

АДАПТИВНЫЕ СИТУАЦИИ В МЕДИАДИСКУРСЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

И. И. Шакалов

Ключевые слова: молодежная политика, медиакommunikация, адаптация, адаптивная ситуация.

Keywords: youth policy, media communication, adaptation, adaptive situation.

DOI 10.14258/filichel(2024)2-11

Введение

В переломные периоды истории страны в условиях роста объемов и интенсивности информационных потоков становится актуальным социоречевое исследование медиа, рассчитанных на молодежь. Это позволяет увидеть не только эффективные формы речевого взаимодействия, но и понять речевую архитектуру их адаптирующего коммуникативного воздействия. Наша цель — выявить корреляцию между коммуникативными адаптивными ситуациями и коммуникативно-речевыми действиями, применяемыми для оказания влияния на молодежную аудиторию. Актуальность такого исследования вызвана научной потребностью в знаниях о закономерностях использования продвигающих коммуникаций. Об этом говорится во многих изысканиях, см., например: [Быкова, 2022; Мамонова, 2023; Медведева, 2019; Соколова, 2012].

Для достижения поставленной цели использовались следующие методы исследовательской работы: общенаучные методы наблюдения, синтеза-анализа, типологии, индукции-дедукции; социоречевой метод анализа публикаций традиционных и новых медиа, суть которого состоит в анализе обусловленности способов, приемов и средств создания медиадискурса стратегической коммуникации правовыми, политическими, психологическими, культурными факторами.

Ход исследования. В законодательном акте «Об утверждении основ государственной молодежной политики...» говорится: «Стратегическим приоритетом государственной молодежной политики является создание условий для формирования личности гармоничной, постоянно совершенствующейся, эрудированной, конкурентоспособной, неравнодушной, обладающей прочным нравственным стержнем, способной адаптироваться к меняющимся условиям и восприимчивой к новым со-

зидательным идеям» (выделено мною. — *И. Ш.*) (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.11.2014 № 2403-р). Исходя из документа, одной из важнейших целей молодежной политики является достижение адаптивности у молодых к динамике социальной жизни и развитие восприимчивости к созидательным идеям. Следовательно, молодежная политика ориентирована на предупреждение рисков дезадаптации, способных проявиться и в крайних формах — экстремизме, если молодые оказываются в духовном и ценностном вакууме, когда не поддерживают общественные традиции, игнорируют чужую точку зрения, не ставят перед собой созидательных целей.

В соответствии с документом об основах молодежной политики адаптивное к условиям и созидательным идеям предполагает принятие опыта и традиций народа и страны, способность творчески (независимое мышление) подходить к поиску выхода из затруднений, к решению социальных проблем, умение в созидательной деятельности сочетать личное с общественным, это ощущение благополучия, это развитие молодого человека в соответствии с интересами государства, ориентирующее его творческую энергию на создание будущего страны, народа и своей семьи. Конечно, такое понимание адаптивности базируется на научных исследованиях философов, социологов, психологов, педагогов и т. п. Между тем понимание адаптации как научной категории вариативно [Вислова 2017, с. 119]. В связи с этим мы обратились к данным социальных наук. Прежде всего начнем с определения феномена адаптации, разрабатываемого в разных научных направлениях.

Обычно адаптированностью называют включенность личности в новую или преобразующуюся социальную среду, приспособление человека к внешней среде, его высокий социальный статус, удовлетворенность собой и своей жизнью [Кузнецов, 2000, с. 8]. Благодаря адаптации принимаются успешные решения, проявляется инициатива, точно определяется благополучное будущее [Рубчевский, 2002, с. 2]. Способность к адаптации со стороны субъектов, ведущих работу с молодежью, чрезвычайно важна. Думается, именно адаптивность поможет преодолевать в работе с молодой генерацией присущую некоторым ее представителям аполитичность и атолерантность, агрессивность и социальную безответственность [Власова, 2022]. Подобное встречается в любой сфере деятельности — так что эти идеи мы закономерно включаем в основу нашего определения адаптации в коммуникативной работе с молодыми. Адаптивность, помогающая противостоять социальной девиантности, востребована в коммуникативной работе с медиа.

Феномен адаптации исследовался в философии, где существует несколько подходов к ее изучению и, более того, подчеркивается потребность в этом из-за огромного разнообразия адаптивных форм, механизмов и носителей. Для целей данной работы ближе других подходов интеракционистская теория адаптации Л. Филипса, который выделяет в ней «гибкость и эффективность при встрече с новыми и противодействующими условиями, а также способность придавать событиям желательное для себя направление» (цит. по [Корель, 2007]). В результате адаптация предстает как установление гармоничных отношений с внешней средой при успешном использовании имеющихся условий для реализации своих целей и задач.

