

УДК 324

ОБРАЗЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА РОССИИ И РОЛЬ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА



Чусовитина Юлия Павловна,

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Институт социальных и политических наук,
Департамент политологии и социологии,
магистрант,
Екатеринбург, Россия,
E-mail: uhusovitina@yandex.ru

Аннотация

В статье на основании социологического исследования дается анализ символических образов российских политиков и российского политического процесса, проводится классификация установок на политическую идентичность, выдвигается гипотеза о том, что массовые коммуникации играют ключевую роль в формировании политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга.

Ключевые слова:

образы российского политического процесса, политическая идентичность, установки на политическую идентичность, студенческая молодежь г. Екатеринбурга, средства массовой коммуникации.

Гипотезой настоящего исследования стало предположение о том, что массовые коммуникации играют ключевую роль в формировании политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга.

В период с ноября 2015 года по февраль 2016 года автором было проведено социологическое исследование, задачей которого стал анализ роли влияния массовых коммуникаций на формирование политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга. Для достижения объективности данных и глу-

бинной проработки проблемы исследование было поделено на три этапа:

Первый этап: исследование представленной студенческой молодежи г. Екатеринбурга о российской политической идентичности. Основным методом исследования было выбрано анкетирование. На данном этапе участие в исследовании приняли 357 человек, среди которых 115 человек – представители гуманитарного направления подготовки, 87 – экономического и юридического профиля, 69 человек – студенты технических специ-

альностей, 55 представителей естественнонаучного направления и 31 – студенты-медики.

Второй этап: выявление установок на российскую политическую идентичность [1; 2; 5]. Целью данного этапа стало уточнение и углубление информации, полученной в ходе анкетирования. Было опрошено 69 респондентов, принявших участие в первом уровне исследования. На этом этапе автор выбрал метод полуструктурированного интервью в формате эссе – свободного сочинения на тему «Я – гражданин России».

Третий этап: выявление роли массовых коммуникаций в формировании российской политической идентичности студентов г. Екатеринбурга. Задачей данного этапа стало вычленение роли фактора массовых коммуникаций в формировании политической идентичности студентов. Здесь был применен метод фокус-группы. На основе данных, полученных на первых двух этапах исследования, был определен пул вопросов, который помог сформировать представление о роли массовых коммуникаций в формировании политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга. Участие в фокус-группе приняли 12 человек (6 юношей и 6 девушек) из различных вузов Екатеринбурга. Все респонденты не являлись участниками первых двух этапов.

Первый этап исследования – анкетирование – проведен в ноябре–декабре 2015 года. Автором была разработана анкета, которая включала следующие вопросы:

* Каков, на Ваш взгляд, образ российского политического деятеля (укажите не более пяти характеристик).

* Какие черты характера наиболее точно характеризуют российского политического деятеля (укажите не более 3 черт):

* Какой смысл вы вкладываете в понятие «Быть российским политическим деятелем»?

* Ощущаете ли вы единство с современными российскими политическими деятелями?

1. Да

2. Скорее да, чем нет

3. Скорее нет, чем да

4. Затрудняюсь ответить

* Опишите, на Ваш взгляд, наиболее яркие символы, характеризующие политических процесс в России.

* Какой литературный или исторический персонаж, на ваш Взгляд, олицетворяет образ Российского политического процесса (укажите только один вариант).

* Какой литературный или исторический персонаж, на ваш Взгляд, ассоциируется у Вас с «позором России» (укажите только один вариант).

* Какой, на ваш взгляд, должна быть Россия, как сильное государство?

* Разделяете ли Вы лозунг «Россия для русских»?

1. Да

2. Нет

* Принимали ли Вы когда-либо участие в агитационных мероприятиях, митингах, демонстрациях, акциях протеста?

1. Да

2. Нет

* Как Вы относитесь к политике как явлению?

* Ощущаете ли Вы себя частью политических процессов, происходящих в РФ?

