

РАЗДЕЛ XXVIII. ПСИХОЛОГИЯ

Бакулева К.К., Самуйлова И.А.

Медиакомпетентность как предпосылка вовлеченности российской молодежи в социально-политическую жизнь страны*Санкт-Петербургский государственный университет
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/lj-03-2021-145

idsp: ljjournal-03-2021-145

Аннотация

В статье обсуждаются возможности изучения политической медиакомпетентности в контексте ее потенциального влияния на вовлеченность граждан в социально-политическую жизнь страны. Представлены результаты эмпирического исследования, направленного на изучение взаимосвязи уровня медиакомпетентности с формами и мотивами политического участия представителей российской молодежи. Проанализированы возможные причины отчуждения молодых людей от участия в политике, а также основные мотиваторы их электоральной активности.

Ключевые слова: политическое участие, медиакомпетентность, мотивы, молодежь.

Abstract

The paper discusses the opportunities for the research of political media competence in the context of its potential impact on the involvement of citizens in the social and political life of the country. The results of an empirical study aimed at studying the relationship of the level of media competence with the forms and motives of political participation of Russian youth are presented. Possible reasons for alienating young people from participation in politics, as well as the main motivators of their electoral activity, are analyzed.

Key words: political participation, media competence, motives, young people.

С точки зрения психологии, вовлеченность – это убежденность в том, что погружение в происходящее предоставляет максимальный шанс найти нечто стоящее и интересное для личности [14]. Вовлеченность в социально-политическую жизнь страны, таким образом, можно трактовать как убежденность в возможности удовлетворить как индивидуальные, так и групповые запросы и потребности граждан в системе «гражданин-государство».

В современном мире, обозначенная тема чаще изучается в контексте проблемы политического участия, под которым понимается целенаправленная деятельность, осуществляемая гражданами с целью оказания влияния на принятие актуальных политических решений [4, 5, 9, 11, 13]. В условиях наличия больших возможностей приобщения к принятию и исполнению политических решений важное значение приобретают различные измерения компетентности человека.

Например, основой политической компетентности является интерес к политике, информированность, о политическом процессе, личное и социальное доверие, уровень и формы политической активности, мотивы предпринимаемых действий, результативность политического участия [2]. Основой медиакомпетентности – способности и навыки получения, обработки и воспроизведения полученной информации [1, 8, 12]. В настоящий момент, насколько нам известно, существует недостаточное количество исследований, в которых изучается проблема политической

медиакомпетентности в контексте выявления ее потенциального на вовлеченность граждан в социально-политическую жизнь страны [1].

В начале 2021 года авторами данной статьи было проведено эмпирическое исследование, направленное на изучение взаимосвязи уровня медиакомпетентности с формами и мотивами политического участия представителей российской молодежи. Выборка исследования: молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет (средний возраст – 27 лет), проживающая в Санкт-Петербурге и Ленинградской области (87 женщин, 22 мужчины, всего 109 человек). 80% имеют высшее образование, 12% - незаконченное высшее, 5% - среднее специальное, 3% - среднее (школьное).

Уровень медиакомпетентности измерялся с помощью методики, разработанной К. К. Бакулевой на основе анализа теоретических данных о данном феномене [1]. В методике диагностируется выраженность аффективного, когнитивного и операционального компонентов, а также общий показатель медиакомпетентности. Респонденты оценивали степень своей эмоциональной вовлеченности при восприятии медиа сообщений, склонность к анализу и интерпретации медиа информации, знания об особенностях работы СМИ, а также частоту контактов со СМИ. Например: «Мне нравится узнавать новую политическую информацию каждый день» (аффективный компонент), «После ознакомления с материалами о политике в СМИ я всегда формирую собственную точку зрения» (когнитивный компонент), «Я целенаправленно ищу новостные сообщения о политике в СМИ» (операциональный компонент). Анкета состоит из трех частей, по 8 утверждений в каждой, всего 24 утверждения. **Используется 5-ти балльная шкальная оценка степени согласия** (1 – не согласен, 2 – скорее не согласен, 3 – затрудняюсь, 4 – скорее согласен, 5 – согласен). За каждый ответ начисляется от 1 до 5 баллов. Суммарные значения колеблются от 24 до 120 баллов. Показатели уровня медиакомпетентности, не превышающие 60 баллов, оцениваются как низкие, попадающие в интервал от 61 до 80 баллов – как средние, а превышающие 81 балл – как высокие.

Для диагностики форм и мотивов политического участия использовалась методика, разработанная И.А. Самуйловой и Н.А. Теняевой [7] на основе теоретических подходов Д.В. Ольшанского [3] и Е.Б. Шестопаля [10] (включает 16 утверждений, 5-ти балльная шкала оценки). Помимо индивидуальных значений в методике также вычисляются общие показатели активных и пассивных форм политического участия, показатель степени выраженности ценностно-ориентированных и инструментальных мотивов.

