

*Мюллер Д.Г.*

*доцент кафедры связей с общественностью  
и прикладной политологии КФУ*

**Трансформация моделей потребления медиаконтента как фактор политического поведения молодежи.**

В представленных тезисах рассматриваются проблемы трансформации современной медиасферы как фактора политического поведения молодежи. Автор исходит из того, что ускоряющиеся темпы развития электронных медиа и постоянное появление новых форм и каналов передачи информации делают все более сложным своевременное осмысление и систематизацию изменений роли новых медиа как инструмента политической коммуникации с молодежью. Внимание уделено также актуальным особенностям развития российского медиарынка как фактора политической коммуникации.

Ключевые слова: СМИ, новые медиа, молодежь, политическая коммуникация.

*Dmitry Müller*

*Department of public relations and applied political studies*

*Kazan federal university*

**Transformation of media content consumption patterns as a factor of youth political behavior.**

The theses presented address the problems of transformation of the modern media sphere as a factor in the political behavior of youth. The author proceeds from the fact that the accelerating pace of development of electronic media and the constant emergence of new forms and channels of information transfer make it more difficult to timely comprehend and systematize the changes in the role of new media as an instrument of political communication with youth. Attention is also paid to the

relevant features of the development of the Russian media market as a factor in political communication.

Key words: media, new media, youth, political communication.

Стремительная трансформация информационного пространства не может не отражаться на поведении современного человека. Нарастающий темп изменений, связанных с прогрессом в технологической сфере, означает, что влияние глобального информационного пространства на мироощущение современного человека приобретает определяющий характер. Новые возможности, связанные с передачей информации, приводят к постоянному появлению новых форматов, новых видов контента и определяющим образом влияют на поведение в том числе и современной молодежи.

Развитие современных медиа носит крайне интенсивный характер, а появление новых каналов и форм постоянно открывает все новые возможности для появления новых сфер и способов коммуникации. В силу технологических причин скорость изменений в данной сфере нарастает. Эти обстоятельства делают задачу отслеживания, фиксации и систематизации этих изменений все более актуальной, но, одновременно, и объективно более сложной для научного осмысления.

Новые медиа как характеристика и фактор развития современного общества в целом представляют собой сложный объект для изучения и осмысления прежде всего по причине все той же высокой динамики изменений. Бесспорным является возрастание роли электронных медиа как средства коммуникации в современном обществе. Ускоряющийся прогресс в развитии электронных медиа приводит к тому, что новые формы и каналы коммуникации появляются и сменяют друг друга все чаще и чаще. Ускорение информационного обмена обусловлено не только появлением новых информационных площадок, но и развитием терминалов, обеспечивающих потребление информации. Развитие технологий производства смартфонов и

программного обеспечения для них привело к тому, что сегодня именно смартфоны становятся основным «окном в мир» для современной молодежи.

В современном обществе (и российское общество в данном случае не является исключением) все участники политической коммуникации оказываются все более зависимы от новых медиаформатов и их возможностей. Так, использование возможностей Twitter отдельными чиновниками и целыми ведомствами давно сделало эту социальную сеть одним из важнейших источников текущей политической информации по всему миру. Несмотря на эпизодические попытки властей в отдельных странах ограничивать доступ к отдельным электронным медиа, приходится признать, что без них сегодня не могут обойтись не только обычные пользователи, но и власть, которая всерьез рассчитывает на установление эффективного контакта с гражданами в частности и окружающим миром в целом.

Применительно к молодежной аудитории данный тезис представляется особенно актуальным. Во всех странах мира статистика показывает неуклонный рост потребления контента через интернет, одновременно сохраняется преобладание в структуре потребления развлекательного контента. Молодежная целевая аудитория с одной стороны в среднем довольно аполитична, а с другой стороны, как показывают примеры протестных акций в Москве в 2018-2019 годах, может быть быстро «мобилизована» именно через социальные сети, видеоблоги и мессенджеры. Оставляя в стороне вопросы, связанные с мотивацией политического поведения молодежи, остановимся на возможностях воздействия на молодежную целевую аудиторию через современные каналы коммуникации.