1. Да

2. Нет

3. Затрудняюсь ответить

Анкетирование было проведено при помощи сервиса Google Формы, благодаря которому каждый респондент мог отвечать на вопросы удаленно при помощи любого электронного гаджета, поддерживающего выход в Интернет. Данный способ проведения опросов позволил сократить время на сбор материала, а также качественно увеличить количество респондентов, получив, таким способом, более репрезентативную выборку. Кроме того, данный сервис производит автоматическую первичную обработку данных и визуализирует ее при помощи диаграмм в сервис Google Таблицы. Вторичная обра-

ботка данных для уточнения и углубления информации проводилась автором при помощи программы SPSS Statistics 21.0.

На основании полученных результатов ответы молодежи были разделены на две группы: «образ российского политического деятеля» и «образ российского политического процесса».

Можно выделить следующие наиболее часто упоминаемые характеристики в описаниях «российского политического деятеля»: социально-демографические; стиль поведения; социальные качества; личностные характеристики; внешность; отношение к труду; отношение к людям; качества ума; уровень культуры.

Среди личностных черт часто упоминались качества, отражающие уровень культуры. Видимо, для респондентов эта характеристика является наиболее показательной при определении современного российского политика. На характеристику «образованность» указывают 16% респондентов; 26,7% оценивают политического деятеля по такому параметру, как «продвинутость» («идет в ногу со временем»), а 18,6% – «компьютеризированность»; 8,3% отметили такое качество, как целеустремленность.

Среди качеств ума российских политиков были отмечены любознательность (3,5%), пытливость (2,4%), критичность (1,9%). Однако большинство респондентов отказывают политикам в таких качествах ума, как глубина, широта, быстрота. На глупость указывают 11,1% респондентов (в основном это студенты гуманитарных, экономических и юридических специальностей).

Среди черт, отражающих отношение к людям, негативный характер отметили 15,1% респондентов, которые выделили такие характеристики, как «злой», «грубый», «наглый». Среди негативных социальных характеристик наиболее часто упоминается злоупотребление алкоголем (13%).

Довольно много характеристик касается описания внешности и статуса политического

деятеля (29,1%). Так, респонденты часто отмечают красивую, модную одежду, указывают на наличие машины и современных гаджетов (смартфон, планшет, лэптоп и т. д.).

Одна из наиболее часто встречаемых социально-демографических характеристик – уровень материального благосостояния. При этом в основном отмечается высокий уровень благосостояния (33,3%), значительно реже – низкий (8%).

Среди черт, отражающих отношение к труду, присутствуют как положительные, так и отрицательные характеристики. Так, 12,1% респондентов называют политического деятеля трудолюбивым и работающим, а 27,5% отмечают такое свойство, как лень.

В ходе анкетирования уточнялось, какие смыслы вкладывают респонденты в выражение «быть российским политическим деятелем». Выявилось, что «быть российским политиком» означает «ощущать себя гражданином России» и «ощущать единство с гражданами России».

В целом, согласно ответам респондентов, современный российский политический деятель выглядит как человек обеспеченный, достаточно образованный, следящий за своей внешностью, идущий в ногу со временем, но при этом не обязательно умный. Ему присущи такие личностные качества, как душевность, простота, сила воли, избирательный патриотизм. Для него могут быть характерны плохие отношения с окружающими и приоритет материальных ценностей.

Символическое пространство гражданской общности складывается из официальной государственной символики, фигур исторических (национальных) героев, наиболее значимых исторических и современных знаменательных для страны событий, фиксирующих этапы развития общности, а также – из бытовых или природных символов, отражающих особенности жизнедеятельности общности [5]. В «образе российского политического процесса» концентрируется и обобщается все, что связано с жизнью

гражданской общности нашей страны. Эмоциональный компонент идентификации заключается в переживании факта своей принадлежности к группе в форме различных чувств – любви, ненависти, обиды. Эмоционально окрашенное представление о политическом процессе в России автор пытался выяснить с помощью ассоциативного метода. Оказалось, что в глазах молодежи «образ российского политического процесса» представлен рядом символов, которые несут в себе позитивную (или нейтральную) и негативную эмоциональную нагрузку. В числе позитивно окрашенных и наиболее часто выделяемых респондентами символов – гимн, герб, флаг. К негативным часто относят такой символ, как «водка» (38,5%).

