных сетях (Турусина С. В. Алгоритм выявления социальных трендов при помощи анализа текстов в социальных сетях // Научно-исследовательский центр изучения проблем национальной безопасности. 2021. URL: <https://nic-pnb.ru/raboty-molodyx-uchyonyx/algorithm-vyyavleniya-soczialnyh-trendov-pri-pomoshhi-analiza-tekstov-v-soczialnyh-setyah/> (дата обращения 20.09.2023)).

В нашем исследовании в качестве источника эмпирического материала мы рассматриваем эссе абитуриентов как жанр, предполагающий свободные размышления на заданную тему.

Цель статьи – выявить представления выпускников школ, как будущих студентов университета, специалистов медиасферы, о развитии общества и государства в контексте профессиональной деятельности и социальной роли СМИ, блогосферы и массовых коммуникаций в современных условиях.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили тексты эссе абитуриентов, поступавших в 2023 г. в Дальневосточный федеральный университет на направление подготовки высшего образования уровня бакалавриата 42.03.02 Журналистика. Это направление является одним из самых востребованных у абитуриентов-высокобалльников среди специальностей гуманитарного профиля (Аргылов 2021: 9). В ходе вступительных испытаний они пишут эссе, в которых анализируют одну из предложенных им общественно значимых проблем, имеющих отношение к медиа и связанных с эффективностью работы массовых коммуникаций.

В рамках данного исследования авторами проанализированы 113 эссе, которые написаны абитуриентами по следующим выбранным ими темам: «Власть и политика» и «Этнические общности и межнациональные отношения», «Социальная сфера» и «Человек и личность», «СМИ в эпоху Интернета», «Экономика, рынок и денежно-финансовая политика», «Общество и культура».

В количественном отношении работы абитуриентов распределились следующим образом.

Таблица 1

Распределение письменных работ по темам

Тема эссе	Количество работ
Власть и политика	24
Этнические общности и межнациональные отношения	24
Социальная сфера	15
Человек и личность	15
СМИ в эпоху Интернета	13
Экономика, рынок и денежно-финансовая политика	12
Общество и культура	10
Итого	113

Письменные работы выпускников школизируются, как правило, с точки зрения уровня общегуманитарной подготовки при приеме в вуз (Зарубина и др. 2015).

При проверке работ в рамках творческого конкурса нами определялись способности абитуриентов к будущей профессии, умение аргументировать и формулировать свои мысли, а также общий уровень осведомленности об актуальных проблемах современного общества. По словам специалистов, эссе представляет собой «жанр спонтанный, неожиданный, а значит, и оригинальный» (Кайда 2022), он отражает личность пишущего и его индивидуальные взгляды. Поскольку проверка этих письменных работ не предполагала какой-либо корректировки с точки зрения грамотности (орфографии, пунктуации, стилистики и т. п.) и любое внешнее вмешательство в эти тексты исключалось, полагаем возможным считать их ценным, достаточно информативным эмпирическим материалом для целей нашего научного исследования с помощью метода непосредственного наблюдения.

В процессе работы над материалом авторы опирались на некоторые основные принципы тематического анализа как метода выявления смысловых паттернов (повторяющихся элементов смысла, темы) в полученных данных и их описания в контексте исследовательских задач (Хорошилов, Мельникова 2020: 87). Его процедура включает в себя определение кодов, тем и их интерпретации (Хорошилов, Мельникова 2020: 85). Код описывает, о чем текст, и служит сокращением для более сложной мысли. Тема является лаконичным обозначением значимой информации и выражается в языковых понятиях, фиксирующих основное содержание текста (Хорошилов, Мельникова 2020). При этом использовалась одна из форм тематического анализа – ведение заметок, что подразумевает выделение данных вручную по ходу процесса чтения (Кожевникова А. Как анализировать качественные данные в UX-исследовании: тематический анализ: Пер. ст. Марии Росала для Nielsen Norman Group. URL: <https://vc.ru/design/86844-kak-analizirovat-kachestvennye-dannye-v-ux-issledovanii-tematicheskiiy-analiz> (дата обращения 20.09.2023).

В каждой группе эссе выявлялись повторяющиеся элементы смысла, темы, которые интерпретировались как маркеры компонентов представлений пишущих в рамках проблемы, обозначенной в названии текста.

Использованные при тематическом анализе коды приводятся в табл. 2.

Таблица 2

Вид кода	Тема исследования
Описательные	– анализ основных составляющих, выбранных авторами тем эссе; – выделение основных высказываний по той или иной теме, характерных для большинства авторов; – особенности цитирования авторами известных ученых, журналистов и лидеров общественного мнения; – выявление значимых профессиональных дефиниций в рамках темы, которую выбрал автор эссе.
Интерпретативные	– выявление собственного мнения автора по заявленной теме эссе; – анализ видения авторами перспектив своего профессионального развития; – определение субъективной социальной значимости профессии с точки зрения авторов; – выявление имеющегося у авторов опыта работы в журналистике и закономерностей таких практик

Статистический анализ представленных работ авторами исследования проводился в ручном режиме со сквозной перепроверкой соответствия заявленных тем содержанию эссе.

Социологический анализ позволил установить ключевые параметры аудитории: общее количество авторов – 113, средний (медианный) возраст – 17 лет, среднее время написания сочинения – 2 часа, соотношение полов участников выборки – 25 % мужской, 75 % женский.

Результаты исследования

Далее приведены результаты тематического анализа работ по выбранным абитуриентами темам. При цитировании текстов работ сохраняются стилистические, орфографические, пунктуационные особенности источников. Таким образом, представленный материал отражает в том числе и уровень грамотности абитуриентов.

«Власть и политика»

В рамках данной темы будущие студенты рассуждают о взаимосвязи процессов в условном треугольнике «Власть – общество – медиа». Большинство авторов отмечают невозможность нормальной работы системы власти в любом государстве без освещения ее деятельности средствами массовой информации, без широкого общественного дискурса по проблемам развития; понимают необходимость сотрудничества СМИ и власти в

разных форматах в интересах общества. Абитуриенты рассматривают медиа как обязательный атрибут любой демократической политической системы. В эссе часто встречаются выражения: «журналистика является одним из основных столпов демократии», «журналистика и власть хоть и периодически конфликтуют, но имеют одно общее дело, для которого необходимо объединиться – это работа на благо общества», «журналистика и власть должны шагать рука об руку», «журналистика и власть могут и должны идти вместе, дабы сохранить порядок в стране», «СМИ <...> являются посредником между государством и обществом». И еще: «Задача государства – защищать свободу слова и права журналистов. А СМИ – всесторонне освещать жизнь страны, соблюдая правовые и моральные нормы».

