

Секция «Психологическое состояние общества и власти как фактор устойчивого политического развития»

Особенности восприятия внешнеполитической информации массовым сознанием российской молодежи: политико-психологический анализ

Научный руководитель – Аль-Дайни Мария Ахмедовна

Азарова Элина Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: elina.az@mail.ru

Современное единое информационное пространство способствует формированию общественного мнения граждан, посредством интерпретированной в политических интересах информацией, касающейся как их собственной страны, так и событий на международной арене. Молодежь является наиболее когнитивно активной частью населения, на которую направлена транслируемая через СМИ политическая информация. В связи с этим, изучение особенностей восприятия внешнеполитической информации массовым сознанием российской молодежи приобретает важное значение в политико-психологических исследованиях [3]. В зависимости от уровня знаний и уровня понимания внешнеполитической проблематики, а также умения анализировать поступающую политическую информацию, выделяются определенные типы политического восприятия молодежи, что в свою очередь влияет на формирование у молодых людей определенных моделей политического поведения [1].

В течение 2018 года автором было проведено исследование особенностей восприятия массовым сознанием российской молодежи внешнеполитической информации. Цель исследования заключалась в выявлении типов восприятия, которые формируются под воздействием СМИ и определяются уровнем когнитивной вовлеченности респондентов во внешнеполитическую проблематику. В процессе исследования было выявлено пять типов восприятия внешнеполитической информации, присущих современной российской молодежи. В качестве теоретико-методологической базы исследования были взяты: методика исследования политического восприятия, разработанная профессором Е.Б. Шестопаля [2,4], и методика исследования политического поведения, разработанная М.А. Аль-Дайни [1].

В исследования приняли участие 60 респондентов - мужчины и женщины в возрасте от 20 до 30 лет, составляющие три группы респондентов по 20 человек. Критерием дифференциации групп послужил уровень когнитивной вовлеченности респондентов во внешнеполитическую проблематику [1]. Данный уровень определялся типом дискурса, из которого респонденты получают внешнеполитическую информацию. Первая группа респондентов включала в себя студентов-бакалавров, магистров и аспирантов московских ВУЗов, обучающихся по направлению подготовки «Политология», гипотетически имеющих высокий уровень когнитивной вовлеченности, так как их информированность о внешнеполитических проблемах определяется научным дискурсом. Вторую группу респондентов составила российская молодежь, имеющая отношение к практической политике. Это члены политических партий и движений. Степень информированности данной группы определяется дискурсом политической элиты и соответствует среднему уровню когнитивной вовлеченности во внешнеполитическую проблематику. К третьей группе респондентов были отнесены молодые граждане, не обладающие специфическими знаниями в сфере политики и не занимающиеся ею на практике, имеющие среднее, высшее и неоконченное высшее образование по специальностям, не связанным с политической проблематикой. Для данной

группы характерен низкий уровень когнитивной вовлеченности, так как степень информированности респондентов определяется дискурсом СМИ.

Исследование показало, что эти три группы респондентов разделяются не только по критерию профессиональной принадлежности к политической сфере и уровню вовлеченности в политическую проблематику, но и по тому, как данные группы воспринимают внешнеполитическую информацию в зависимости от используемого ими дискурса. Так, в ходе исследования респонденты первой группы намного реже использовали в ответах на вопросы устоявшиеся идеологемы и концепты, понятия, носящие специфические установочные маркировки, а также стереотипные образы и символы. Студенческая молодежь данной группы соотносит получаемую информацию с научным дискурсом, вследствие чего они мыслят более позитивно и рационально, тщательно анализируют информацию и в большинстве случаев избегают направленных ассоциаций и когнитивных ярлыков. В этом случае восприятие внешнеполитической информации характеризуется высоким уровнем когнитивной вовлеченности. В свою очередь в ответах респондентов со средним уровнем когнитивной вовлеченности отмечался эффект фрейминга, осуществление восприятия в рамках идеологии своей партии или организации. Среди третьей группы респондентов было выявлено аффективно-оценочное восприятие, также отмечались невысокие показатели доверия дискурсу СМИ, о чем свидетельствует частое использование следующих концептов: «недоверие», «закрытость», «цензура».

Таким образом, в результате исследования были выявлены следующие типы восприятия:

- 1) Нейтральный - тип восприятия, характеризуемый когнитивной сложностью, отсутствием стереотипности мышления, рациональной оценкой информации за счет использования аналитического подхода и формирования причинно-следственных связей между политическими событиями на основе полученной информации;
- 2) Идеологически маркированный - тип восприятия информации массовым политическим сознанием, включающий в себя систематизированные формы, проходящие через призму партийной идеологии;
- 3) Индифферентное - тип восприятия, характерный для рядовых граждан, абсолютно не интересующихся политикой, не занимающих конкретной политической позиции;
- 4) Конформное - тип восприятия, формирующийся под влиянием группового давления;
- 5) Протестное - аффективно-оценочное восприятие респондентами любой политической информации, поступающей из их дискурса, определяемое существованием выраженного недостатка политических знаний на массовом уровне.

Источники и литература

- 1) Аль-Дайни М.А. Специфика формирования типов электорального поведения в современной России: политико-психологический анализ // Вестник МГЛУ. Общественные науки. 2018. №2 (800). С. 9-25.
- 2) Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
- 3) Селезнёва А.В. Молодёжь в современной России: политические ценности и предпочтения. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. 276 с.
- 4) Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. 448 с.
- 5) Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. Autumn 1993. Vol.43. №4. P. 51-58.