Кроме создания «образа российского политического процесса» через символы мы попытались выяснить, какой литературный или исторический персонаж олицетворяет для респондентов политический процесс в их стране. Для 76,5% респондентов таким литературным персонажем стал герой русских народных сказок – Иван-дурак. Студенты гуманитарных специальностей наиболее часто называли Обломова и Василия Теркина (рисунок 1).

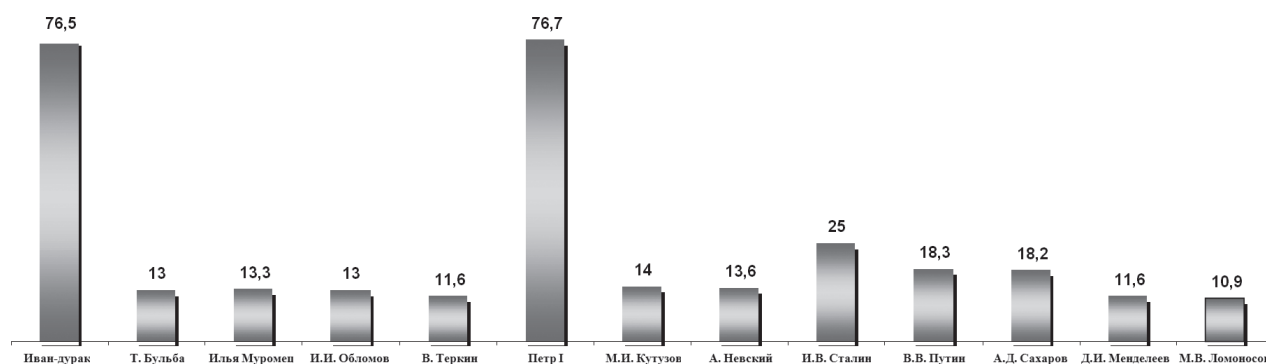


Рисунок 1 – Образ российского политического процесса. Исторические и литературные деятели.

Абсолютное большинство опрошенных студентов предпочло исторические персонажи, которые можно разделить на четыре группы: политики, полководцы, ученые

и воины Отечественных войн России (последняя группа составила 36%). Наиболее часто из исторических фигур упоминается *Петр I* (76,7%). Кроме Петра I были названы *М.И. Кутузов* (14%) и *Александр Невский* (13,6%). В группе «политики» по частоте упоминаний лидирует одобряемый респондентами *И.В. Сталин* (25%), а также *В.В. Путин* (18,3%), которого в исторические персонажи занесли главным образом студенты младших курсов технических специальностей. Для них шестнадцатилетний срок пребывания Путина у власти – половина жизни, и, соответственно, он персонаж вполне исторический.

В группе «ученые» лидирует *А.Д. Сахаров* (18,2%), которого в эту группу включили студенты естественных специальностей, затем идут *Менделеев* (11,6%) и *Ломоносов* (10,9%). Встречаются в этих группах фигуры, которые по мнению респондентов олицетворяют негативные стороны «образа политического процесса в России». С «позором России» молодежь связывает имена *И.В. Сталина* (26,3%) *Николая II* (24,1%), *В.И. Ленина* (23,3%) и *Б.Н. Ельцина* (9,6%) (рисунок 2).

Отвечая в анкетах на вопрос «Какой

должна быть Россия как сильное государство?», существенным признаком респонденты считают социальное благополучие граждан и высокий уровень экономического