В ряде работ будущие студенты затрагивают проблемы легитимизации власти с помощью СМИ, их роли в «содействии установлению и закреплению или свержению власти», «власть, которая имеет поддержку со стороны СМИ является успешной». Присутствует достаточно четкое понимание специфики государственных и частных медиа: «Федеральные СМИ <...> финансируются государством»; «оппозиционные СМИ имеют другие методы финансирования. Именно по этой причине многие из них сейчас получили метку иноагентов».

Предполагая, что «правоохранительные органы, как правило, утаивают информацию от населения», абитуриенты в целом считают, что «у власти должно быть влияние на СМИ, чтобы разрабатывать у людей определенное мнение, которое будет выгодно для правительства; чтобы предотвращать народный бунт и не допускать его создания; чтобы вкладывать в людей конкретные ценности и понятия политической жизни», поскольку «именно с помощью журналистики и СМИ власть может доносить до людей свои интересы, предложения и законопроекты, а люди видеть, к чему действия властей приводят».

При этом авторы не противопоставляют резко правительственные и независимые медиа, отмечая недостатки в работе тех и других: на «государственных телеканалах и изданиях <...> часть политической информации является субъективной и даже идеологической», но «оппозиционные телеграм-каналы и сайты» «также односторонне освещают некоторые события». Многие абитуриенты сходятся во мнении, что сеть Интернет стала «логовом желтой прессы и желтых журналистов» и только известные традиционные СМИ, в том числе сетевые, дают более объективную информацию.

В части работ встречается и радикальное видение роли современных СМИ как «оружия, которым ведется информационная война» по самым разным направлениям. Упоминаются антироссийские санкции, проблематика СВО, противостояние России и Запада. Отмечается, что «во многих странах свобода слова и независимость журналистов вызывают все больше вопросов».

Показателем ориентированности выпускников школ в выбранной профессии являются упоминаемые в их работах СМИ и журналисты. В сочинениях этой группы названы федеральные телеканалы: «Россия 1», «Россия 24», Первый канал, НТВ; периодические издания: «Российская газета», «Новая газета», «Коммерсантъ», «Аргументы и факты», «Взгляд», интернет-издание «Медуза»* (признано иноагентом, доступ к сайту блокирован на территории России). Также встречаются некоторые региональные СМИ, например, телекомпания ТВК, телеканал «Енисей». Из социальных сетей отмечены: «Одноклассники», «ВКонтакте» и Telegram.

Сложнее у школьников с популярными журналистами. Авторы эссе называют Владимира Соловьева («Вечер с Владимиром Соловьевым»), Ксению Собчак, которая «баллотировалась в президенты», Тину Канделаки, Маргариту Симоньян, «которая была доверенным лицом президента», Скабееву и Попова, ведущих программы «60 минут», и (из ушедших из жизни) Анну Политковскую, названную «одной из великих личностей нашей страны».

«Этнические общности и межнациональные отношения»

Характерной особенностью эссе на эту тему является определенное клиширование отдельных мыслей и суждений с помощью схожих по форме фраз: «Россия – многонациональная страна», «многонациональный российский народ», «многочисленные народы нашей страны».

Преобладающим является мнение о том, что «СМИ на национальном языке способствуют коммуникации между различными этническими группами, поддерживают межкультурное общение», «СМИ должны учить людей слышать друг друга, понимать чужую боль», организовывать диалог, «развивать уважительное отношение к разным народам», «дать людям максимально правдивую информацию и помогать решать межнациональные конфликты». В контексте современности находится высказывание о том, что «одной из важнейших задач СМИ является объединение людей не только на международном уровне, но и внутри страны, формирование гражданской позиции, уважительного отношения к национальностям и преодоление межнациональных конфликтов».

Рассуждая на тему национальностей, один из абитуриентов пишет, что «в непростое время, когда страна участвует в вооруженном конфликте, задача СМИ состоит в том, чтобы сплотить население, сформировать гражданскую позицию человека. Несмотря на то, что политика государства направлена на культурное развитие отдельных регионов, сейчас стратегия правительства заключается в объединении

народностей. Необходимость встать на защиту Родины и межнациональные отношения освещаются в программах “60 минут”, “Время покажет” и “Вечер с Владимиром Соловьевым”, которые показывают на федеральных каналах. СМИ призывают людей к взаимопониманию, уважению и дружбе. Так, Анти Алаудинов, российский и чеченский военный деятель, в программе “60 минут” говорит о том, что в борьбе с “шайтаном” все едины, а военный корреспондент Александр Сладков отмечает заслуги бойцов разных национальностей, рассказывая о них в своем телеграмм канале и не только – его публикации размещены во всех новостных каналах, в том числе в “Газете.ru”».

Встречаются в эссе и примеры рассуждений об успешности внутренней политики в Российской Федерации как многонациональном государстве, где отсутствуют ярко выраженные конфликты между проживающими на одной территории народами и этническими группами. В одном из эссе упомянута федеральная целевая программа «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России». Лишь один абитуриент написал, что в его регионе (Республика Бурятия) «к коренным жителям относятся предвзято», но и он признал, что «средства массовой информации могут решить этот конфликт». В качестве негативных примеров в сочинениях в большей степени приводятся исторические – опыт США, колониальных держав. Из истории молодые люди вспоминают дело Дрейфуса, Первую мировую войну и (в контексте деятельности Анны Политковской) чеченские войны.

В сочинениях этой группы упоминаются региональные и этнические СМИ. Под «этнической журналистикой» понимаются средства массовой информации, в редакционной политике которых на регулярной основе освещаются проблемы жизни различных этносов и этнических групп, содействия развитию толерантности в обществе; а также издания, выходящие на языке малых народов или на двух языках. Например, детский журнал «Акбузат» из Башкортостана, «Буряад ТВ», азербайджанская общественно-политическая газета «Дэробент», областная газета на нивхском языке «Нивх диф», татарское интернет-издание «Заря» – «такие СМИ воссоединяют культуру и язык с их носителями, помогают не только не потерять связь с предками, но и не дают национальным языкам кануть в Лету».

Из региональных СМИ в одном эссе отмечен «канал ASTV (альтернативное Сахалинское телевидение)». Говорят абитуриенты и о всероссийских телепрограммах, направленных на формирование взаимопонимания в обществе и преодоление межэтнических барьеров. Среди таких названы посвященный российским городам сезон трэвел-шоу «Орел и Решка» на телеканале «Пятница», передачи телеканала «Россия. Культура», Первого канала, интервью Марии Шаховой с иностранцами, которые переехали в Россию. Неожиданным оказалось упоминание зарубежных СМИ: телеканала Fox News, проекта Nas Daily на видеохостинге YouTube и других.