Особенно активно понятие адаптации изучается в социологии, также в рамках разных научных парадигм. Представляется, что в основе успешного осуществления государственной молодежной политики лежит адаптация молодежи к интересам российского общества. Неиссякаемый же источник адаптации — это эволюция человека под влиянием бесконечно развивающейся социальной среды. С. И. Капица, рассматривавший содержание понятия социальной адаптации в рамках важнейших социологических теорий, обнаруживает, что все они дополняют друг друга, обогащая содержание адаптации и уточняя представление о ней [Капица, 2009]. Раскрытие сущности социальной адаптации в разных социологических теориях приводит указанного автора к справедливому выводу о том, что детерминант социальной адаптации — потребность в формировании механизмов социальной мобильности, которые проявляются:

во-первых, в усвоении обновляющихся нравственно обязательных норм и ценностей, необходимых для сохранения стабильности общества,

во-вторых, в рациональном согласовании самооценки и притязаний человека, его желаний и возможностей, социально-экономических запросов общества и освоением молодыми новых стратегий поведения для успешного достижения нужных результатов,

в-третьих, в стимулировании познания опыта с целью создания состояния эмоционального благополучия для молодых в обществе.

Для раскрытия архитектоники адаптации исследователями было предложено выделить адаптивные ситуации, в которых этот процесс происходит. Л. В. Корель выделила следующие ситуации: 1) ситуацию усвоения ценностных норм; 2) ситуацию освоения стратегий поведения на основе согласования притязаний, возможностей субъекта и общественных запросов; 3) ситуацию обретения молодыми состояния эмоционального благополучия.

Адаптивные ситуации в медиакommunikации мы склонны представлять с опорой на упомянутую ранее схему П. С. Кузнецова (потребность — актуализация потребности — удовлетворение потребности — возвышение потребности) [Кузнецов, 2000]. Какие же потребности обнаруживаются среди проблем социализации молодежи? В результате анализа работ по проблемам социализации молодежи мы пришли к выводу о правомерности выделения следующих потребностей:

- в связи с «поколенческим разрывом», о котором говорят многие исследователи, выделяя в молодежной среде «цифровой» молодежи поколения Y и Z [Вьюгина, 2019; Хворова, 2022], в коммуникативной работе с этой аудиторией необходимо, адаптируя, действовать, как пишет А. В. Корель, на «преодоление разрывов и несоответствий в социокультурных образцах, в ценностно-нормативной системе общества», а также на «рост приспособленности социальных норм к изменившимся обстоятельствам» [Корель, 2007, с. 171];
- адаптация в речевом воздействии на молодежь должна включать не только стремление к состоянию согласованности, гармонизации интересов, действий и устранение противоречий, конфликтов во взаимодействиях, но и «предоставление субъекту воздействия возможности освоения новых ролей», «восстановление нарушенных старых социально-ролевых предписаний», что позволит обеспечить «включение индивидуума в новые модели связей, новые или скорректированные структуры» [Корель, 2007, с. 173];
- целью адаптации коммуникации с адресатом — «преодоление дискомфорта, отчуждения, изоляции, эксклюзии, дисбаланса, дезинтеграции, а также тревог, страхов, напряженностей» [Корель, 2007, с. 173].

Наряду с выделенными социологами потребностями адаптации, думается, есть основание выделить и еще одну. В связи с полемичностью общественного сознания, вызываемой в том числе и различием между поколениями, всегда необходимы в ходе речевого воздействия установление диалогического взаимодействия, поддержка коммуникативного контакта, стилистической эластичности, проявляющейся в преодолении гипотетического сопротивления аудитории в ходе общения.

Показательно, что, говоря об изменениях смыслового поля адресата, вносимых в результате речевого влияния на массовую аудиторию в условиях СМИ, в целевой структуре воздействия выделяют ценностные, деятельностно-поведенческие, эмоциональные и коммуникативно-речевые компоненты [Леонтьев, 1977; Речевое воздействие в сфере массовой ком-

муникации, 1990; Шелестюк, 2014 и др.]. Следовательно, в адаптирующей деятельности медиакommunikации резонно говорить об адаптирующих речевых механизмах также четырех видов:

- 1) ценностных,
- 2) деятельностно-поведенческих,
- 3) эмоциональных,
- 4) коммуникативно-речевых.

Охарактеризуем каждую из выделенных адаптивных ситуаций.

Ценностная адаптация субъектов молодежной политики мотивирована потребностью для здоровья общества предотвращать поколенческие «разрывы и несоответствия в социокультурных образцах, в ценностно-нормативной системе общества» [Корель, 2007]. Формирование нравственных ценностей происходит под влиянием ценностно-ориентационной коммуникативной деятельности, осуществляемой в медиадискурсе. Общеизвестно, что медиасреда — важнейший фактор формирования интеллектуального, социального и духовного развития молодого поколения. Однако под влиянием взаимодействия с медиасредой, в котором постоянно пребывают представители поколений Y и Z, поколенческий разрыв в обществе усиливается [Хворова, 2022]. Следовательно, роль адаптирующего речевого воздействия в этих обстоятельствах возрастает многократно.