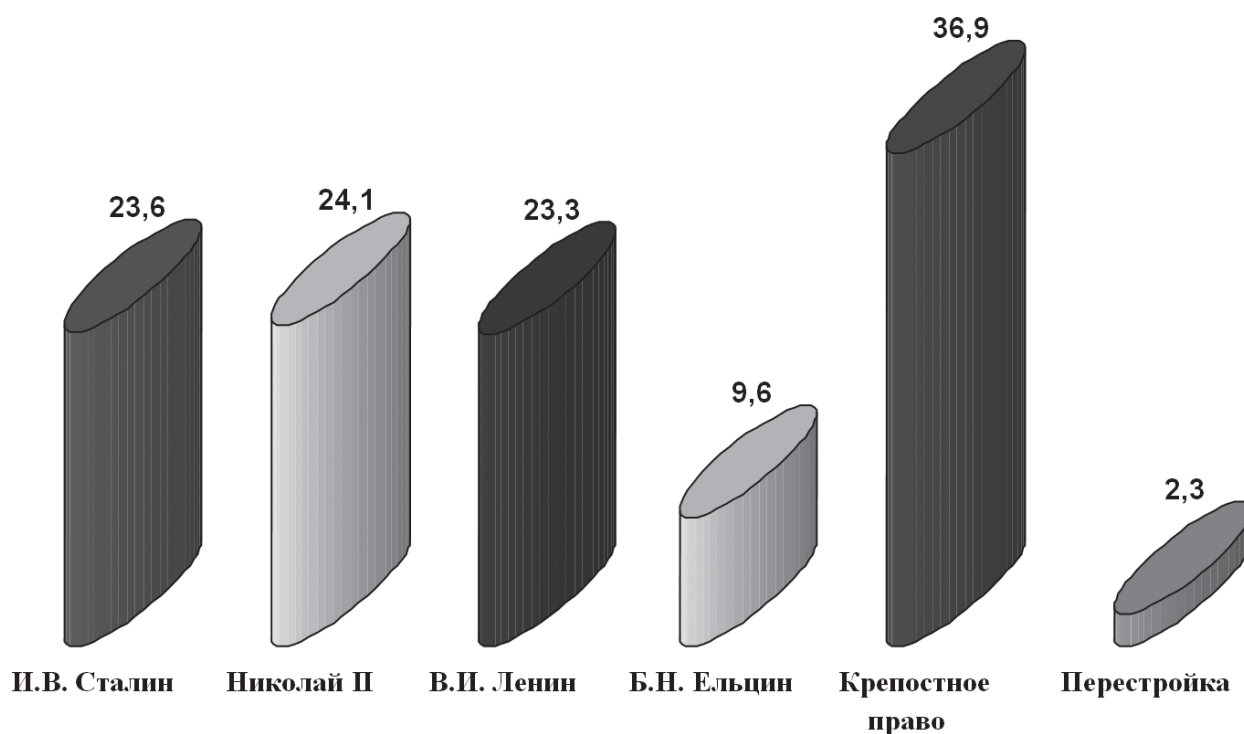


Рисунок 2 – Фигуры и события наибольшего позора России.

развития при обязательной самостоятельности страны. В сильной стране, по их мнению, должно быть единство народа и сильное гражданское общество.

Согласно данным опроса, лозунг «Россия для русских» разделяет 35,9% респондентов, среди которых 31,5% – студенты технических направлений профессиональной подготовки.

Отвечая на первый вопрос «Как Вы относитесь к политике, как явлению?», более 50% дали ответ «Скорее отрицательно». Порядка 20% относятся категорически отрицательно, а оставшиеся 30% разделили свои предпочтения между ответами «положительно», «скорее положительно» и «затрудняюсь ответить» почти поровну. Причем, «скорее отрицательно» к политике относятся в большинстве своем студенты, обучающиеся техническим специальностям.

Почти поровну разделилось мнение респондентов относительно соответствия российского политического процесса его ментальному образу. Около 50% опрошен-

ных идентифицируют политический процесс в России со своими личными представлениями об его должном образе. Остальные 50% сказали, что их нормативное представление о политическом процессе и реальный политический процесс в России – это два разных образа. Респонденты отметили, что в отличие от их собственных представлений политический процесс в России – менее демократичен и либерален. При этом более 75% опрошенных ощущают себя частью российского политического процесса даже в том случае, когда их представления о нем расходятся с реальной действительностью.

Ответы на вопрос о причастности респондентов к политическим процессам, происходящим в России, дали следующие результаты: «идентифицирую себя, как гражданина своей страны» (25,5%); «ежедневно интересуюсь новостями российской политики и экономики» (31,4%); «имею свое мнение, относительно происходящих в стране процессов» (9,8%); «активно участвую в политических молодежных движениях» (4,5%).

