

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

Особенности восприятия образа «внешнеполитического врага» массовым сознанием российской молодёжи: политико-психологический анализ

Научный руководитель – Аль-Дайни Мария Ахмедовна

Галдина Евгения Викторовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: ewgenia.goldberg@yandex.ru

Психологическое состояние общества отдельного государства может определяться множеством критериев, в том числе и внешнеполитическим [6]. Так, ситуация на международной арене способна оказать существенное влияние на настроения в социуме, обострить их, или же, наоборот, снять социальное напряжение [3]. Образ врага, его характер и распространённость среди граждан является одним из показателей настроений социума по отношению к внешней политике, а также степень его влияния на психологическое состояние общества. Зачастую осознание наличия образа внешнего врага вызывает агрессию, беспокойство и страх, особенно в современную эпоху, когда информация является жизненно необходимым ресурсом, а СМИ играют роль «четвертой власти». Наиболее активной частью общества с точки зрения восприятия феномена образа врага является молодёжь.

В течение 2018 года автором было проведено эмпирическое исследование, целью которого являлось выявление наличия образа «внешнеполитического врага» в массовом сознании российской молодёжи, особенностей его восприятия и идентификации. В процессе исследования были выявлены типы восприятия и идентификации образа «внешнеполитического врага». Теоретико-методологическим основанием исследования послужили: методика исследования политического восприятия, разработанная профессором Е.Б. Шестопал [3,4,5] и методика исследования политического поведения, разработанная М.А. Аль-Дайни [1,2].

В исследовании, проведённом автором, приняли участие 60 респондентов мужского и женского пола в возрасте от 20 до 30 лет, образующие три целевые группы. Критерием дифференциации групп выступал уровень когнитивной вовлеченности в политическую проблематику, который определяется типом дискурса, из которого респонденты получают информацию о политике. Первую группу респондентов составляют студенты и аспиранты российских ВУЗов, обучающиеся по направлению «Политология». Их уровень когнитивной вовлеченности в политическую проблематику гипотетически высок, так как определяется научным дискурсом. Вторую группу составляет молодёжь, вовлеченная в практическую политическую деятельность - это члены российских политических партий и движений. Для них характерен средний уровень когнитивной вовлеченности, поскольку определяется он дискурсом политической элиты. Образ врага у данной группы формируется идеологической ориентацией политической организации и её лидера. Третью группу респондентов составляет молодёжь, которая не принимает активного участия в практической политике и не получающая профессиональные знания в области политической науки. Данная группа имеет низкий уровень когнитивной вовлеченности, так как её информированность о политических проблемах определяется дискурсом СМИ.

Исследование показало отсутствие в политическом сознании молодёжи единого, общего образа врага. С одной стороны, это объясняется политическим и идеологическим плюрализмом в российском обществе, с другой - пассивным и индифферентным отношением значительного количества молодёжи к политике и политической жизни страны. Кроме

того, исследованию показало, что у большинства респондентов совершенно четко прослеживается наличие стереотипа враждебности мира по отношению к России. Описание образа врага респондентами зачастую сопровождается и упоминанием об образе «друга». Например, респонденты, указывающие США в качестве «врага», вместе с этим называли «другом», в первую очередь, Китай или Сирию. Также упоминали Индию и бывшие социалистические страны. Следовательно, можно говорить о наличии воздействия СМИ, посредством которых в массовое сознание транслируются два концепта - «внешнеполитического врага» и «внешнеполитического друга» государства, а их противопоставление усиливает представление о негативном и несправедливом отношении мирового сообщества к России. Феномен «внешнеполитического друга» встречался в восприятии большинства респондентов второй группы, в меньшей степени - у третьей группы.

Таким образом, можно выделить четыре типа восприятия образа «внешнеполитического врага» среди молодежи:

1) Нейтральный тип восприятия показывает отсутствие образа «внешнеполитического врага» как такового. Респонденты с данным типом восприятия, считают, что этот образ создается политической элитой целенаправленно с помощью пропаганды и манипуляций СМИ, чтобы оправдать непопулярные меры и неподдерживаемые народом действия во внутренней политике;

2) Агрессивный тип восприятия показывает наличие образа «внешнеполитического врага» в лице США и государств Западной Европы. Респонденты с данным типом восприятия руководствуются идеологическими соображениями, в их образах обнаруживаются идеологемы и стереотипы советского периода;

3) Аффективный тип восприятия показывает наличие образа абстрактного «внешнеполитического врага», представляющегося в образе мирового терроризма, транснациональных корпораций, неравномерного распределения глобальных ресурсов, «масонского заговора» и заговора «мирового правительства»;

4) Индифферентный тип восприятия показывает отсутствие четкого понимания категории «образ врага» в целом и понятия «образ внешнеполитического врага» в частности. Данные респонденты характеризуются отсутствием достаточного количества политической информации и интереса к политической сфере жизни общества в целом, а также наличием низкого уровня политической социализации.

Источники и литература

- 1) Аль-Дайни М.А. Манипулятивный характер идеологий в современной России: политико-психологический анализ: диссертация кандидата политических наук: 19.00.12. М., 2012
- 2) 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;
- 3) Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопа. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.;
- 4) Психология восприятия власти / Под ред. Е.Б. Шестопа. М.: Издательство «Социально-политическая МЫСЛЬ», 2002. 244 с.;
- 5) Шестопа Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. 448 с.;
- 6) Шестопа Е.Б. Психологическое состояние российского общества между парламентскими и президентскими выборами: сравнительный анализ // Сравнительная политика. 2017. Т.8. №2. С. 119-129.