В массмедиа используется множество речевых техник для утверждения общественно востребованных ценностей: с одной стороны, это прославление подвига и других положительных поступков, поощрение социально одобряемого поведения, похвала ее заслуживших, восхищение объектами национальной гордости, с другой стороны, критика неодобряемого поведения, хула за проступки, оповещение о выработанном наказании за преступления. В массмедиа человек оценивается в разных ипостасях: его внешние и внутренние качества, его поведение и поступки, его мнения, позиции, взгляды и, наконец, продукты (мысли, идеи, концепции, произведения). Оценить объект — это определить его, установить его «положительное или отрицательное значение для субъекта» [Ивин, 2022, с. 103]. «Расставить оценки» и выстроить иерархию между самым значимым и незначимым важно для ориентации человека в окружающем мире. Все оценочные техники выступают для субъектов коммуникации средством построения картины мира, поскольку «бытие объекта познается человеком как истина» — «ценность переживается как благо, как добро, как величие» [Каган, 1987, с. 80]. Мобилизация оценочных техник позволяет информационно поддерживать социально поощряемую модель поведения.

Если учесть вышеназванные причины поколенческого разрыва, резонно предположить, что помочь устранить его может использование адаптирующих ценностных техник для продвижения следующих семантических идей:

- поддержка и прославление социально одобряемых действий и поступков;
- одобрение персон, ситуаций, высказываний, черты которых способствуют реализации целей политиков, хула всего того, что мешает (разъяснение того, что такое хорошо — что такое плохо);
- отграничение «своего» от «чужого»;
- вариативное повторение одобрения и хулы тех или иных действий, объектов;
- обоснование присвоенных оценок.

Вторая ситуация адаптирующего информационного воздействия — *деятельностного* — направлена на мобилизацию деятельностного потенциала современной российской молодежи через распространение социально одобряемых и поощряемых моделей поведения.

В последние десятилетия в условиях социально-экономической трансформации российского общества и утверждения идей глобализации молодежь использовала механизмы адаптации общества потребления, в котором господствующее положение занимают восхищение силой и молодостью, презрение к слабым, игнорирование общественных интересов (если они не пересекаются с личными), исключительное господство материального над духовным, культ потребления и гедонизма. Между тем в соответствии с новой концепцией молодежной политики ее главной целью стало предоставление возможности реализации молодежи в сочетании интересов личности и общества [Дементьев, 2013].

По справедливому утверждению А. В. Корель, в ходе такой адаптации личность ведет поиск путей к «согласованности, гармонизации интересов, действий и к устранению противоречий, конфликтов во взаимодействиях». Результат адаптации — «освоение новых ролей и восстановление нарушенных старых социально-ролевых предписаний» [Корель, 2007, с. 172]. Попробуем понять, какие адаптивные технологии могут быть использованы для достижения целей.

Важная сторона коммуникативной деятельности в медиа — вовлечение молодых в деятельность общественных организаций. По данным А. Г. Дикой, включенность личности в общественную жизнь становится ведущей системообразующей детерминантой во взаимодействии регуляторных систем в триаде «общество — деятельность — личность» [Дикая, 2002, с. 17-42]. Общеизвестно, что человек включается в деятель-

ность как личность, поскольку именно в деятельности происходят качественные изменения человека. С этой точки зрения адаптация может быть определена как динамическое многофазное развертывание личности, как особый тип последовательности преобразовательных стадий, как смена ее функциональных состояний.

Однако волевая регуляция в коммуникации осуществляется в несколько этапов. На первом этапе сообщается информация, овладение которой позволяет обнаружить общественную проблему. Медиакоммуникация обнажает социальные проблемы, она «заточена» на это. Проблемная ситуация провоцирует активное участие молодых в ее решении. Постановка проблем осознается как выдвижение множественных целей социального развития и предложений способов по их достижению. По данным социолога Н. В. Гришиной, восприятие и анализ проблемной (в медиа часто конфликтной) ситуации выступает фактором эффективности ее преобразования [Гришина, 1990].

На этом этапе молодой человек вовлекается в обсуждение того, какие цели стоят перед молодыми, какие проблемы мешают их достичь, какие задачи следует решить, какие способы решения существуют. Обсуждается, какое управленческое решение оптимально, — это выясняется в ходе сопоставления вариантов решения и степени эффективности разных способов и средств. Так молодежная аудитория вовлекается в диалог, в ходе которого согласовываются решения по важным проблемам развития личности, образования, спорта, здоровьесбережения, проведения досуга, деторождения и т. п. Выработка общего с читателем мнения о решении той или иной проблемы может стать основой для обнаружения способов решения. Именно такой «векторный» [Демидов, 2001, с. 143] характер коммуникативного сопровождения политической деятельности выступает своего рода адаптером и делает это сопровождение инструментом социальной адаптации, поскольку приводит социальное действие в соответствие с интересами государства.