Обработка полученных данных производилась с помощью методов математической статистики, включенных в программное обеспечение Microsoft Excel 2019 и IBM SPSS Statistics 22.0.0 (первичные статистики, дисперсионный и корреляционный анализ по Пирсону). Исследование проводилось дистанционно, с помощью специальных форм, созданных и размещенных в сети Интернет (сервис Google Forms), в феврале 2021 года. Участники привлекались к заполнению данных форм через ссылку на исследование, размещенную в социальной сети ВКонтакте или распространяемую авторами данной статьи через сеть личных контактов. Участие в исследовании было добровольным и не предполагало выплаты вознаграждения респондентам. Среднее время заполнения всех форм составляло 10-15 минут. Далее, представим наиболее интересные результаты.

Анализ уровня медиакомпетентности респондентов, принявших участие в исследовании, позволил разделить их на три группы с низкими (N=20), средними (N=54) и высокими (N=35) показателями согласно ключу методики. Низкие показатели медиакомпетентности свидетельствуют о редком медиа использовании, низком уровне заинтересованности в содержании медиа сообщений и их низкой эмоциональной значимости для респондентов. Средний уровень медиакомпетентности присущ респондентам, достаточно часто использующим СМИ, эмоционально вовлекающимся и анализирующим медиа сообщения, но не предпринимающим усилий для

целенаправленного поиска, сравнения и обсуждения медиа информации. Высокие показатели медиакомпетентности свидетельствуют о заинтересованности и сравнении в анализе медиа сообщений, высокой частоте использования различных СМИ, крайне высокой эмоциональной вовлеченности, проявлении собственных инициатив в создании, сравнении и обсуждении медиаконтента.

Проведение дисперсионного анализа позволило выявить наличие статистически значимых различий в активных формах политического участия молодых людей с разным уровнем медиакомпетентности (см. таблицу 1). Так, респонденты с высоким уровнем медиакомпетентности (МКвыс) более активно следят за развитием политических событий в СМИ («простейшие реакции зрителя») ($M=4,3$; $\sigma=0,8$), участвуют в выборах ($M=3,9$; $\sigma=1,3$) и имеют более выраженный общий показатель активного политического участия ($M=15,3$, $\sigma=3,5$) ($p=0,000$).

Остальные формы активного политического участия, согласно ответам респондентов, выражены слабо или недостаточно точно диагностируются в помощью используемой бланковой методики (получены средние оценки, свидетельствующие о затруднениях в оценке сформулированных утверждений).

Таблица 1

Степень выраженности активных форм политического участия респондентов с разным уровнем медиакомпетентности

Показатели	МКнизк (N=20)		МКср (N=54)		МКвыс (N=35)		Различия р
	М	SD	М	SD	М	SD	
Простейшие реакции (реакция «зрителя»)	2,4	1,2	3,1	1,1	4,3	0,8	0,000
Электоральная активность	3,3	1,5	3,3	1,5	3,9	1,3	0,533
Участие во встречах с представителями политической власти	1,1	0,2	1,3	0,7	1,6	0,9	0,052
Членство в политических организациях	1,3	0,9	1,2	0,6	1,4	0,9	0,457
Политическая инициатива (участие в политических акциях)	2,5	1,3	2,3	1,3	3,1	1,6	0,064
Политическое лидерство	1,1	0,2	1,1	0,3	1,1	0,4	0,901
Общий показатель	11,4	3,5	12,4	2,9	15,3	3,6	0,000

Согласно таблице 2, из пассивных форм политического участия респондентов значимые различия имеются по показателю «политическая апатия» ($p=0,048$), свидетельствующему о выключенности из системы политических отношений по причине разочарования в политике и уверенности в неэффективности собственных действий. Так более склонны полагать респонденты с низким и средним уровнем медиакомпетентности ($M=3,1$, $\sigma=1,4$ и $M=3,2$, $\sigma=1,2$, соответственно).