Следующим этапом исследования стало выявление установок на российскую политическую идентичность студентов г. Екатеринбурга. Респондентам было предложено написать в форме эссе сочинение на тему «Я – гражданин России». Данный этап проводился в период с декабря 2015 по январь 2016 года и был необходим для уточнения и углубления информации, полученной в результате анкетирования. В работе над сочинением приняли 69 респондентов, участвующих в первом этапе.

При анализе результатов учитывалось не только описание поступков респондентов, но и то, как это описание было составлено, к каким лингвистическим ресурсам обращались авторы. Еще одним аспектом была манера описания своего участия в жизни страны. В результате нами были выделены четыре типа установок респондентов:

1. «Установка на включенность». Одним из основных критериев выделения этого типа послужили четкие представления и знания о политических системах и государственных институтах, которые респонденты продемонстрировали в своих эссе. Другим важным критерием является участие в деятельности конкретных общественно-политических организаций и объединений. Среди языковых единиц следует выделить активные глаголы, такие как «влиять», «занимать активную позицию».

2. «Установка на отчужденность». Авторы эссе четко отделяют себя от деятельности государства, противопоставляют себя людям, занимающимся государственной деятельностью. Им свойственны размытые представления о политических системах, структурах и институтах. В сочинениях авторы подчеркивают отсутствие у себя интереса к сфере общественной жизни. Участие в общественной жизни ограничивается для них процедурой выборов, причем сама процедура рассматривается как формальность. Характерные для данной установки речевые конструкции: «это все так далеко от нас»,

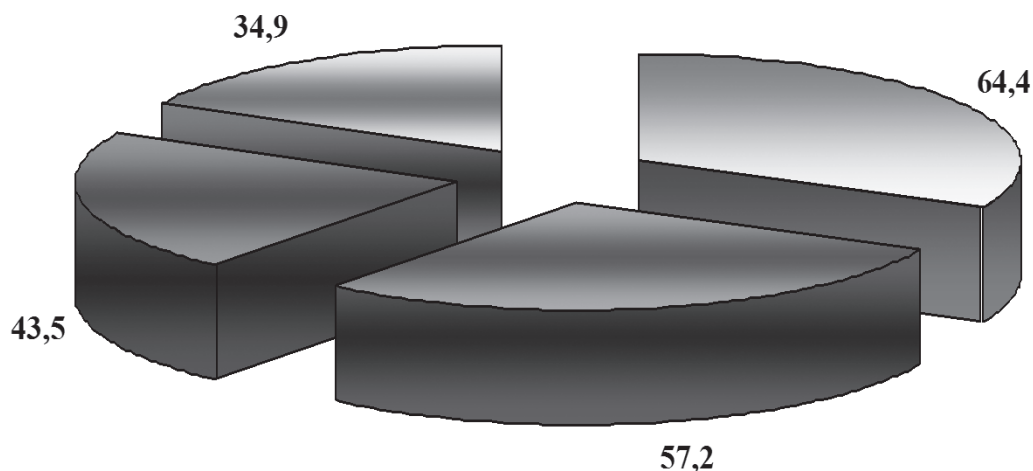
«я не имею к этому никакого отношения», «от меня ничего не зависит».

3. «Установка на избегание». Данному типу свойственны адекватные представления о политической системе страны, относительная грамотность в описании политических процессов. Однако значение придается только тем событиям, которые получили широкий общественный резонанс. Главная особенность установок этого типа – переложение ответственности на других. Главные слова речевого репертуара: «все», «многие». Участие в общественной жизни страны сводится к участию в выборах и службе в армии. Носители данной установки ориентируются главным образом на мнение большинства.

4. «Установка на идеализм». Одним из критериев выделения этого типа послужили «идеалистические», часто преувеличенные, представления о возможности собственного участия в жизни государства. Важная характеристика этого типа заключается в вере респондентов в возможность оказывать значительное личное влияние на политику страны, определять перспективы развития государства. Для них характерны такие речевые конструкции, как: «в будущем я стану политиком, если захочу», «я бы на месте президента». Авторы таких сочинений демонстрируют высокий уровень осведомленности и знаний о политике и процессах, происходящих в государственном управлении, отмечают свой интерес к политике и общественной деятельности. Они приводят примеры собственного участия в политике, и даже в создании молодежной партии. Преимущественно к данному типу относятся студенты гуманитарных специальностей.