«Социальная сфера»

Основные доминанты представлений абитуриентов в этой тематике – формирование с помощью СМИ различных социальных ролей, их популяризация и влияние на общественное мнение по широкому кругу проблем, значимых для большинства населения. Воздействие медиа на жизнь общества, по мнению абитуриентов, может быть очень широким и иметь глобальный характер, в том числе путем активной пропаганды общественных идеалов. Основными задачами СМИ авторы эссе считают «поддержание стабилизации и устойчивости социальной сферы» и «воспитание в гражданах различных ценностей и погружение в социальную проблематику».

Ряд абитуриентов отмечают, что наибольшее общественное влияние имеет телевидение, как «образно-наглядное СМИ», с помощью которого можно продвигать практически любые идеи. Другие, напротив, пишут, что, хотя телевидение является мощным средством воздействия на общество, однако для отдельных сегментов аудитории, к примеру, молодежи, не является авторитетным источником информации. В этом отношении молодые люди больше предпочитают «подкасты или интернет». Авторы пишут о двойственной роли современных СМИ: с одной стороны, они агитируют аудиторию за здоровый образ жизни, с другой – провоцируют вредные привычки. «Отрицательными чертами СМИ» названы пропаганда и дезинформация, которые «заставили общество постоянно ставить под сомнение информацию, которую преподносят в интернете, телевидении, радио и печатных СМИ».

В эссе этой группы прослеживается недоверие молодых людей к любым источникам информации. Молодежь понимает опасность фейковой информации как массовой угрозы последнего времени. Отмечая, что именно интернет-ресурсы являются наиболее «фейковыми», в то же время авторы достаточно идеалистичны в своих прогнозах – в части эссе можно наблюдать очевидный оптимизм и уверенность в том, что количество недостоверных сообщений уже в ближайшем будущем ощутимо пойдет на спад.

В сочинениях также находит отражение и современная политическая ситуация. В одном эссе написано, что «усиление информационного потока после начала СВО <...> повлекло за собой и ограничение многих источников информации: закрытие радио “Эхо Москвы”, санкции в сторону “Новой газеты”, внесение множества СМИ в реестр иностранных агентов, например, издания “Медуза”* (признано иноагентом, доступ к сайту блокирован на территории России), интервьюера Юрия Дудя* (В РФ признан иноагентом)

и других». В целом, приводя конкретные примеры деятельности СМИ, абитуриенты показывают довольно разный уровень знаний. В одном из эссе перечислены «как государственные информационные источники (филиал ВГТРК в Томске), так и коммерческие и незарегистрированные, радио “Томский Благовест” и канал в Telegram “Улица Бархатная”», материалы которых «вызывают общественные дискуссии, побуждают к изменению общественного поведения, освещают события, проблемы и перемены в социальной сфере на локальном уровне». Другие же авторы считают, что «передача “Малахов” <...> показывает зрителям силу материнской любви, тем самым воспитывая в обществе семейные ценности», а «одной из миссий журнала *Vogue Russia*, по заявлению бывшего главного редактора Алёны Долецкой, стало “перевоспитание женщин”». Встречается в работах и мысль, что СМИ «не только выполняют функцию передачи информации», но и помогают государству сформировать в людях нужные интересы и стремления и «они всегда будут выполнять функцию рекламодателя, привлекая внимание к определенным брендам и продуктам».

В текстах эссе упоминаются также блогеры: Светлана Сырова, журналистка из Томска, «Дина Саева, обладательница 7,7 миллиона подписчиков в запрещенной социальной сети от компании Meta* (признана в РФ экстремистской организацией и запрещена)», которая «поехала в Африку, чтобы накормить голодных детей рисом», и шведская экоактивистка Грета Тунберг, организовавшая протест против загрязнения окружающей среды.

«Человек и личность»

Данная тема во многом связана с обсуждением взаимодействия по линии «личность – общество – медиа». При этом спектр взглядов абитуриентов достаточно широк и касается как исторических фактов и философских концептов, так и современных событий.

По мнению авторов сочинений, «средства массовой информации формируют у нас новое мировоззрение», поскольку в них публикуются статьи «о здоровом образе жизни, о том, что нашему здоровью вредит, о достижениях науки и техники, о развитии человека как личности и другое», «из новостей мы действительно узнаём много важной и полезной информации». Теоретически, признают авторы эссе, «тому, кто распространяет информацию, нужно нести в массы правду, какой бы она ни была». Но «средства массовой информации преподносят любое событие остро, цепляя этим публику», «в средствах массовой информации нередко проявляется обращение к эмоциям потребителя», «телевидение, пресса, радио и интернет способны манипулировать людьми, влиять на их сознание». В результате «какая-то информация может оказаться выдумкой, получается, что наше мнение формируется ошибочным», «не всегда то, что мы слышим и видим, является правдой», поэтому «иногда нужно тщательно изучить прочитанное, найти подтверждение».

В качестве исторических примеров негативного влияния СМИ приведены геноцид в Руанде, где радио «Тысячи холмов» долгое время взращивало ненависть между представителями местных народностей, а также антиправительственные акции в России и Беларуси, где телеграм-каналы фактически координировали действия демонстрантов, сообщая о точках сбора и планах действий для участников.

Текущая информационная повестка, касающаяся жизни страны, СВО, антироссийских санкций, мирового финансового и экономического кризиса, существенно «пропитывает» в том числе и сознание российской молодежи. В эссе отмечают недостатки в работе средств массовой информации России: «Отечественным СМИ не хватает фильтрации поступающей информации <...> на федеральном канале “Первый”, на котором, в период проведения военной операции на Украине, организован информационный канал связи, вместо того, чтобы транслировать новости с фронта, отдавать память погибшим героям, происходит обрушивание огромного количества информации на зрителя, на обывателя, который и без того пребывает в беспокойстве <...> Странно воспитывать патриотизм в том, кому не прививали его с детства, с помощью программ на телевидении», – пишет один из авторов.

По мнению многих абитуриентов, именно СМИ, как исторически, так и в особенности в современных условиях, формируют «матрицу героизации», то есть создают в массовом сознании героев и популярных личностей, инфлюенсеров и, напротив, антагонистов и негативных персонажей. Примеры героев и антигероев иногда берутся авторами эссе из сферы политики: «В СМИ героями очень часто предстают Владимир Путин, Екатерина Мизулина, наша армия. Антигероями же – ВСУ». В одном из эссе в качестве антигероя выделяется Евгений Пригожин, организатор военного мятежа, ему противопоставляется президент Беларуси Александр Лукашенко, «который “усмирил” Евгения Пригожина в день мятежа». Другой автор (девушка) выбирает личностей из сферы шоу-бизнеса. Героями СМИ она считает Дмитрия Нагиева, «так как этот человек не только хорошо играет в кино, но и замечательно демонстрирует свои умения и навыки в обычной жизни», и Ольгу Бузову, «потому что эта женщина демонстрирует правильную точку зрения в отношении ко многим». Отрицательными же персонажами этот автор считает Даню Милохина и Алишера (Моргенштерна)* (в РФ признан иноагентом), так как они «демонстрируют неправильный образ мужчины».