С одной стороны, можно утверждать, что молодёжная целевая аудитория на сегодня безвозвратно утрачена для классического телевидения в его общественно-политическом смысле, для печатных медиа и даже для новостных интернет-порталов. К этому добавляется и низкий уровень доверия молодежи к официальной информации (что, впрочем, характерно не только для России). С другой стороны, совершенствование технологий сбора и

анализа больших объемов данных о пользователях сегодня дает ранее невиданные возможности в части попыток адресного воздействия на отдельные целевые группы. Все это обуславливает изменение характера построения современной политической коммуникации. Пример компании “Cambridge analytica”, которая еще в 2016 году смогла собрать личные данные более чем 50 миллионов пользователей социальной сети Facebook и разработала эффективные алгоритмы анализа политических предпочтений избирателей для последующей рассылки им адаптированной под их индивидуальные особенности политической рекламы, непосредственным образом иллюстрирует новые особенности построения политической коммуникации в глобальном информационном пространстве [4].

Еще одной интересной тенденцией современной медиасферы является возрастание роли мессенджеров как инструмента для передачи все больших объемов информации. Применительно к российскому медиарынку это утверждение ярко иллюстрируется примером мессенджера Telegram. Период начиная с 2016 года отмечен взрывным ростом количества телеграм-каналов самой различной тематики. Если на рубеже первого десятилетия XX века новостные и тематические порталы, социальные сети, видеохостинги и блоги выступали главными каналами распространения электронного медиаконтента, то сегодня на российском рынке медиа телеграм-каналы стали еще одной формой организации взаимодействия с целевой аудиторией, объем и качество которой постоянно меняются. Особенности телеграм-каналов как инструмента взаимодействия с целевой аудиторией являются возможность эффективного таргетинга по интересам, относительно высокие процент конверсии и уровень доверия пользователей к размещаемой информации. Кроме того, отдельные телеграм-каналы порождают тематические чаты, в которых подписанные пользователи в режиме реального времени могут обсуждать актуальные для них проблемы. Значение данного сегмента рынка российских медиа подтверждается и тем, что в рамках предвыборных кампаний 2018-2019 годов телеграм-каналы оказались в фокусе внимания

субъектов политической коммуникации и стали одним из объектов инвестирования средств, направленных на политическую рекламу.

Важной тенденцией в сфере современной политической коммуникации является и постоянное возрастание скорости обмена информацией. Здесь опять нужно отметить рост значения мессенджеров как средства оперативного обмена информацией между пользователями. Информация о событиях теперь распространяется практически мгновенно, при этом развитие инфраструктуры передачи данных делает возможным передачу в том числе довольно объемных видеороликов. Пример волнений в Волоколамске в марте 2018 года, где протестующие против полигона бытовых отходов местные жители использовали зашифрованные телеграм-чаты для оперативного обмена информацией и координации своих действий, показывает, что власти на всех уровнях должны уделять внимание постоянному и пристальному мониторингу медиасферы, а пренебрежение таким мониторингом и промедление с принятием решений может повлечь самые пагубные и далеко идущие последствия.

В то же время повышение скорости обмена информацией и скорости потребления информации несомненно открывает и новые возможности для мистификаций и создания фейков, притом, что противодействие таким мистификациям становится все более нетривиальной задачей. Уровень доверия молодежи к информации, размещаемой на таких площадках, как, например, видеохостинг Youtube, на порядок выше такового для традиционных медиаканалов.

Нельзя не признать и того, что перечисленные выше особенности современной медиасферы никак не способствуют (если не препятствуют) разрешению главной на сегодняшний день проблемы – растущего противоречия между государственной функцией обеспечения безопасности граждан с одной стороны и свободой слова и тайной переписки – с другой. Представляется, что традиционные подходы, предполагающие блокировку доступа к ресурсам, не смогут решить этого противоречия – как в силу

технической выполнимости, так и в силу изменения культуры потребления информации в современном обществе, где информационный голод становится все более явной особенностью фактически зависимых от своих смартфонов граждан. В первую очередь этот тезис касается молодежи.

Перечисленные отдельные особенности современных медиа как инструмента политической коммуникации с молодежью требуют выработки новых подходов к их научному осмыслению, что, в свою очередь, также оказывается непростой задачей в том числе в силу того, что высокая динамика изменений осложняет эффективную фиксацию и осмысление текущих особенностей медиасферы.

### **Литература**

1. Казаков Ю.В. «Новые медиа» и общество «после нового типа» //Ведомости прикладной этики. 2013. № 43. С. 152-175.
2. Карпов П.Н. Роль новых медиа в политической коммуникации: интернет как инструмент формирования новой политической реальности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2013. № 1. С. 137-149.
3. Лукашевич Д.А. Применимость «спирали молчания» к сети интернет и новым медиа // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: история, филология. 2013. Т. 12. № 6. С. 61-66.
4. СМИ сообщили о вмешательстве Cambridge Analytica в выборы по всему миру [Электронный ресурс]. – URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5046957> (дата обращения 29.03.18).