

Секция «24.9 Молодежная политика в современной России: социально-психологические и управленческие аспекты»

Ценностно-психологические основания антикризисных коммуникаций с молодежью в современной России

Научный руководитель – Борисенков Алексей Александрович

Гурский Артём Геннадьевич

Студент (бакалавр)

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт государственной службы и управления, Факультет государственного и муниципального управления, Москва, Россия

E-mail: gurskiyderm2@gmail.com

Современная общественно-политическая реальность России, в частности медиаполе, как ее отражение, характеризуется высокой турбулентностью. Пандемия, специальная военная операция, информационно-психологическая война, ведущаяся против российского государства, последние годы формируют как фоновый кризисный контекст, так и отдельные кризисные всплески, угрожая подрывом политической стабильности внутри страны. Молодежь как особая социально-психологическая группа демонстрирует повышенную чувствительность к кризисным явлениям. Традиционные антикризисные коммуникации власти, построенные преимущественно на рациональном информировании и апелляции к стабильности, рискуют быть неэффективными при работе с молодежной средой. Ключевая проблема в политико-психологической плоскости заключается в игнорировании ценностных доминант и психологических механизмов восприятия кризисов молодым поколением, отсутствии теоретико-методологического и концептуального согласования данных аспектов, что отражается в технологической плоскости использованием неэффективного инструментария политических и медиа- технологий, а также, в конечном счете, сведении усилий к «тушению пожара».

Антикризисные коммуникации представляют собой сравнительно молодое направление, сформировавшееся преимущественно в логике бизнес-процессов и корпоративного PR [7]. В политической науке данный концепт, несмотря на активное использование в прикладных технологиях, до сих пор не получил должного теоретического осмысления и операционализации применительно к специфике публично-властных отношений [1, 5]. В контексте настоящего исследования антикризисные коммуникации определяются как инструмент внутренней политики, направленный на стабилизацию общественно-политической ситуации в информационном пространстве посредством снижения социальной напряженности, управления коллективным восприятием и легитимации властных решений в условиях неопределенности.

Политико-психологическое отражение антикризисных коммуникаций, начало работы над которым по сути положено О.С. Дейнека и Е.Б. Шестопал, предполагает анализ глубинных механизмов восприятия кризисной информации: активизацию защитных механизмов психики (отрицание, вытеснение, проекция), эффект обратного действия (укрепление убеждений при их опровержении), а также роль эмоционального заражения и коллективного бессознательного [1, 8]. Ключевыми концептами выступают: ценности как устойчивые смысловые ориентиры (традиционные духовно-нравственные ценности из Указа Президента РФ №809 как основа); архетипы коллективного бессознательного (К.Г. Юнг); психологические механизмы восприятия (доверие источникам, когнитивные искажения, эмоциональный интеллект).

Информационное поведение современной молодежи характеризуется клиповым мышлением — фрагментарным восприятием с преобладанием визуального контента и ориентацией на горизонтальные каналы коммуникации (социальные медиа, блогеры, мессенджеры) при низком доверии к официальным СМИ [2]. В кризисных ситуациях в медиаполе наблюдаются эмоциональная вовлеченность, быстрое распространение тревожного контента и поляризация мнений [4]. На основе типологий классических стратегий совладания со стрессом (копинг-стратегий) Р. Лазаруса и С. Фолкман, мы можем выделить типы реагирования молодежи: активно-мобилизационный (репосты, обсуждения), эскапистский (уход в развлечения) и апатичный (потеря интереса к повестке). На глубинном уровне активизируются архетипы коллективного бессознательного (по К. Юнгу): Тени (поиск ответственного, виновного, образа врага), Героя (потребность в защитнике), Мудреца (запрос на достоверность). Они становятся фильтрами интерпретации власти.

Ценностный профиль современной российской молодежи, по данным эмпирических исследований А.В. Селезневой, представляет собой сложное сочетание, особый «сплав» традиционных ценностей (семья, безопасность, патриотизм) и модернизационных (самореализация, свобода, справедливость, достоинство) [6]. При этом фиксируется отчетливый запрос на искренность и аутентичность в политической коммуникации [3]. Официальный антикризисный дискурс (на примере отработки атак БПЛА, блокировок мессенджеров) ценностно использует нарративы безопасности, суверенитета, стабильности. Однако прямая апелляция к «выживанию» и «терпению» (и иным подобным версиям интерпретации данных ценностей) может вступать в конфликт с ценностями свободы, мира, прав человека и др. Указ Президента РФ № 809 задает ориентир на укрепление традиционных ценностей, но для эффективной антикризисной коммуникации необходима их операционализация в кризисном контексте. В этой связи мы можем говорить об особой концептуальной рамке, включающей согласованную модель ценностно-психологических оснований антикризисной коммуникации.

Упомянутая концептуальная рамка может включать несколько уровней и выстраивать многоуровневую интеграцию ценностно-психологических компонент. На первом уровне происходит корреляция психологических механизмов реагирования с ценностными доминантами молодежного сознания, представляющего собой синтез традиционных и модернизационных ценностей. На втором уровне осуществляется операционализация, взаимосвязь теоретических аспектов модели традиционных ценностей с прикладным инструментарием политических и медиатехнологий. На третьем уровне вышеупомянутые компоненты находят репрезентацию в конкретных коммуникативных форматах, конгруэнтных выявленным ценностно-психологическим структурам молодежного сознания. Перспективы дальнейшего исследования связаны с эмпирической верификацией концептуальной рамки на конкретных кейсах.

Источники и литература

- 1) Кризис в зеркале политической психологии // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2009. № 6.
- 2) Малик Е.Н. Специфика комплексного характера СМИ в процессе политической социализации российской молодежи // Управленческое консультирование. 2021. № 2. С. 26-37.
- 3) Попова О.В., Гришин Н.В. Политическое доверие российской молодежи сквозь призму выбора информационно-коммуникативных стратегий // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2023. № 3.

- 4) Пузанова Ж.В., Филиппов В.М., Ларина Т.И., Симонова М.А. Об исследовании факторов восприятия фейковых новостей массовой аудиторией (кейс студенческой молодежи) // Вестник Института социологии. 2023. Т. 14. С. 128-146.
- 5) Саркисов В.Э. Практические аспекты управления кризисной политической коммуникацией // Российский социально-гуманитарный журнал. 2024. № 4.
- 6) Селезнева А.В. Политические ценности российской молодежи: традиционные смыслы в современных условиях // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2024. № 77. С. 275-289.
- 7) Lachlan K.A., Spence P.R., Seeger M., et al. Crisis communication in context: History and publication trends // Journal of the Association for Communication Administration. 2019. No. 38. P. 39–56.
- 8) Дейнека, О.С. Противоречивый мир и противоречивые мы / О. С. Дейнека. — Текст : электронный // Психологическая газета : [сайт]. — URL: <https://psy.su/feed/10113/> (дата обращения: 23.02.2026).