Отдельным аспектом в представленных работах являются рассуждения на тему зависимости журналистики как профессии от личности журналиста. Здесь абитуриенты показывают неплохое знание истории. В качестве положительных примеров они называют Нелли Блай, Генри Люса, основателя журнала «Лайф», самого влиятельного издателя в западных СМИ прошлого века, Анну Политковскую, имя которой встречается и в сочинениях других групп.

Гораздо хуже у молодежи со знаниями о современных журналистах. Здесь упоминаются как профессионалы из сферы медиа, так и представители оппозиции, шоу-бизнеса и просто блогеры. Абитуриенты отмечают Ксению Собчак, известную «своей скандальной личностью, а также нарушением моральных норм, присущих журналисту», Юрия Дудя* (в РФ признан иноагентом), популярного на YouTube, Алену Корк, которая помогла девочке с пересадкой сердца, Алексея Пивоварова* (в РФ признан иноагентом, в эссе это не указано), создателя канала «Редакция». Последний назван «*примером настоящего журналиста, поскольку он <...> не боится пробовать новое*». К «выдающимся личностям в сфере массмедиа» отнесены Филипп Киркоров и Нагалья Гасанханова. Говорится о благоприятном воздействии государственных СМИ: информационное агентство ТАСС, телеканал «Россия К», в позитивном ключе отмечен Владимир Путин. Из сотрудников федеральных СМИ названы Денис Полунчуков, работавший на телеканалах «Вести», «Россия 1», «Матч», Эдуард Петров, Владимир Соловьев, которого «*смотрят бабушки*», чтобы «*узнать о политике*», тогда как молодежь, интересующаяся модой, читает Vogue.

«СМИ в эпоху Интернета»

В сочинениях этой группы наблюдается определенное понимание процессов развития медиакommunikаций. Присутствуют сравнения современности с тем, что было в прошлом. Так, упомянуто, что если «*когда-то Петр I основал и лично редактировал первую в России газету “Ведомости”, то в 21-м веке журналист может публично выражать свое мнение*», «*во времена войны с Наполеоном в Российской Империи была жесточайшая цензура на всё французское*», «*в СССР при правлении Сталина <...> невозможно было открыто заявлять о своих взглядах, если они были неугодны правительству*». Авторы пишут, что «*советские граждане могли включить радио, например, известный “Маяк”, любимую телепередачу*», в не столь отдаленные времена дети смотрели «*Спокойной ночи, малыши!*», «*Давайте рисовать!*», а любимыми программами взрослых являлись «*Модный приговор*», «*Давай поженимся!*». «*В моем детстве по вечерам мы всей семьей собирались у телевизора для просмотра любимого шоу*», такого как «*Ледниковый период*». Следует отметить, что упоминаются в основном различные форматы развлекательных и познавательных передач, что вполне соответствует ожиданиям от предпочтений молодежной целевой группы.

Не остались без внимания и традиционные СМИ: газеты («*Комсомольская правда*»), официальные государственные (Первый канал, в Великобритании – BBC) и т. д. Рассуждая о СМИ и Интернете, абитуриенты много пишут о конвергенции в современном медиaprостранстве, прежде всего о сочетании в различных вариантах формата, характерного для сетевых изданий, а также традиционных информационных составляющих – таких как заметки и статьи, видеосюжеты и видеoproграммы. Абитуриенты выражают некоторую обеспокоенность достоверностью информации, распространяемой через Интернет.

«*Благодаря интернету и таким площадкам, как социальные сети (Яндекс.Дзен, Youtube, ВКонтакте), подкастинг, мобильное телевидение и блогосфера, журналистам стало проще делиться информацией и доносить новости до читателя, зрителя и слушателя*». Однако «*с различными идеями и мнениями в СМИ пришли фейковые новости и недостоверная информация. Безусловно, всё это было и прежде, но контролировать СМИ на наличие ложной информации во время, когда интернет отсутствовал, было намного проще*». «*Например, каждый может создать новостной канал в социальных сетях, будь то Telegram или VK, выкладывать статьи, возможно даже полностью выдуманные, и вводить людей в заблуждение*», «*в традиционных СМИ работают профессиональные журналисты, которые перед публикацией убеждаются в корректности материала, в интернет-медиа так происходит не всегда*». Опасение абитуриентов вызывает и способность Интернета «*оказывать и влияние на наши нормы поведения и социальные установки*», «*задавать вкусы в моде, культуре, становясь частью нашей коллективной памяти*», «*формировать и стандартизацию вкусов и предпочтений*», создавать «*иллюзию идеальной жизни*», «*искаженное представление о реальности*».

Абитуриенты имеют представление и о новых форматах медиа. В шести из 13 эссе упоминаются подкасты – «*аудиофайлы, подготовленные заранее, поделенные на разные темы и опубликованные в определенных медиа, в основном это YouTube или специальные сервисы для прослушивания музыки*», такие как «*Яндекс.Музыка*». Из других новых форматов названы лонгриды, иммерсивная журналистика («*ее особенность в том, что для погружения в материал требуются 3D-технологии и очки виртуальной реальности*»), спецпроекты.

Особенностью эссе на тему Интернета является множество примеров, показывающих молодежь как потребителей того или иного медиаконтента. *«Сейчас безумно популярны два направления – это научно-популярный и развлекательный контент. У таких шоу и программ огромная аудитория, не имеющая возрастных ограничений».* Авторы эссе положительно отзываются о различных интервью (проекты Надежды Стрелец, Ксюши Хоффман, в частности «Пушка» – *«это шоу собирает миллионы просмотров»*), шоу («Агент Шоу» Анастасии Ивлеевой, которое абитуриент считает *«одной из лучших телепрограмм в социальных сетях»*), «ЧБМПТБНП» – Что бы мне поделаться только бы не почитать) и ряд сетевых ресурсов, позиционирующих себя как независимые. В список героинь интернета, повлиявших на общество, попала журналистка и фемактивистка Настя Красильникова.

«Экономика, рынок и денежно-финансовая политика»

В рамках раскрытия указанной темы абитуриенты затрагивают условно два больших проблемных поля – роль СМИ и журналистики в национальной и мировой экономике и деловые издания как сегмент существующей медиасистемы любого цивилизованного государства: *«Деловая журналистика связана с бизнесом, а бизнес с деловой журналистикой. Исчезни одно, второе не сможет существовать. Всё взаимосвязано. СМИ глаза и уши граждан страны».* Особенностью видения данной темы является уход от глубокого рассмотрения экономической и бизнес-проблематики в пользу общественных проблем, связанных с экономикой, а именно – противодействие киберугрозам, экономическая грамотность населения и т. д. То есть узкую проблему абитуриенты неоправданно рассматривают как широкий общественно-политический дискурс.