При обсуждении внесенных управленческих решений (в виде предложений или программ) рассматриваются альтернативные точки зрения, выясняется, как лучше действовать. Обдумывается, какую помощь могут оказать социальные институты для реализации предложенных проектов и как эту помощь можно получить. Среди обсуждаемых вопросов не только, как действовать, но и как нельзя действовать и почему. Так в ходе коммуникативной работы стимулируется практическая активность государственных и негосударственных субъектов, заинтересованных в успехе, и самих молодых. В результате, с одной стороны, определяются цели и задачи, а также программы действий, стимулирую-

ющих социально-политическую активность, с другой стороны, дается оценка разных позиций, предложений, программ и действий в соответствии с ним. При этом корректируются не только ошибочные решения, но и неверные схемы деятельности, спровоцировавшие конфликтные ситуации. Что особенно важно в такой коммуникации — адресат становится свидетелем всего хода обсуждения и его участником. В этом и заложен адаптирующий эффект такой коммуникации.

Поскольку молодежная политика направлена на формирование разностороннее развитие молодых, обеспечение возможностей самореализации молодого поколения, постольку ключевыми в информационном сопровождении становятся концепты «действие» и «деятельность». Установка на развитие не может быть реализована без стимулирования действий — ментальных, эмоциональных и физических, которые составляют деятельность. Активизация образовательных усилий требует стимулирования ментальных и эмоциональных действий, формирование в молодых готовности защищать отечество от любой агрессии со стороны требует активизации, наряду с ментальными и эмоциональными, физических действий.

Социальной адаптации молодых в обществе помогает их вовлечение в разные формы социальной активности. Не случайно перспективным теоретическим основанием изучения проблемы социальной адаптации является субъектно-деятельностный подход, развивавшийся в трудах А. В. Брушлинского. Этот подход заключается в научном интересе к изучению закономерностей разных форм активности личности — деятельности, общения, поведения [Брушлинский, 1994].

Исследователи адаптации, поддерживающие подход ученого, совершенно справедливо выдвигают на первый план именно трудовую и социальную активность субъекта, подчеркивая ее значимость для становления мотивации и целеориентации человека в процессе его адаптации к внешней среде. По данным психологических исследований, именно деятельностная активность человека способствует приумножению его созидательных возможностей, развитию его социально значимых качеств [Дементьев, 2013]. В связи с этим важной стороной медиакоммуникации, представляющей молодежную политику, становится стимулирование творческой, образовательной, профессиональной активности молодых. Информационная деятельность, сопровождающая молодежную политику, может оцениваться эффективной, когда служит такой социальной адаптации молодых, при которой она способствует «включению индивидуума в новые модели связей, новые или скорректированные структуры» [Корель, 2007, с. 171]. В настоящее время мы можем на-

блюдать реализацию таких целевых установок в медиа, инициированных Федеральным агентством по делам молодежи, общественными объединениями (например, «Движения первых»).

Таким образом, деятельностная адаптация в медиакommunikации включает следующие коммуникативные действия:

- постановку проблем, требующих действий, и поиск пути их решения;
- поиск общности мотивов действий;
- предложение способа активности и обоснование его целесообразности;
- сопоставление оптимальных способов решений;
- демонстрацию эффективных алгоритмов и моделей действий и т. п.

Достижению целей повышения общественной активности служит коммуникативное сопровождение адресата через множество стадий:

- инициация участия каждого;
- адресация призыва к каждому;
- обучение и повышение квалификации;
- инспектирование качества действий, создание условий для этого;
- совместная корректировка неэффективных и нерезультативных действий;
- выработка совместных действий;
- наделение полномочиями и ответственностью за успех;
- заслуженное поощрение отличившихся.

Деятельностную адаптацию молодых сопровождает также *эмоциональная адаптация*. Эмоциональная сфера человека — чрезвычайно сложное понятие. В структуре индивидуума она занимает существенное место. Эмоциональная сфера человека имеет сложную структуру: эмоции, чувства, привязанности и настроение. Она выполняет множество функций. Например, Е. П. Ильин пишет об отражательно-оценочной (показывающей степень значимости событий, явлений, предметов), побудительной (активирующей деятельность), когнитивной (возбуждающей ту или иную часть мозга), регулирующей (направляющей), синтезирующей (интегрирующей компоненты в единство), защитной (предупреждающей и предостерегающей), экспрессивной (контактоустанавливающей) [Ильин, 2021]. Следовательно, говорить о формировании ценностной основы человека или деятельностной активности человека без становления его эмоционального мира невозможно.

Хотя базовые эмоции присутствуют у человека от рождения, однако для эмоционального благополучия важно гармоничное развитие эмоциональной сферы, а дискомфорт, отчуждение, изоляция, эксклюзия, раз-

общенность и т. п. требуют преодоления. Преодоления требуют и тревоги, страхи, напряженности, негативное мироощущение, пессимизм, апатия — то, что вызывает отрицательное самочувствие, подавленность, страх, неуверенность в себе, потеря веры в будущее.