По результатам проведенного исследования автором была сформирована матрица установок на российскую политическую идентичность (рисунок 3).

Третьим этапом исследования являлась фокус-группа. Главной задачей стало



■ установка на включенность ■ установка на отчужденность ■ установка на избегание ■ установка на идеализм

Рисунок 3 – Установки на российскую идентичность.

вычленение роли фактора массовых коммуникаций в формировании политической идентичности студентов [3; 4]. Данный этап был проведен 27 февраля 2016 года при помощи сервиса конференцсвязи программы Skype. Всего участие приняло 12 человек, из них 6 – студенты Уральского федерального университета, 4 – студенты Уральского государственного медицинского университета, 2 – студенты Екатеринбургской академии современного искусства. Респонденты не были знакомы между собой, не являлись участниками предыдущих этапов исследования.

Нами был определен пул вопросов, позволяющий сформировать представление о роли средств массовой коммуникации (СМК) в формировании политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга.

Среди вопросов, на которые предлагалось дать ответ респондентам, были следующие:

* Выберите 3 наиболее часто, на Ваш взгляд, используемых студентами средств массовой коммуникации.

* Обоснуйте, почему именно эти средства массовой коммуникации являются наиболее часто используемыми. Дайте не менее 3 тезисов, доказывающих Вашу позицию.

* Как вы считаете, влияют ли средства массовой коммуникации, выбранные Вами, на формирование политической идентичности у студентов?

Работа группы была поставлена в условные рамки: ответ на вопрос принимался только при условии, что все члены фокус-группы согласны с ним.

Для ответа на первый вопрос «Выберете 3 наиболее часто, на Ваш взгляд, используемых студентами средств массовой коммуникации» респондентам были предложены следующие варианты: телевидение, радио, печатные издания, социальные сети, новостные Интернет-порталы.

При ответе на данный вопрос респонденты единодушно сошлись во мнении, что социальные сети и новостные Интернет-порталы являются преобладающими средствами массовой коммуникации среди студентов. Камнем преткновения стал выбор третьего средства массовой коммуникации.

Мнения разделились между телевидением и печатными изданиями. Однако в ходе дискуссии в итоге было выбрано телевидение, хотя многие из группы и называли его «зомбо-ящиком».

На уточняющий вопрос исследователя относительно использования радио как удобного средства коммуникации, которым можно пользоваться в дороге (за рулем или в общественном транспорте), выяснилось, что никто из фокус-группы им не пользуется. Как автолюбители, так и передвигающиеся на общественном транспорте предпочитают слушать свою музыку через гаджеты или аудионосители.

В процессе выработки доказательной базы выдвинутой позиции были озвучены следующие тезисы:

- «Большинство студентов непрерывно серфят в Интернете в поисках информации и при общении с друзьями». Данный тезис обосновывался тем, что все участники группы имели современные гаджеты, позволяющие выйти в Интернет, а наиболее часто скачиваемыми и используемыми приложениями, по мнению респондентов, являются приложения социальных сетей (ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук, Твиттер), а также новостные ленты (Лента.RU, Ведомости, Русский репортер и т. д.).

- «Современной молодежи воспринимать фото-видео-информацию и читать короткие сообщения удобнее, чем большой аналитический материал». Участники группы отметили, что им намного удобнее и привычнее воспринимать короткую информацию. Она лучше усваивается и запоминается.

- «Чтение газет/журналов требует дополнительного времени, которого у студентов нет». Каждый аргументировал данный тезис тем, что для чтения газеты/журнала необходимы определенные условия (сидячее положение, тишина), которые можно получить только в домашних условиях. Студенты не готовы читать печатные издания в общественном транспорте из-за неудобного

формата и невозможности сосредоточиться. А читать газеты или журналы дома многие не хотят либо из-за отсутствия времени, либо из-за того, что отдают дома предпочтение другим средствам массовой коммуникации, например, телевидению.