Выпускники школ знают довольно много деловых изданий: газеты «Ведомости», «Взгляд» и «Коммерсантъ», журналы Forbes, Inc.Russia, телеканал «Россия 24»; информационное агентство РБК, YouTube-канал «Продолжение следует». Достаточно неожиданным оказалось упоминание специализированных СМИ, к аудитории которых не относится учащаяся молодежь: «Банковское обозрение», портал Банки.ру и интернет-издание «Гинькофф Журнал» и совсем уж специальных, таких как «Главбух», «Упрощёнка», «Заработная плата». Причем правильно указана специфика каждого из таких изданий.

Рассуждая о роли и значении СМИ для экономики, некоторые авторы отмечают важность их просветительской функции, которая помогает формировать самостоятельную, образованную и критическую личность современного гражданина. Такое представление выходит за рамки собственно экономической проблематики и отчасти пересекается и смешивается с темами «Общество и СМИ», «Проблемы гуманитарного развития общества», «Человек и личность».

Будущие студенты считают, что на содержание СМИ влияют разные политические силы: некоторые из них *«говорят, что экономика России в упадке, что государство лишь создает иллюзию стабильности, продавая нефть иностранным партнерам по исторически низким ценам»*, другие *«скандируют о небывалой мощи российского экономического аппарата».* *«С либеральной стороны постоянно слышно, что “российская экономика скоро придет в упадок, грянет крах и мор!”* По словам молодых авторов, *«об этом говорили “Медуза”*, “Дождь”*, Ходорковский* (включены Минюстом России в число иноагентов) и ему подобные».* Но иная риторика идет из федеральных СМИ: *«Киселев, Соловьев, Захарова»*, *«“Соловьев LIVE” превращается в деловое СМИ».*

Сами же представители молодежи предпочитают получать информацию из мессенджеров: *«В первые месяцы начала СВО большинство людей впало в панику, что привело к повышению динамики интереса людей к новостям. Это способствовало увеличению аудитории в новостных каналах в “Телеграм”».*

Один из авторов счел относящимся к теме экономики то, что *«в данный момент творческие группы, такие как: певцы, художники, журналисты, видеоблогеры, не имеют возможности в полной мере выполнять свои профессиональные функции, из-за определенных ограничений, тем самым теряя доход и аудиторию»* – то есть что блогеры и тик-токеры в России стали меньше зарабатывать. При этом тот же автор не забыл о том, что *«известные видеоблогеры и SMM-деятели»* в основном получают доход от рекламы, которая часто бывает лживой и вредной для их не критически настроенной аудитории.

«Общество и культура»

Исходя из количества написанных эссе, можно подумать, что указанная тема оказалась наименее интересной для абитуриентов. Однако, с другой стороны, эти работы представляются и наиболее содержательными.

Общим и достаточно распространенным суждением по данной теме является тезис о том, что в настоящее время культура имеет большой успех в современных СМИ. Абитуриенты понимают, что культура подразделяется на три формы: массовая, элитарная и народная. *«Массовая, или культура большинства – это культура развлечений, быта и информации, приспособленная ко вкусам широких масс людей»*, поэтому она формируется и транслируется посредством общедоступных медиа: телевидение, интернет, журналы, интернет-блоги и газеты. При помощи СМИ *«люди и приобщаются к плодам в основном массовой»*

культуры». *«Индустрия моды, рекламы и физического имиджа формируют стандарты внешнего вида, стиля, образа жизни, вовлекая людей в разного рода салоны, магазины и направления, связанные с физическим развитием человека».*

Однако, будь то народная, массовая или элитарная культура, каждое СМИ, пишущее об этом, находит свою аудиторию. В эссе упоминаются такие тематические СМИ, как «Россия. Культура», «Литературная газета», модные журналы Cosmopolitan, Vogue, Elle, «Все звезды», музыкальные – The Rolling Stones, The Billboard, интернет-порталы «Культура.рф», «Афиша Daily» и ряд других.

Следует подчеркнуть, что многие абитуриенты не просто выделяют средства массовой информации «культурной» направленности, но и утверждают, что отражение в СМИ темы культуры очень многообразно. В доказательство приводятся многократно упоминаемые блоги и интернет-издания, посвященные таким проблемам, как туризм, популяризация науки, современная музыка.

Рассуждая о современном обществе, культуре и медиа, отдельные абитуриенты приводят в пример муниципальную прессу и локальные (местные) интернет-ресурсы, городские сайты, где публикуются «анонсы культурных мероприятий», «даты концертов», «гуляния в честь праздника “масленица”» и т. п. Телеканалы, такие как «Культура», рассказывают о событиях, происходящих в области культуры, пишут о ее объектах (о балете, музыке, литературе), которые стали достоянием нашей страны: *«чем больше способов информирования, тем больше людей узнает о предстоящих культурных мероприятиях и многие люди станут культурно развитыми».*

Еще одним важным выводом абитуриентов является мнение о постоянной роли СМИ как источника информации о культуре и обществе вне конкретного времени – прошлого, настоящего и будущего. *«Духовная сфера продолжает развиваться с помощью людей, работающих в СМИ. Они говорят о спорте, искусстве, кино, создают историю. На сегодняшний день у журналистов есть множество возможностей для самореализации, поэтому они легко оказывают влияние на человека, меняют его мировоззрение. Культура живет и развивается благодаря СМИ. Слово – оружие журналиста, поэтому оно должно быть в руках у благородных, честных и отважных людей, которые стремятся сделать жизнь общества лучше»*, – вот один из показательных в этом отношении фрагментов текстов.

По мнению молодежи, СМИ могут не только информировать о событиях в сфере культуры, но и влиять на нее, становиться ее частью: *«Как культура вошла в СМИ, так и наоборот. Многие издания, журналы, ТВ-передачи стали культовыми, потому что писали материалы о молодежных субкультурах или работали в узком кругу элитарного искусства. Такие СМИ стали ее частью. Для них именно культура дает инфоповоды, чтобы продолжать работу».* *«Люди, работающие в СМИ, пытаются привлечь внимание к духовной сфере, так как одна из целей журналистов – делать общество нравственное, поэтому они вводят новшества, которые никого не оставляют равнодушным».*

Анализ работ абитуриентов также показывает, что они не только затрагивают сугубо прикладные аспекты проблемы – например, жанры и форматы деятельности СМИ в сфере культуры (такие как передачи об истории или ток-шоу с участием звезд), но и рассуждают об общем гуманитарно-философском значении для любого общества отражения темы культуры в средствах массовой информации. Важно и то, что молодежь отмечает необходимость разных видов культуры – от классической и элитарной до молодежных течений.