В медиакоммуникации это достигается разными технологиями передачи эмоционального опыта человека. При построении коммуникации учитываются характерные для молодых *повышенная эмоциональность, подвижность психики, внушаемость, подверженность психическому заражению, склонность к подражанию вследствие недостаточности социального и политического опыта* [Хомутова, 2010]. По данным психолингвистов, проявления эмоциональных переживаний передаются в речи не просто отдельными средствами (словами), но комплексно, совокупностью разных средств. Переданные в тексте эмоции, чувства и настроение служат «очеловечиванию» коммуникации, создают впечатление открытости, заинтересованности в установлении контакта.

Для общественно-политической медиакоммуникации важна экспликация оптимизма, который предполагает активную реализацию своей позиции. Оптимизм соотносится с положительными эмоциями и плодотворной практической активностью человека: оптимист способен преодолевать любые трудности, находить общий язык с окружающими людьми и разрешать все проблемы. Оптимизм предполагает активную реализацию своей позиции. Чтобы мир стал лучше, нужно действовать. Мир станет лучше, если человек вложит свои усилия, умения, мысли, представления в действие [Посохова, 2005, с. 1]. Вера в будущее выступает знаком успеха, эффективности предлагаемых или предпринимаемых действий. Но что особенно важно, оптимизм вселяет веру в себя, поэтому служит мощнейшим адаптационным механизмом. Оптимизм, переданный в тексте, выполняет и отражающую, и регуляторную, и побудительную функции.

Компонентом оптимизма выступает приподнятое настроение, переживание положительных эмоций. Передаче этого состояния способствуют выражение радости, счастья, эйфории. Это придает тексту языковое творчество, попадая в стихию которого, адресат испытывает удовольствие. Языковая игра создает тональность шутки, смеха. В такой тональности текст наполняет легкость, радостное приятие мира. Обаяние смеха в том и состоит, что он создает еще большие предпосылки для оптимистического отношения к миру. Юмор укрепляет социальные связи, снимает конфликтные состояния, напряжение, уместно высказанная шутка позволяет увидеть только что казавшееся мрачным и безнадежным в противоположном ключе [Посохова, 2005, с. 10].

На основании установленных фактов исследователи пришли к выводу, что для молодых людей оптимизм — одна из составляющих жизни, которая по-особому освещает жизнь, наполняет ее значимостью и определенностью. Более того, в сознании молодых оптимизм — это относительно стабильное понимание мира и устойчивый вектор взаимодействия с ним. Оптимизм осознается как своеобразное расширение границ позитивного [Посохова, 2005, с. 13]. Таким образом, экспликация оптимизма в медиакоммуникации выступает технологией, с помощью которой обеспечивается адаптивное взаимодействие адресата и адресанта.

Для эмоциональной адаптивности молодежи важна, кроме того, выраженность в ней чувства общности с другими, сопричастности к другим. Вообще, чувства, определяемые психологами как эмоциональное переживание, отражающее отношение человека к объектам внешнего мира, занимают важное место в эмоциональной структуре человека. Среди них чувство общности выступает строевым для личности. Наиболее авторитетна среди концепций чувства общности теория Макмиллана и Чависа, в которой это чувство определяется как чувство принадлежности. Его испытывают участники сообществ. Оно предстает в следующих характеристиках выражения эмотивности:

- в ощущении того, что участники важны друг для друга;
- в общей вере в то, что потребности участников будут удовлетворены благодаря их обязательству быть вместе (цит. по: [Психологический смысл сообщества: теория Макмиллана и Чависа]).

По Макмиллану и Чавису, влияние в сообществе двунаправленно: члены сообщества чувствуют себя способными влиять на то, что делает группа, а сплоченность группы зависит от того, имеет ли группа влияние на его членов. Ученые выделяют, говоря «языком данной диссертации», «адаптивные техники»: сообщества объединяют общие символы: «Символ для социального мира является тем же, что и клетка для биотического мира, а атом — для физического мира. Символ — это начало социального мира, каким мы его знаем» [Перини, 1977]. Чувство общности — это переживание связи между людьми, опыта принадлежности к социальной группе, позволяющего ожидать поддержку и понимание окружающих, это ощущение общности интересов и ценностей с другими. Создание связей с другими — неотъемлемая часть бытия человека. Эти связи устанавливаются в совместных действиях и в совместной деятельности. Ощущение общности помогает человеку повысить свою самооценку. Потребность в удостоверении причастности к другим может выступать мотивом объединения для совместной деятельности с други-

ми, его демонстрация в медиакоммуникации важна чрезвычайно и является существенной стороной эмоциональной адаптации.

Значит, с учетом повышенной эмоциональности молодежи, склонности к *внушаемости, подверженности психическому заражению, склонности к подражанию вследствие недостаточности социального и политического опыта* [Хомутова, 2010] в ходе анализа проявлений эмоциональной адаптации обнаруживаем, что оптимистические эмоции способствуют таким коммуникативным действиям:

- преодолению «дискомфорта, отчуждения, изоляции, дисбаланса»;
- созданию эксклюзии, компенсации дезинтеграции;
- преодолению «тревог, страхов, напряженностей» [Корель, 2007, с. 171], а также
- подбадриванию, увещанию и утешению.