Данные ответы наглядно демонстрируют теорию клипового мышления [4], сутью которой является доказанное предположение, что молодые люди возрастной категории до 35 лет лучше всего воспринимают короткие сообщения или видео, а также фото-информацию. Данное утверждение подтверждается нарастанием популярности таких социальных сетей, как Твиттер и Инстаграм, позволяющих публиковать короткие (до 30 секунд) видео и сообщения до 400 символов.

Ответ на вопрос «Как вы считаете, влияют ли средства массовой коммуникации, выбранные Вами, на формирование политической идентичности у студентов?» вызвал затруднение, т. к. не все студенты (студенты технического и медицинского направления подготовки) понимали значение термина «политическая идентичность». В ходе дискуссии было принято коллективное решение взять за определение политической идентичности причастность индивида (в нашем случае студента) к политическим процессам, протекающим на территории Российской Федерации. После этого студенты сошлись во мнении, что СМК оказывают существенное влияние на формирование политической идентичности, т. к. 70% информации (цифра озвучена участниками фокус-группы) воспринимается молодежью посредством выше названных средств. Остальные 30% отводят ключевую роль в формировании политической идентичности межличностной коммуникации (общение с другими людьми), а также информации, получаемой при обучении (лекции, семинары, подготовка к экзаменам и т. д.).

Фокус-группой также было высказано предположение о том, что СМК являются инструментом мобильности индивида

не только в информационном пространстве, но и в пространстве разнообразных идентичностей, в том числе и политического плана. Наша гипотеза о ключевой роли массовой коммуникации в формировании политической идентичности студенческой молодежи г. Екатеринбурга в ходе проведенного исследования получила свое подтверждение.

1. Данилова Е.Н., Ядов В.А. Нестабильная социальная идентичность как норма современных обществ // Социологические исследования. 2004. № 10.
2. Дробизева Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние или совместимость // Россия реформирующаяся. М.: ИС РАН, 2002.
3. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.
4. Русакова О.Ф. Виртуальная власть масс-медиа //

Дискурс-Пи. Научно–практический альманах. Выпуск 9–10: Дискурс виртуального мира – Дискурс травелога / под ред. О.Ф. Русаковой. Екатеринбург. 2010.

5. Семенов И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. 2008. № 5.

1. Danilova E.N., Yadov V.A. Nestabil'naya social'naya identichnost' kak norma sovremennykh obshchestv // Sociologicheskie issledovaniya. 2004. № 10.

2. Drobizheva L.M. Rossijskaya i e'tnicheskaya identichnost': protivostoyanie ili sovmestimost' // Rossiya reformiruyushhayasya. M.: IS RAN, 2002.

3. Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika / pod red. L.N. Timofeevoj. – M.: Rossijskaya asociaciya politicheskoy nauki (RAPN); Rossijskaya politicheskaya e'nciklopediya (ROSSPE'N), 2012.

4. Rusakova O.F. Virtual'naya vlast' mass-media // Diskurs-Pi. Nauchno–prakticheskij al'manax. Vypusk 9–10: Diskurs virtual'nogo mira – Diskurs traveloga / pod red. O.F. Rusakovoj. Ekaterinburg. 2010.

5. Semenenko I.S. Obrazy i imidzhi v diskurse nacional'noj identichnosti // Polis. 2008. № 5.

UDC 324

IMAGES OF THE POLITICAL PROCESS IN RUSSIA AND THE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING POLITICAL IDENTITY OF STUDENTS OF EKATERINBURG

Chusovitina Yulia Pavlovna,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
Institute of Social and Political Sciences,
Department of Political Science and Sociology,
master,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: uhusovitina@yandex.ru

Annotation

In the article on the basis of sociological research analyzes the symbolic images of Russian politicians and the Russian political process, classification of plants is carried out on a political identity, put forward the hypothesis that the mass communications play a key role in shaping the political identity of students of Yekaterinburg.

Key words:

images of the Russian political process, political identity, install the political identity, students of Yekaterinburg, the media of communication.