В отдельных работах встречается и мнение о значимости современной молодежной культуры для общества. *«Так как у нас свободная страна можно считать, что любая молодежная субкультура имеет право на существование, и что каждый может стать полным представителем субкультуры».* *«Зачастую новые виды субкультур это лишь ответвления от старых, привычных нам. Но и без них общество не было бы таким, каким мы его привыкли видеть каждый день, а культура и вовсе утратила бы свой смысл. Нам следует ценить любое ее проявление»*, – цитата из эссе с подобными рассуждениями.

Заключение

Проанализированные эссе позволяют прийти к следующим основным выводам о трендах мнений и образе мысли современной молодежи, решившей связать свое будущее со сферой массмедиа:

– в сознании большинства абитуриентов (70 %) массовые коммуникации отождествляются с общественно значимой, имеющей существенное значение для развития социума системой государственного управления и экономики. При этом в большинстве работ проводится тезис о том, что власть и средства массовой информации не могут быть полностью независимыми друг от друга, в интересах общественного развития необходимо взаимодействие указанных институтов: *«журналистика и власть могут и должны идти вместе, дабы сохранить порядок в стране»;*

– рассуждая об общефилософских проблемах, таких как личность и общество, ценности, многие абитуриенты (более 50 %) гуманистично оценивают роль современных медиа, подчеркивая, что от них во многом зависит *«поддержание стабилизации и устойчивости социальной сферы»*, развитие общества, культуры, гармоничное развитие личности. Также прослеживается понимание влияния СМИ на такие ключевые общественные ценности, как патриотизм и гражданственность;

– присутствует достаточно адекватное представление о медиасистеме России, ее развитии за последние десятилетия, об отличии государственных СМИ от частных, универсальных от специализированных и специальных, традиционных СМИ от новых медиа, об использовании новых технологий и форматов (подкасты, лонгриды) в журналистской деятельности. Вопреки распространенному мнению о том, что молодежь пользуется преимущественно независимыми интернет-источниками информации, анализ эссе показывает, что авторы знают много традиционных медиа как имеющих широкий охват аудитории и высокую степень влияния на нее, а государственные СМИ отмечают в основном в позитивном контексте. В работах прослеживается некоторое недовольство официальной информацией, транслируемой телеканалами, но гораздо большее беспокойство у абитуриентов вызывает широкое распространение фейков в Интернете, способность новых медиа оказывать негативное воздействие на аудиторию. На это указывает около 60 % авторов;

– интересным является то, что упоминаются в основном СМИ и журналисты федерального уровня, крайне редко – медиа регионального уровня, кроме этнических СМИ в сочинениях соответствующей группы авторов. Данный тренд показывает, что молодежь в большей степени является потребителем информационных материалов федеральной инфоповестки. По-видимому, это свидетельствует о необходимости более глубокого изучения особенностей современных региональных и местных медиа в рамках коммуникативных специальностей;

– в работах абитуриентов нашли отражение современная политическая ситуация в мире, специальная военная операция, информационная война стран Запада против России. Распространено мнение, что *«в непростое время, когда страна участвует в вооруженном конфликте, задача СМИ состоит в том, чтобы сплотить население, сформировать гражданскую позицию человека»*. Поэтому медийная деятельность показана как часть политики. При этом молодежь осознаёт необходимость донесения правдивой информации и формирования в СМИ положительных образов героев нашего времени;

– в отдельных сочинениях (около 20 %) прямо указывается на то, что журналисты могут выступать в качестве героизированных личностей, создавая независимые СМИ, освещая общественно важные проблемы, выступая в качестве примера для людей со своими гражданскими взглядами на вопросы развития общества. Таким образом, можно сделать вывод о том, что, по мнению абитуриентов, весьма существенной является именно роль личности в медиа;

– говоря о личностях в журналистике, следует отметить, что авторы эссе относят к ним не только сотрудников СМИ, но и так называемых лидеров мнений – политиков, телеведущих, представителей шоу-бизнеса, блогеров, основателей каналов на YouTube и Яндекс.Дзен. Это может свидетельствовать как о недостаточном понимании специфики журналистики, так и о ее трансформации в условиях новой информационной среды.

Полученные результаты анализа эссе абитуриентов могут служить основой для дальнейших исследований в сфере современных массовых коммуникаций и их роли в гуманитарных процессах. Исследованный авторами материал рассматривается нами как достаточно информативный с точки зрения поставленных задач и в то же время перспективный, но требующий дальнейшего глубокого и детального изучения с опорой на более точные методы качественного и количественного анализа, с учетом междисциплинарного аспекта изучаемой проблемы.

Список источников

- Агапов В. Л., Бутырин Д. А. Дистанционное образование в Дальневосточном федеральном университете // Дистанционное обучение: методы и приёмы. Сборник статей / Отв. ред. И. С. Юхнова. Нижний Новгород, 2020. С. 11–18.
- Аргылов Н. А. Высшее журналистское образование на Дальнем Востоке: история ДВГУ – ДВФУ // Журналистика и общественные коммуникации в цифровом пространстве: создавая смыслы. Владивосток, 2021. С. 7–16.
- Балашова Л. В. Идеологема «коллективный Запад» сквозь призму антропоморфной метафоры (на материале выступлений С. В. Лаврова после начала специальной военной операции 24.02.2022) // Политическая лингвистика. 2022. № 5 (95). С. 24–39.
- Белоконев С. Ю., Гавров С. Н. Идеологемы постмодерна vs национально ориентированное мировоззрение: к пониманию политической картины мира российской молодежи // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2023. № 13 (1). С. 21–29.
- Варганова Е. Л. Медиапотребление на современном этапе нуждается в исследованиях // Медиатренды. 2020. № 1. URL: https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_73.pdf (дата обращения 20.09.2023).
- Варганова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Медиаальманах. 2022. № 2. С. 8–13.
- Галаганова С. Г., Турусина Т. В. Технология анализа социальных сетей с целью выявления социальных трендов // Человеческий капитал. 2023. № 1. С. 121–136.
- Завьялова О. А. Адаптационные ресурсы российской молодежи в условиях интенсивных геополитических трансформаций // Общество: политика, экономика, право. 2023. № 6. С. 76–81.
- Загиртдинов Р. Б., Шокурова Е. А., Умербаева И. И. Патриотизм и современная российская молодежь // Малоотходные, ресурсосберегающие химические технологии и экологическая безопасность – 2021: Сборник трудов IV международной научно-практической конференции. Уфа, 2021. С. 517–520.
- Залиханов М. Ч., Степанов С. А. Академик Н. Н. Моисеев и некоторые его методологические подходы к пониманию современной научной картины мира // Век глобализации. 2018. № 1 (25). С. 131–142.

