

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

Восприятие феномена внешнеполитической пропаганды массовым сознанием российской молодежи: политико-психологический анализ

Научный руководитель – Аль-Дайни Мария Ахмедовна

Клевцова Елена Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: klenok97@yandex.ru

Россия, как и большинство современных государств, не обходится без применения технологий внешнеполитической пропаганды в целях реализации собственных интересов на уровне мировой политики и международных отношений [1]. В связи с этим, изучение не только восприятия внешнеполитической пропаганды как такового, но и восприятия самого этого феномена массовым сознанием российских граждан представляется весьма актуальным для современных политико-психологических исследований. Особый интерес в данном отношении представляют молодые граждане, так как именно молодёжь является наиболее когнитивно активной частью населения, которая составляет будущую основу государства.

В течение 2018 года автором было проведено эмпирическое исследование, нацеленное на выявление особенностей восприятия внешнеполитической пропаганды массовым сознанием российской молодёжи. В исследовании приняли участие 60 респондентов - мужчины и женщины в возрасте от 20 до 30 лет, подразделённые на три целевые группы. Теоретико-методологическим основанием исследования послужили: методика исследования политического восприятия, разработанная профессором Е.Б. Шестопаля [4,5] и методика исследования политического поведения, разработанная М.А. Аль-Дайни [2].

Критерием дифференциации групп выступал уровень когнитивной вовлеченности в политическую проблематику, определяемый типом дискурса, из которого респонденты получают информацию о политике. Первую группу респондентов составили студенты-политологи российских ВУЗов. Их уровень когнитивной вовлеченности гипотетически высок, так как степень информированности определяется научным дискурсом. Вторую группу респондентов составили молодые граждане, являющиеся членами политических партий и движений («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия», «Яблоко», «Молодая Гвардия», СКМ и «Молодёжное Яблоко»), имеющие средний уровень когнитивной вовлеченности, так как он определяется дискурсом политической элиты. Третью группу респондентов представляли молодые граждане, дистанцированные от политической науки и политической практики, имеющие низкий уровень когнитивной вовлеченности, так как степень их информированности определяется дискурсом СМИ.

В результате исследования были выявлены определённые типы восприятия внешнеполитической пропаганды, в большей степени характерные для представителей каждой из групп. Респонденты с высоким уровнем когнитивной вовлеченности проявили критический и нейтральный типы восприятия. Они либо выражали критическое отношение к российским СМИ, либо оценивали пропагандистскую деятельность с точки зрения политической необходимости. При описании данного феномена у большинства респондентов возникали такие ассоциации, как «воздействие на массовое сознание», «навязывание чужих идей», «манипулирование массовым сознанием», «информационно-психологическая война» и т.д. У представителей второй группы наблюдались конъюнктурно-конформный и агрессивный типы восприятия, детерминированные идеологической маркированностью

их политического сознания. Выяснилось, что представители «Молодой Гвардии», а также партии «Единая Россия» воспринимали внешнеполитическую пропаганду в контексте её противодействующей и защитной функции. У третьей группы респондентов были выявлены аффективный и индифферентный типы восприятия, свидетельствующие об их неспособности вырабатывать собственное мнение по политической проблематике и подверженности манипулятивному воздействию СМИ [1,3].

В результате исследования были выявлены следующие типы восприятия феномена внешнеполитической пропаганды массовым сознанием российской молодежи:

1. Нейтральный тип восприятия характеризуется рационально-оценочным подходом;
2. Критический тип восприятия предполагает скептическое отношение к различным формам проявления манипулятивного воздействия;
3. Конъюктурно-конформный тип восприятия свойственен молодым людям, разъясняющим сложившуюся информационную обстановку в рамках их идеологической приверженности, а также под влиянием группового давления;
4. Агрессивный тип восприятия подразумевает эмоционально-импульсивное отношение к феномену внешнеполитической пропаганды;
5. Аффективный тип восприятия предполагает нестабильность когнитивной активности индивида по отношению к политической проблематике и изменчивость в выражении оценки одного и того же объекта восприятия, что объясняется информационной зависимостью от СМИ;
6. Индифферентный тип восприятия предполагает отсутствие у молодых людей когнитивной вовлеченности в политическую проблематику и, как следствие, полное отсутствие интереса к ней.

Источники и литература

- 1) Аль-Дайни М.А. К вопросу о применении методов психологического воздействия в политико-управленческой практике современной России // Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов IX Международного междисциплинарного научно-практического симпозиума 17-18 октября 2013 г., Москва / Отв. ред. В.Е. Лепский. – М.: «Когито-центр», 2013. С. 56-59;
- 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) Зверев А.Л. Манипуляционное управление СМИ политическим массовым сознанием в современной России // Актуальные проблемы современной политической психологии / Под ред. Е.Б.Шестопал. М., 2010. С. 77-88;
- 4) Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.;
- 5) Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. 448 с.