Таблица 2

Степень выраженности пассивных форм политического участия респондентов с разным уровнем медиакомпетентности

Показатели	МКнизк (N=20)		МКср (N=54)		МКвыс (N=35)		Различия р
	М	SD	М	SD	М	SD	
Политическая апатия (разочарование)	3,1	1,4	3,2	1,2	2,4	1,3	0,048
Политический бойкот (непринятие действующей политической системы)	2,5	1,1	3,2	1,3	2,7	1,4	0,166
Политическая враждебность (отрицательное отношение к политической системе и ее институтам)	2,3	1,1	2,1	1,3	2,1	1,2	0,539
Общий показатель	7,9	2,8	8,5	2,9	7,2	3,3	0,289

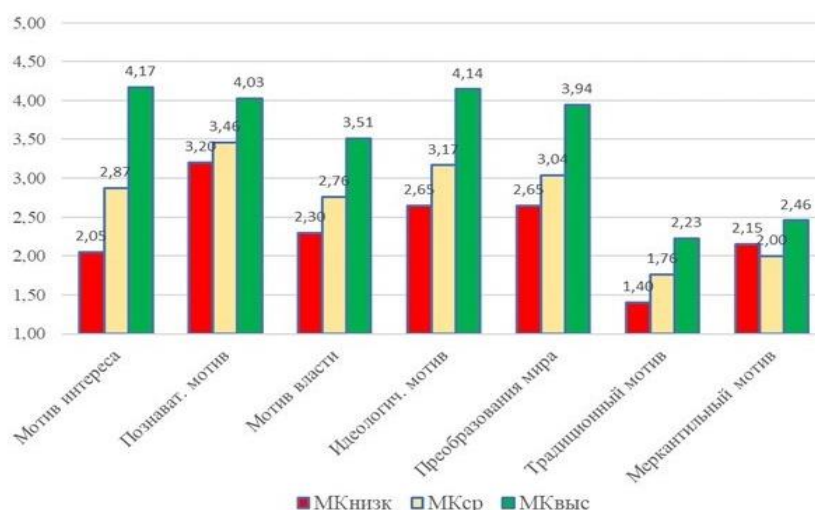


Рисунок 1 – Выраженность мотивов политического участия у респондентов с разным уровнем медиакомпетентности ($\min=1,00$, $\max=5,00$)

На рисунке 1 изображена выраженность мотивов политического участия у респондентов с различными показателями медиакомпетентности. Согласно результатам дисперсионного анализа, респонденты с высоким уровнем медиакомпетентности характеризуются более сформированной мотивационной структурой, отличаясь от двух других групп по итоговым значениям ценностно-ориентированной и инструментальной мотивации ($p=0,000$ и $p=0,003$ соответственно), мотива интереса ($p=0,000$), мотива познания ($p=0,030$), мотива власти ($p=0,003$), идеологического мотива ($p=0,000$), мотива преобразования мира ($p=0,002$), традиционного мотива ($p=0,034$).

Анализ данных, полученных на всей выборке респондентов ($N=109$), с помощью корреляционного анализа позволил выявить наличие статистически значимых взаимосвязей между формами и мотивами политического участия представителей российской молодежи (см. таблицу 3). В частности, нас интересовали причины ухода молодых людей от участия в политике. Так, например, мы видим, что респонденты, разочаровавшиеся в политике, демонстрируют низкий интерес к отслеживанию политических событий, склонны игнорировать участие в политических выборах или каких-то либо политических акциях, однако поступают так не по идеологическим мотивам, а с целью извлечения определенной выгоды (возможно, чтобы обратить на собственное неучастие особое внимание властей).

Таблица 3

Корреляционные взаимосвязи между формами и мотивами политического участия российской молодежи ($N=109$)

Показатели	Пассивные формы политического участия		
	Апатия	Бойкот	Враждебность
Простейшие реакции	-0,322**	-0,213*	-0,278*
Электоральная активность	-0,386**	-0,386**	-0,239*
Политическая инициатива	-0,238*	-0,064	-0,019
Мотив интереса	-0,437*	-0,278**	-0,285**
Идеологический мотив	-0,256*	-0,182	-0,177
Меркантильный мотив	0,074	0,222*	0,247*
Политическое лидерство	0,124	0,149	0,292**

* Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

** Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Согласно таблице 4, общий уровень медиакомпетентности респондентов ($N=109$) и их участие в выборах связаны почти со всеми ценностно-ориентированными мотивами, а также с некоторыми активными формами политического участия. Помимо

фактора общей информационной осведомленности ($p < 0,01$, $r = 0,239$), участие в политических выборах может инициироваться встречами с представителями политических партий и организаций ($p < 0,01$, $r = 0,234$), наличием протестных настроений ($p < 0,01$, $r = 0,263$) и сформированным желанием оказывать влияние на принятия политических решений и действия других людей ($p < 0,01$, $r = 0,269$).