- Зарубина Н. К., Овчинкин О. В., Пыхтин А. И. Оценка качества подготовки абитуриентов при приеме в вуз по результатам ЕГЭ и итоговому сочинению // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 8 (ч. 3). С. 481–485.
- Зверева Е. А., Хворова В. А. Трансформация ценностных ориентиров молодежи в современной информационно-коммуникационной среде // *Коммуникативные исследования*. 2022. Т. 9, № 1. С. 7–28
- Кайда Л. Г. Эссе: Стилистический портрет. Москва: Флинта, 2022. 182 с., 4-е изд.
- Кто вы? Акулы пера или дятлы клавиатуры? // Учебное пособие / В. Л. Агапов, К. В. Барина, Л. А. Васильева, П. Ю. Самойленко, И. С. Гладкова, Л. Ю. Григорьева, Р. А. Захаркин, Л. Е. Кириллова, Т. Д. Лыкова, Е. Ю. Олейникова, Т. В. Прудкогляд, Л. И. Распутная, Е. В. Федорова. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2020. 134 с.
- Кульчицкая Д. Ю., Варганов С. А., Дунас Д. В., Салихова Е. А. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // *Медиаскоп*. 2019. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529>. DOI: 10.30547/mediascope.1.2019.9 (дата обращения: 20.09.2023).
- Липатова А. В. Медиапотребление молодежи в социальных сетях: обзор мировых и российских практик // *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2023. № 2 (59). С. 20–23.
- Лукушин В. А. Внешнее информационное давление на российскую молодежь как инструмент глобального противоборства // *Общественные науки и современность*. 2023. № 3. С. 68–82.
- Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / под ред. Д. В. Дунаса. Москва: Издательство Московского университета, 2021. 406 с.
- Никонова Э. И. Российская молодежь в условиях кризиса: трансформация традиционных ценностей // *Вестник экономики, права и социологии*. 2022. № 2. С. 130–133.
- Пятова А. В. Роль масс-медиа в формировании ценностных ориентаций молодежи // *Общество: философия, история, культура*. 2022. № 10. С. 114–118.
- Пятова А. В. Современная российская молодежь: риски радикализации (по материалам эмпирического исследования) // *Общество: философия, история, культура*. 2023. № 5 (109). С. 153–157.
- Рахматуллина З. Я., Казанцева М. А. Молодежь в современном российском обществе: социально-духовные проблемы и пути их решения // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*. 2019. № 2. С. 186–190.
- Салин П. Б. Студенческая молодежь как «постоянная переменная» российской массовой политики // *Гуманитарные науки. Вестник финансового университета*. 2017. Т. 7. № 4 (28). С. 47–51.
- Сердюк Н. В. Юность в поисках смысла: российская молодежь на перепутье // *Динамика смысловой реальности и акме личности: Сборник научных трудов*. Москва, 2023. С. 174–177.
- Смирнова О. В., Шкондин М. В. Исследования медиа и журналистики в контексте конфликтологии: системно-теоретические аспекты // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2021. Т. 10, № 1. С. 5–21.
- Тулупов В. В. Подготовка медиаспециалистов в вузах современной России: проблемы и перспективы // *Научные труды Московского гуманитарного университета*. 2022. № 1. С. 4–9.
- Хорошилов Д. А., Мельникова О. Т. Метод тематического анализа в изучении представлений о женском лидерстве // *Организационная психология*. 2020. Т. 10, № 3. С. 85–99.
- Якова Т. С., Янглева М. М. Лидерство в гуманитарной сфере: интерес к журналистике в регионах мира в условиях «академического капитализма» // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2023. Т. 12, № 2. С. 278–295.

References

- Agapov, V. L. & Butyrin, D. A. (2020). Distancionnoe obrazovanie v Dal'nevostochnom federal'nom universitete [Distance education at the Far Eastern Federal University]. *Distancionnoe obuchenie: metody i priemy* / Otv. red. I. S. Yuhnova. Nizhny Novgorod, 11–18. (In Russ.)
- Argylov, N. A. (2021). Vy'sshee zhurnalistskoe obrazovanie na Dal'nem Vostoke: istoriya DVGU – DVFU [Higher journalistic education in the Far East: history of FEGU - FEFU]. *Zhurnalistskaya i obshchestvennyye kommunikatsii v cifrovom prostranstve: sozdavaya smysly*. Vladivostok, 7–16. (In Russ.)
- Balashova, L. V. (2022). Ideologema «kollektivnyy Zapad» skvoz' prizmu antropomorfnoy metafory (na materiale vystupleniy S. V. Lavrova posle nachala spetsial'noy voennoy operatsii 24.02.2022) [The ideologeme “collective West” through the prism of anthropomorphic metaphor (based on the speeches of S.V. Lavrov after the start of a special military operation on February 24, 2022)]. *Politicheskaya lingvistika*, 5 (95), 24–39. (In Russ.)
- Belokonev, S. Yu. & Gavrov, S. N. (2023). Ideologemy postmoderna vs natsional'no orientirovannoe mirovozzrenie: k ponimaniyu politicheskoy kartiny mira rossiyskoy molodezhi [Postmodern ideologemes vs nationally oriented worldview: towards understanding the political picture of the world of Russian youth]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, 13 (1), 21–29. (In Russ.)
- Vartanova, E. L. (2020). Mediapotreblenie na sovremennom etape nuzhdaetsya v issledovaniyakh [Media consumption at the present stage needs research]. *Mediatrendy*, 1, available at: https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/Mediatrendy_73.pdf (accessed: 09.20.2023) (In Russ.)
- Vartanova, E. L. (2022). K voprosu o posledstviyakh tsifrovoy transformatsii mediasredy [To the question of the consequences of digital transformation of media environment]. *Medial'nanakh*, 2, 8–13. (In Russ.)
- Galaganova, S. G. & Turusina, T. V. (2023). Tekhnologiya analiza sotsial'nykh setey s tsel'yu vyyavleniya sotsial'nykh trendov [Technology for analyzing social networks in order to identify social trends]. *Chelovecheskiy kapital*, 1, 121–136. (In Russ.)
- Zav'yalova, O. A. (2023). Adaptatsionnye resursy rossiyskoy molodezhi v usloviyakh intensivnykh geopoliticheskikh transformatsiy [Adaptation resources of Russian youth in conditions of intense geopolitical transformations]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, 6, 76–81. (In Russ.)
- Zagyrtdinov, R. B., Shokurova, E. A. & Umerbaeva, I. I. (2021). Patriotizm i sovremennaya rossiyskaya molodezh' [Patriotism and modern Russian youth]. *Maloethodnye, resursoberegayushhie himicheskie tehnologii i ekologicheskaya bezopasnost'*. Ufa, 517–520. (In Russ.)
- Zalikhhanov, M. Ch. & Stepanov, S. A. (2018). Akademik N. N. Moiseev i nekotorye ego metodologicheskie podkhody k ponimaniyu sovremennoy nauchnoy kartiny mira [Academician N.N. Moiseev and some of his methodological approaches to understanding the modern scientific picture of the world]. *Vek globalizatsii*, 1 (25), 131–142. (In Russ.)
- Zarubina, N. K., Ovchinkin, O. V. & Pykhtin, A. I. (2015). Otsenka kachestva podgotovki abiturientov pri prieme v vuz po rezul'tatam EGE i itogovomu sochineniyu [Assessment of the quality of preparation of applicants when admitting to a university based on the results of the exam and the final essay]. *Fundamental'nye issledovaniya*, 8 (part 3), 481–485. (In Russ.)