Для эффективной коммуникативной адаптации важно учитывать особенности медиапотребления молодежной аудитории, которая, по данным Д.М. Вьюгиной, проводит с медиа большой объем времени, обладает высокой технологической медиаграмотностью, владеет навыками нелинейного потребления, умением строить взаимодействие по запросу, активно применяет мобильные устройства, вовлечена в выбор, потребление и распространение контента. Как обнаруживает автор указанного исследования, представители цифрового поколения, считая медиа главным источником информации, умело используют весь спектр сервисов, удовлетворяют информационные и коммуникативные потребности, осуществляют разные виды деятельности: общение, поиск данных, производство и публикацию своего контента [Вьюгина, 2019, с 16]. Следовательно, обеспечить эластичность медиакоммуникации для молодежной аудитории можно лишь вовлечением ее в постоянно протекающий диалог с использованием техник обратной связи. Аудитория в таком диалоге — активный участник каждого коммуникативного события, с каждым из которых устанавливается субъект-субъектная связь.

Организации подобного диалога способствуют

- коммуникативное сопровождение управлением вниманием и подчеркиванием логики общения на протяжении реализации всего проекта;
- создание доверительных отношений, обращенность к интересам отдельного представителя, а не массовидно ко всем;
- использование форм, помогающих упрощению объяснений;
- визуализация, графичность рекомендаций;
- установление доверительных отношений, соблюдение правил такого взаимодействия.

Выводы

Адаптация ключевых сообщений, адресованных разным социальным группам молодежной аудитории, к интересам и потребностям представителей этих групп, является важнейшей задачей по реализации коммуникативной стратегии молодежной политики. Как следствие, при организации медийного влияния на молодежь необходимо учитывать четыре адаптивных ситуации — ценностную, деятельностную, эмоциональную и коммуникативную. Именно они определяют смысловую структуру воздействия в разных ситуациях речевого воздействия. В ситуации ценностной адаптации важны концентрированная акцентуация плохого или хорошего, нивелирование нейтральных оценок. В ситуации деятельностной адаптации важна коммуникативная аккумуляция на созидательном потенциале личности, ее поэтапном вовлечении в общественную деятельность через коммуникативные действия, объяснение и положительную оценку действий для развития способности моделировать поведение. В ситуации эмоциональной адаптации важна концентрация тональности оптимизма, МЫ сопричастности и совместного действия. В коммуникативной адаптации важны стилистические категории акцентности, интимизации, использования форм и других конструкций управления вниманием и подчеркивания логики, помогающих упрощению формы изложения и установления доверительных отношений.

Полученные нами результаты могут использоваться как в научном дискурсе, так и в организации коммуникации в политическом медиадискурсе.

Библиографический список

- Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта. М., 1994.
- Быкова Е. В. Медиалингвистические исследования PR-речи: отечественный опыт // Медиалингвистика. 2022. № 9 (2). URL: <https://medialing.ru/medialingvisticheskie-issledovaniya-pr-rechi-otchestvennyj-opyt/>
- Вислова А. Д. Вариативность понимания «адаптации» как научной категории // Вестник Владимирского государственного университета им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Серия: Педагогические и психологические науки. 2017. № 29 (48).
- Власова Е. Г. Адаптивная роль современной журналистики и приемы ее реализации (на материале урбанистически ориентированных сетевых изданий) // Медиалингвистика. 2022. № 9 (2). URL: <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.203>
- Вьюгина Д. М. Особенности медиапотребления современной российской молодежи (на примере Москвы и Московской области) : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2019.

Гришина Н. В. Восприятие и анализ конфликтной ситуации как фактор эффективности ее преобразования // Конфликт в конструктивной психологии. Красноярск, 1990.

Демидов А. И. Учение о политике: философские основания. М., 2001.

Дементьев П. А. Организация политической деятельности молодежи как способ ее социальной адаптации // Вестник СВФУ. 2013. Т. 10. № 4.

Дикая Л. Г. Адаптация: методологические проблемы и основные направления исследований // Психология адаптации и социальная среда: современные подходы, проблемы, перспективы / отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев. М., 2007.

Ивин А. А. Логика оценок и норм. Философские, методологические и прикладные аспекты. М., 2022.

Ильин Е. П. Эмоции и чувства. СПб., 2021.

Каган М. С. Человеческая деятельность. М., 1987.

Капица С. И. Понятие социальной адаптации в социологии // Вестник Чувашского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 4. С. 204–209.

Корель А. В. Архитектоника адаптивных механизмов социальных систем: социологический дискурс // Регион. Экономика и социология. 2007. № 1.

Кузнецов П. С. Социологическая теория социальной адаптации : дисс. ... д-ра социол. наук. Саратов, 2000.

Леонтьев А. А. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.

