

Секция «24.8 Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Политическая идентичность студентов: механизмы формирования политического сознания в условиях цифровой реальности и образовательных практик (на материалах эмпирического исследования)

Научный руководитель – Зазнаев Олег Иванович

Ситдикова София Михайловна

Студент (бакалавр)

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, Казань, Россия

E-mail: ssitdikova532@gmail.com

Актуальность данного исследования обуславливается изменением социально-политического ландшафта, появлением новых цифровых практик в молодежной среде при борьбе за доминирование между агентами политической социализации, что усложняет процесс становления политической идентичности и делает его многогранным и доказывает необходимость изучения данной области.

Новизна исследования состоит в выявлении механизмов, влияющих на формирование политической идентичности студентов, а также в выявлении основных типов политической идентичности, обуславливающих политическое поведение.

Таким образом, формируется цель исследования: выявить и охарактеризовать доминирующие типы политической идентичности в среде студенческой молодежи в современной России.

Цель и задачи обусловили использование следующих методов: глубинное полуструктурированное интервью российских студентов, подкрепленное блиц-опросом, вторичные данные социологических опросов.

Гипотеза состояла в следующем: в основе становления политической идентичности лежит цифровая среда, которая формирует общее представление о сфере политического, образовательная среда (в частности, гуманитарные дисциплины и курс «Основы российской государственности») способствуют систематизации и структуризации ценностей и взглядов, а в рамках социального окружения происходит легитимация или отторжение сложных установок. Вследствие чего политическая идентичность чаще имеет гибридный характер.

В качестве основы данной работы выступило эмпирическое исследование с использованием качественной методологии. Глубинное полуструктурированное интервью состояло из четырех блоков. Первый вводный блок, второй блок был посвящен цифровому потреблению политического контента респондентами и изучение способов верификации получаемой информации, третий блок направлен на опыт соприкосновения и получения политических знаний в ВУЗе, четвертый блок раскрывает использование реальных политических практик респондентами. В заключении респондентам был предложен блиц-опрос, позволяющий экспресс-методом зафиксировать ценностные профили, для последующего сопоставления с нарративами из интервью. Интервью направлено на изучение 3 основных компонентов политической идентичности: когнитивного, аффективного и поведенческого, а также на выявление взаимосвязи между ними.

Характеристики выборки: объем выборки составил 34 респондента, 17 девушек и 17 юношей в возрасте от 18 до 23 лет из Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Екатеринбурга и Ижевска. Критериями отбора выступили студенты очной формы обучения различных направлений подготовки: востоковедение, филология, машиностроение, психология,

математическое и программное обеспечение вычислительных машин, информационные системы и технологии, фундаментальная информатика и информационные технологии, лечебное дело, дизайн, религиоведение, реклама и связи с общественностью, философия. Такой разброс направлений позволяет выделить как общие тренды, так и специфику профильного образования. Обработка проводилась посредством тематического кодирования с последующей интерпретацией, результаты блица обработаны частотным анализом и сопоставлены с качественными данными. Выборка проводилась до теоретического насыщения. К 28 интервью были выявлены основные темы, остальные интервью не добавили новых значимых тем, а лишь внесли уточнения.

Таким образом, на основании исследования можно сделать следующие выводы: во-первых, студенчество демонстрирует высокий уровень атомизации, однако атомизация представляет собой «сетевой» характер. В университете как в публичном пространстве отсутствует обмен мнениями, касаясь вопросов политики в связи с низким уровнем доверия в группе равных, однако обсуждения на политическую тематику имеют место быть в рамках узкого дружеского общения: «... стараюсь не затрагивать эту тему не факт что люди пойму, лучше только с самыми близкими», «... обсуждаем, но в основном в узком кругу». Во-вторых, по результатам исследования, можно говорить о том, что в студенческой среде невысокий уровень доверия к институтам (особенно к институту выборов), что заметно снижает политическую активность. Вакуум заполняется доверием к искусственному интеллекту или к ближнему кругу. В-третьих, медиапотребление студентов представляет собой многоуровневую навигацию в информационном пространстве. В данную структуру входят: политическая информация из первоисточника (наиболее часто используемый мессенджер – Telegram), затем за счет чтения комментариев происходит пассивная попытка перепроверки, затем сознательный поиск сайтов и обращение к ИИ для анализа и структуризации: «... в первую очередь я зайду в интернет, там нейросеть выдаст краткую сводку, дальше зайду на сайт. Затем зайду в чат GPT и скажу: “Объясни как ребенку...”». Политическое знание заменяется политической “навигацией”. При этом влияние алгоритмов на создание информационных пузырей и эхо-камер не осознается респондентами. В-четвертых, гуманитарные дисциплины и курс «Основы российской государственности» не являются источником систематизации ценностей, в связи с неудовлетворенностью способа подачи материала. В-пятых, в связи с невысоким уровнем доверия к политическим институтам политический потенциал молодежи «перетекает» в формы гражданского участия, в частности молодежь активно подписывает неполитические петиции. В-шестых, интерес представляет концептуализация понятия «Родина», определяющая тип политической идентичности. Мы выделили 2 типа: у респондентов первого типа политическая система входит в представление об образе «Родины», поэтому происходит слияние страны и власти: «... я на стороне РФ, и политика у меня может быть только одна. Я люблю свою страну», что делает их лояльными. Второй тип респондентов полагает, что «Родина» – это больше, чем политика, поэтому может критически высказываться о тех или иных аспектах политической сферы: «... лично я страну люблю, хотя тоже часто многим недовольна, иногда слышу крайне критические высказывания от друзей (особенно от тех, что сейчас живут в других странах) и как-то тоскливо и неприятно становится. Может, потому что принадлежность к родной стране не отнять...». Именно эта категория чаще других проявляет свою гражданскую позицию. В-седьмых, значительное воздействие оказывает дизайн на усвоение получаемой информации, вследствие чего успешная политическая коммуникация осуществляется за счет представления контента в развлекательном и емком формате. В-восьмых, аполитичность в среде наших респондентов чаще представляется осознанной стратегией. В-девятых, создание семьи и следование традициям является важной ценностью для молодежи.