- Zvereva, E. A. & Medarova, V. A. (2022). Transformation of the value guidelines of youth in the modern information and communication environment [Transformatsiya tsennostnykh orientirov molodezhi v sovremennoy informatsionno-kommunikatsionnoy srede]. *Kommunikativnye issledovaniya*, T. 9, 1, 7–28. (In Russ.)
- Kaida, L. G. (2022). *Esse: Stilisticheskii portret* [Essay: stylistic portrait]. Moscow: Flint. 182 p., 4th ed. (In Russ.)
- Agapov, V. L., Barinova, K. V., Vasilyeva, L. A. & et al. (2020). *Kto vy? Akuly pera ili dyatly klaviatiry?* [Who you are? Sharks of the pen or woodpeckers of the keyboard?]. Vladivostok: Publishing house Dalnevost. Univ. 134 p. (In Russ.)
- Kulchitskaya, D. Yu., Vartanov, S. A., Dunas, D. V. & Salikhova, E. A. et al. (2019). Mediapotreblenie molodezhi: spetsifika metodologii issledovaniya [Media consumption of youth: the specifics of the research methodology]. *Mediascope*, Issue 1, available at: <http://www.mediascope.ru/2529>. DOI: 10.30547/Mediascope.1.2019.9 (accessed: 09.20.2023). (In Russ)
- Lipatova, A. V. (2023). Mediapotreblenie molodezhi v sotsial'nykh setyakh: obzor mirovykh i rossiyskikh praktik [Media consumption of youth on social networks: an overview of world and Russian practices]. *Kazanskiy sotsial'no-gumanitarnyy vestnik*, 2 (59), 20–23. (In Russ)
- Lukushin, V. A. (2023). Vneshnee informacionnoe davlenie na rossiyskuyu molodezh' kak instrument global'nogo protivoborstva [External information pressure on Russian youth as an instrument of global confrontation]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 3, 68–82. (In Russ.)
- Dunasa, D. V. (2021). *Mediapotreblenie «tsifrovoy molodezhi» v Rossii* [Media consumption of “digital youth” In Russia: Monograph]. Moscow: Publishing House of Moscow University. 406 p. (In Russ.)
- Nikonova, Je. I. (2022). Rossiyskaya molodezh' v usloviyakh krizisa: transformatsiya traditsionnykh cennostey [Russian youth in crisis: transformation of traditional values]. *Vestnik jekonomiki, prava i sociologii*, 2, 130–133. (In Russ.)
- Pyatova, A. V. (2022). Rol' mass-media v formirovanii tsennostnykh orientatsiy molodezhi [The role of the media in the formation of value orientations of youth]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 10, 114–118. (In Russ.)
- Pyatova, A. V. (2023). Sovremennaja rossiyskaya molodezh': riski radikalizatsii (po materialam empiricheskogo issledovaniya). [Modern Russian youth: risks of radicalization (based on empirical research)]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 5 (109), 153–157. (In Russ.)
- Rahmatullina, Z. Ja. & Kazanceva, M. A. (2019). Molodezh' v sovremenном rossiyskom obshchestve: social'no-duhovnye problemy i puti ih resheniya [Youth in modern Russian society: social and spiritual problems and ways to solve them]. *Ekonomicheskoe i humanitarnye issledovaniya regionov*, 2, 186–190. (In Russ.)
- Salin, P. B. (2017). Studencheskaya molodezh' kak «postoyannaya peremennaya» rossiyskoy massovoy politiki [Student youth as a “constant variable” of Russian mass politics]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik finansovogo universiteta*, Vol. 7, 4 (28), 47–51. (In Russ.)
- Serdyuk, N. V. (2023). Junost' v poiskah smysla: rossiyskaya molodezh' na pereput'e [Youth in search of meaning: Russian youth at a crossroads]. *Dinamika smyslovoy real'nosti i akme lichnosti*. Moscow, 174–177. (In Russ.)
- Smirnova, O. V. & Shkondin, M. V. (2021). Issledovaniya media i zhurnalistiki v kontekste konfliktologii: sistemno-teoreticheskie aspekty [Studies of media and journalism in the context of conflictology: system-theoretical aspects]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, T. 10, 1, 5–21. (In Russ.)
- Tulupov, V. V. (2022). Podgotovka mediaspetsialistov v vuzakh sovremennoy Rossii: problemy i perspektivy [Training of media specialists in universities of modern Russia: problems and prospects]. *Nauchnye trudy Moskovskogo humanitarnogo universiteta*, 1, 4–9. (In Russ.)
- Khoroshilov, D. A. & Melnikova, O. T. (2020). Metod tematicheskogo analiza v izuchenii predstavleniy o zhenskom liderstve [The method of thematic analysis in the study of ideas about female leadership]. *Organizatsionnaya psikhologiya*, T. 10, 3, 85–99. (In Russ.)
- Yakova, T. S. & Yanglyayeva, M. M. (2023). Liderstvo v humanitarnoy sfere: interes k zhurnalistike v regionakh mira v usloviyakh «akademicheskogo kapitalizma» [Leadership in the humanitarian sphere: interest in journalism in regions of the world under the conditions of “academic capitalism”]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, Volume 12, 2, 278–295. (In Russ.)

Информация об авторах

- В. Л. Агапов** – доктор исторических наук, профессор департамента коммуникаций и медиа.
Л. Е. Кириллова – кандидат филологических наук, доцент, доцент департамента коммуникаций и медиа.
Л. И. Распутная – кандидат политических наук, доцент, доцент департамента коммуникаций и медиа.
П. Ю. Самойленко – кандидат политических наук, доцент департамента коммуникаций и медиа.

Information about the authors

- Vadim L. Agapov** – Doctor of Historical Sciences, Professor of the Department of Communication and Media.
Larisa Ye. Kirillova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Communication and Media.
Larisa I. Rasputnaya – Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Communication and Media.
Peter Yu. Samoylenko – Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Communication and Media

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Статья поступила в редакцию 02.12.2023; одобрена после рецензирования 28.01.2024; принята к публикации 03.02.2024.
The article was submitted 02.09.2023; approved after reviewing 28.01.2024; accepted for publication 03.02.2024.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.