Психологический смысл сообщества: теория Макмиллана и Чависа. URL: <https://communityhub.ru/meaning?ysclid=lkv47um64n403166796>

Мамонова Н. В. Особенности репрезентации медиаобраза науки на материале регионального новостного сетевого издания 1obl.ru // Медиалингвистика. 2023. № 10 (3). URL: <https://medialing.ru/osobennosti-reprezentacii-mediaobraza-na-materiale-regionalnogo-novostnogo-setevogo-izdaniya-1obl-ru/>

Медведева Е. В. Instagram²: пространство продвигающей коммуникации // Медиалингвистика. 2019. № 6 (3). <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.307>

Меркулов А. П. Новый федеральный закон как завершение процесса конституционализации молодежной политики в Российской Федерации // Вестник Поволжского института управления. 2021. Т. 21. № 2.

Мороденко Е. В. Социально-психологическая адаптация и дезаптация в процессе социализации личности // Вестник ТГПУ. 2009. Вып. 8 (86).

Перини Р. Социальная связь // Психологический смысл сообщества: теория Макмиллана и Чависа. URL: <https://communityhub.ru/meaning?ysclid=lkv47um64n403166796>

² Деятельность организации запрещена на территории РФ.

Посохова С. Т. Оптимизм: психологическое содержание и личностный смысл // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2009. Вып. 1. Ч. 1.

Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / под ред. Ф. М. Березина, Е. Ф. Тарасова. М., 1990.

Рубчевский К. В. Формы прохождения социализации личности. Психологическая наука и образование. 2002. № 2.

Соколова М. С. К вопросу о классификации социальной поддержки как составляющей позитивной коммуникации // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2017. № 7 (120).

Соколова М. С. Адаптация к собеседнику в процессе межличностной коммуникации : дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград. 2012.

Хворова В. А. Ценностные ориентиры «цифровой молодежи» мегаполиса и региона: сравнительный аспект // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2022. № 6 (45).

Хомутова А. Е. Информационно-коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи : дисс. ... канд. полит. наук. М., 2010.

Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М., 2014.

Источник

Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/

References

Brushlinsky A. V. *Problemy psichologii sub'yekta*. [Problems of psychology of the subject]. Moscow, 1994.

Bykova E. V. *Medialingvisticheskie issledovaniya PR-rechi: otechestvennyj opyt*. [Medialinguistic studies of PR-speech: Domestic experience]. In: *Medialingvistika*. [Medialinguistics]. 2022. No. 9 (2). URL: <https://medialing.ru/medialingvisti-cheskie-issledovaniya-pr-rechi-otechestvennyj-opyt/>

Vislova A. D. *Variativnost' ponimaniya "adaptacii" kak nauchnoj kategorii*. [Variability of understanding "adaptation" as a scientific category]. In: *Vestnik Vladimirskogo gosuniversiteta imeni A. G. i N. G. Stoletovyh*. [Bulletin of the Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletov]. 2017. No. 29 (48).

Vlasova E. G. *Adaptivnaya rol' sovremennoj zhurnalistiki i priemy ee realizacii (na materiale urbanisticheskii orientirovanny'x setevykh izdaniy)*. [The adaptive role of modern journalism and methods of its implementation (based on the

material of urbanistically oriented online publications)]. In: *Medialingvistika*. [Medialinguistics]. 2022. No. 9 (2).

Vyugina D.M. *Osobennosti mediapotrebleniya sovremennoj rossijskoj molodezhi (na primere Moskvy i Moskovskoj oblasti)*. [Features of media consumption of modern Russian youth (on the example of Moscow and the Moscow region)]. Abstract of Philol. Cand. Diss. Moscow, 2019.

Grishina N.V. *Vospriyatiye i analiz konfliktnoy situacii kak factor effektivnosti yeyo preobrazovaniia*. [Perception and analysis of a conflict situation as a factor of the effectiveness of its transformation]. In: *Konflikt v konstruktivnoy psikhologii*. [Conflict in constructive psychology]. Krasnoyarsk, 1990.

Demidov A. I. *Ucheniye o politike: filiosofskiye osnovaniya*. [The doctrine of politics: philosophical foundations]. Moscow, 2001.

Dement'ev P.A. *Organizaciya politicheskoy deyatelnosti molodezhi kak sposob ee social'noj adaptacii*. [Organization of political activity of youth as a way of its social adaptation]. In: *Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta*. [Bulletin of the North-Eastern Federal University.]. 2013. Vol. 10. No. 4.

Dikaya L. G. *Adaptaciya: metodologicheskie problemy i osnovny'e napravleniya issledovanij*. [Adaptation: methodological problems and main research directions]. In: *Psixologiya adaptacii i social'naya sreda: sovremennyye podxody, problemy, perspektivy*. [Psychology of adaptation and the social environment: modern approaches, problems, prospects]. Moscow, 2007.

Ivin A. A. *Logika ocenok i norm. Filosofskie, metodologicheskie i prikladny e aspekty*. [The logic of assessments and norms. Philosophical, methodological and applied aspects]. Moscow, 2022.