Таблица 4

Корреляционные взаимосвязи медиакомпетентности и электоральной активности с формами и мотивами политического участия (N=109)

Показатели	Медиакомпетентность	Электоральная активность
Простейшие реакции	0,606**	0,239*
Участие во встречах с представителями политических партий и организаций	0,093	0,234*
Политическая инициатива	0,142	0,263**
Мотив интереса	0,585**	0,304**
Мотив познания	0,389**	0,247*
Мотив власти	0,293**	0,269**
Идеологический мотив	0,408**	0,144
Мотив преобразования мира	0,349**	0,132
Традиционный мотив	0,236*	0,211*
Ценностно-ориентированные мотивы	0,589**	0,341**
Активные формы политического участия	0,346**	0,679**

* Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

** Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

Таким образом, проведенное исследование позволило установить наличие статистически значимых различий между активными формами и мотивами политического участия представителей российской молодежи с разным уровнем медиакомпетентности. Респонденты с высоким уровнем медиакомпетентности характеризуются более сформированной мотивационной структурой, отличаясь от двух других групп по итоговым значениям ценностно-ориентированной и инструментальной мотивации.

Также выявлены взаимосвязи общего показателя медиакомпетентности и электоральной активности респондентов со степенью их интереса к отслеживанию актуальной политической повестки, участием во встречах с представителями политических партий и потенциальной готовностью принять участие в поддержке каких-либо гражданских или политических инициатив (в том числе в форме митинга, марша, шествия, акции протеста, столкновения и т.п.).

Основными причинами политического неучастия молодых людей является их разочарование в политике и ощущение невысокой эффективности собственных действий (особенно, у респондентов с низким и средним уровнем медиакомпетентности). Важно отметить, что развитие участия и укрепление убежденности в важности своих усилий происходит еще в раннем возрасте под воздействием принятия и одобрения со стороны родителей. Вместе с тем, характер вовлеченности может меняться по мере социального созревания личности и приобретения политического опыта. В целом, вовлеченность является значимым показателем степени интегрированности человека в систему политических связей и отношений, способствует развитию политического сознания, обретению политических ориентаций и формированию гражданской идентичности.

Развитие способности и навыков взаимодействия с источниками информации позволяет переводить накопленные сведения в реальную политическую практику в виде различных вариантов и способов политического участия в жизни страны. В то же

время, особое внимание следует уделять способам преподнесения информации о политике в интересном и актуальном для молодежи ключе, демонстрируя важность ее участия в социально-политической жизни страны и ценности вклада в принятие политических решений.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31841.

Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR and EISR, project number 20-011-31841.

1. Бакулева К. К. Когнитивные аспекты политического поведения избирателей. Дис. на соиск. учен. степ. канд. псих. наук (19.00.12). – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2016. – 169 с.
2. Батанина И. А., Лаврикова А. А., Шумилова О. Е. Политическая компетентность россиян как фактор их политического участия // Политология: Актуальные аспекты. – 2014. - №1. – С. 50–56.
3. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с.
4. Парфенова Ю. В. Новые формы политического участия в условиях общества, основанного на знании // Вестн. С. Петерб. ун-та. Сер. 6 Политология. Международные отношения. – 2016. – Вып. 2. – С. 63–71.
5. Пустошинская О. С. Политический протест как концепт: проблема дефиниции // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2010. – №1(32). – Ч. II. – С. 83–87.
6. Самсонова Т. Н., Гурьлина М. В. Основные тенденции политической мобилизации и политического участия граждан в современном российском обществе // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2016. - №4. – С. 41–46.
7. Самуйлова И. А. Установки студенческой молодежи Санкт-Петербурга по отношению к выборам в России как фактор их политического участия // Петербургский психологический журнал. – 2013. – №3. – С. 46–59.
8. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 240 с.
9. Чирун С. Н. Политическая активность и политическое участие молодежи: проблемы и возможности // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 332. С. 50–54.
10. Шестопал Е. Б. Политическая психология: Учебник для вузов. – Москва: Аспект Пресс, 2018. – 368 с.
11. Briggs J. (2017). Young people and political participation. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/978-1-137-31385-0_2
12. Kazakov A. (2017). Political aspect of media literacy. International Journal of Media and Information Literacy, 2 (2), 90-98.
13. Lester W., Milbrath M., Goel L. (1977). Political participation: how and why do people get involved in politics // Chicago, Rand McNally College Pub.
14. Maddi D. Dispositional Hardiness in Health and Effectiveness // Encyclopedia of Mental Health / H. S. Friedman (Ed.). San Diego (CA): Academic Press. - Pp. 232–335.

Дзахова В.Т., Бирагова Ф.Р.

Диагностика уровня межэтнической толерантности у студентов Северо-Осетинского государственного университета

*Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л.Хетагурова
(Россия, Владикавказ)*

doi: 10.18411/lj-03-2021-146

idsp: ljjournal-03-2021-146

(Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-512-07003 Единая цивилизационная платформа России, Северной и Южной Осетии как основа поликультурного подхода в образовании и межэтнической толерантности)

Аннотация

В статье рассматриваются результаты диагностики уровня межэтнической толерантности у студентов Северо-Осетинского государственного университета имени