Il'in Ye. P. *Emocii i chuvstva*. [Emotions and feelings]. St. Petersburg, 2021.

Kagan M. S. *Chelovecheskaya deyatelnost'*. [Human activity]. Moscow, 1987.

Kapiczka S. I. *Ponyatie social'noj adaptacii v sociologii sociolю* [The concept of social adaptation in sociology]. In: *Vestnik Chuvashskogo universiteta*. [Bulletin of the Chuvash University. The series "Humanities"]. 2009. No. 4.

Korel' L. V. *Arhitektonika adaptivny'h mehanizmov social'nyh sistem: sociologicheskij diskurs*. [Architectonics of adaptive mechanisms of social systems: sociological discourse]. In: *Region. Ekonomika i sociologiya*. [Region. Economics and sociology]. 2007. No. 1.

Kuznetsov P. S. *Sociologicheskaya teoriya social'noj adaptacii*. [The sociological theory of social adaptation]. Abstract of Doct. Sociol. Diss. Saratov, 2000.

Leont'ev A. A. *Deyatelnost'. Soznanie. Lichnost'*. [Activity. Conscience. Personality]. Moscow, 1977.

Psikhologicheskii smysl soobshchestva: teoriya Makmillana i Chavisa. [The psychological meaning of community: MacMillan and Chavis's theory]. URL: <https://communityhub.ru/meaning?ysclid=lkv47um64n403166796>

Mamonova N.V. *Osobennosti reprezentacii mediaobraza nauki (na materiale regional'nogo novostnogo setevogo izdaniya)*. [The representation of the science media image (exemplified by mediatexts of the regional online news publication)]. In: *Medialingvistika*. [Medialinguistics]. 2023. No. 10 (3). URL: <https://medialing.ru/osobennosti-representacii-mediaobraza-nauki-na-materiale-regionalnogo-novostnogo-setevogo-izdaniya-1obl-ru/>

Medvedeva Ye. V. *Instagram³: the space of the promoting communication*. [Instagram: space of promoting]. In: *Medialingvistika*. [Medialinguistics]. 2019. No. 6 (3).

Morodenko Ye. V. *Social'no-psixologicheskaya adaptaciya i dezaptaciya v processe socializacii lichnosti*. [Socio-psychological adaptation and disaptation in the process of personality socialization]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. [Bulletin of Tomsk State Pedagogical University]. 2009. Iss. 8 (86).

Perini R. *Social'naya svyaz'*. [Social connection]. In: *Psihologicheskij smysl soobshchestva: teoriya Makmillana i Chavisa*. [The psychological meaning of community: the theory of Macmillan and Chavis]. 1977. URL: <https://communityhub.ru/meaning?ysclid=lkv47um64n403166796>

Posohova S. T. *Optimizm: psixologicheskoe sodержanie i lichnostnyj smysl*. [Optimism: psychological content and personal meaning]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. [Bulletin of St. Petersburg University] Ser. 12. 2009. Iss. 1. Pt. 1.

Rechevoe vozdejstvie v sfere massovoj kommunikacii. [Speech influence in the field of mass communication]. Moscow, 1990.

Rubchevskij K. V. *Formy proxozhdeniya socializacii lichnosti. Psixologicheskaya nauka i obrazovanie*. [Forms of personal socialization. Psychological science and education]. 2002. No. 2.

Sokolova M. S. *K voprosu o klassifikacii social'noj podderzhki kak sostavlyayushhej pozitivnoj kommunikacii*. [On the classification of social support as a component of positive communication]. In: *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. [News of Volgograd State Pedagogical University]. 2017. No. 7 (120).

Sokolova M. S. *Adaptatsiya k sobesedniku v protsesse mezhlichnostnoj kommunikatsii*. [Adaptation to the interlocutor in the process of interpersonal communication]. Thesis of Philol. Cand. Diss. Volgograd, 2012.

Khvorova V. A. *Tsenostnyye oriyentiry "tsifrovoy molodozhi" megapolisa i regiona: sravnitel'nyy aspekt*. [Value orientations of the "digital youth" of the megalopolis and the region: comparative aspect]. In: *Uchenyye zapiski*

³ Деятельность организации запрещена на территории РФ.

Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. [Scientific notes of the Novgorod State University]. 2022. No. 6 (45).

Khomutova A. E. Informacionno-kommunikativny'e determinanty' politicheskogo povedeniya molodezhi. [Information and communication determinants of political behavior of youth]. Abstract of Polit. Cand. Diss. Moscow, 2010.

Shelestyuk E. V. *Rechevoe vozdejstvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya*. [Speech influence: Ontology and research methodology]. Moscow, 2014.

Source

Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoy molodezhnoy politiki Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda. [On approval of the Fundamentals of the State Youth Policy of the Russian Federation for the period until 2025]. In: *Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 29.11.2014 N 2403-r*. [Order of the Government of the Russian Federation dated November 29, 2014 No. 2403-r. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/]