

Санкт-Петербургский государственный университет

Выпускная квалификационная работа на тему:

***ВЗАИМОСВЯЗЬ ОБРАЗА ПАРТИЙ И ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
МОЛОДЕЖИ***

по направлению подготовки 37.04.01 - Психология
основная образовательная программа «Политическая психология»

Выполнил:

Студент 2 курса
Очная форма обучения
Беляева Татьяна
Владимировна

Рецензент:
Доктор психологических наук,
профессор РГПУ им. Герцена
Веселова Елена Константиновна

Научный руководитель:
Кандидат психологических наук,
доцент
Анисимова Татьяна Викторовна

Санкт-Петербург

2017

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. Образ политических партий и политическое поведение молодежи.....	8
1. Образ как предмет исследования в политической психологии.....	8
2. Исследование политических партий в психологии	17
3. Молодежь как объект психологического исследования в политической психологии.....	29
4. Психологические аспекты и основные концепции политического поведения.....	35
ГЛАВА 2. Эмпирическое исследование взаимосвязи образа политических партий и политического поведения молодежи.....	39
2.1. Организация эмпирического исследования взаимосвязи образа политических партий и политического поведения молодежи.....	39
2.2. Методики исследования и их обоснование.....	41
ГЛАВА 3. Эмпирическое исследование образа политических партий у студенческой молодежи.....	44
3.1. Анализ первичных статистик исследования и их обсуждение.....	44
3.1.1. Узнаваемость партий.....	44
3.1.2. Общая характеристика представлений избирателей о природе политики.....	47
3.1.3. Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С.Дейнека, М.А.Соловьева).....	50
3.1.4. Формы и активность политического поведения.....	55
3.1.5. Медиакомпетентность студенческой молодежи	57
3.2. Анализ данных, выявленных параметров образов политических партий и	

политического поведения студенческой молодежи.....	59
3.2.1. Медиакомпетентность как фактор политического поведения молодежи.....	59
3.2.2. Результаты факторного анализа данных, полученных с помощью методики семантического дифференциала.....	63
3.2.3. Взаимосвязь образа партий и политического поведения молодежи.....	69
ВЫВОДЫ.....	72
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	74
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	87
ПРИЛОЖЕНИЕ Д.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ З.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ К.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ Л.....	96
ПРИЛОЖЕНИЕ М.....	97
ПРИЛОЖЕНИЕ Н.....	98
ПРИЛОЖЕНИЕ П.....	99

БЕЛЯЕВА ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА

Тема: **ВЗАИМОСВЯЗЬ ОБРАЗА ПАРТИЙ И ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
МОЛОДЕЖИ**

Научный руководитель — АНИСИМОВА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА,

кандидат психологических наук, доцент

Для изучения взаимосвязи образа партий и политического поведения молодежи было опрошено 200 студентов Санкт-Петербургского Государственного Университета в возрасте от 18 до 25 лет. Используются методики: методика определения форм и активности политического поведения (К.К. Бакулева), методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С. Дейнека, М.А. Соловьева) для выявления реального и «идеального» образа политической партии, анкета для выявления философских и инструментальных представлений о природе политики (George A., 1969), а также проведено анкетирование: анкета для определения степени медиакомпетентности, составленная на основе трех компонентов медиакомпетентности (К.К. Бакулева), и авторская анкета: «Узнаваемость партий». Обработка данных: корреляционный, дисперсионный, сравнительный и факторный анализы. Результаты корреляционного анализа показали что, чем выше уровень медиакомпетентности молодежи, тем более активно их политическое поведение. Факторный анализ выявил незначительные различия в ассоциациях студентов до и после выборов по отношению к реальной и «идеальной» партии. Сравнительный анализ показал преимущество знаний у студентов, дававших ответы после проведения выборов. Таким образом, было определено, что политическое поведение предопределяется степенью медиакомпетентности и зависит от сформированного образа партии.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы данной дипломной работы определяется в первую очередь необходимостью социальной практики. На сегодняшний день российская молодежь утратила истинное представление о политических партиях в следствии присущей России многопартийности. На основании анализа избирательных кампаний присутствие позитивного образа в массовом сознании кандидата в депутаты, какой-либо политической партии, напрямую связано с количеством тех голосов, которые они получают на выборах. Если сформированный образ политической партии и политического деятеля, не оправдывает общественных ожиданий, то это приводит к упадку партии, уменьшению влияния на принятия решений, которые могут затрагивать судьбы массы людей. Без преувеличения можно сказать, что формирование образа политических партий и их лидеров сегодня является эффективным инструментом влияния на избирателя, позволяющим решать ряд важнейших задач, связанных с легитимацией партии во властных структурах.

Необходимость исследования особенностей образа политических партий у современной российской молодежи обусловлена следующими причинами. Множество известных ученых, представителей политической деятельности считают, что в России практически отсутствует структура гражданского общества, а «политическая культура участия» у большинства населения находится у самых истоков. Особое внимание стоит уделить молодежи, так как она практически не включена в реальный процесс политики, имеет слабое представление о программах и целях партий, не идентифицирует их как выразителей интересов определенных классов. Если молодежь находится в состоянии выбора при решении тех или иных политических ситуаций, то в первую очередь, на принятие решения повлияет образ политического деятеля или партии. А он, соответственно, может значительно отличаться от реального. Это может происходить по разным причинам, в качестве одной из них могут выступать работы различных партийных идеологов и имиджмейкеров.

Цель: дать психологическое описание образа политических партий и соотнести его с политическим поведением студенческой молодежи.

Предмет—образ политической партии; медиакомпетентность; политическое поведение; политические представления.

Объектом исследования данной работы является студенческая молодежь Санкт-Петербурга, в возрасте от 18 до 25 лет.

Гипотеза: - политические выборы сказываются на политическом поведении студентов, а именно, накануне показатели активности политического поведения более выражены, нежели сразу после них.

- как реальный, так и «идеальный» образ партии оказывает влияние на электоральное поведение молодежи.

Задачи:

- Провести обзор отечественной и зарубежной психологической литературы об образе политической партии и методах его исследования.
- Выявить взаимосвязь образа политических партий и политического поведения молодежи.
- Проанализировать сходства и различия в проявлении политического поведения до и после выборов.
- Сравнить образ политической партии, представленный в сознании студентов в период политических выборов, и между ними.
- Определить взаимосвязь политического поведения и сложившейся степени медиакомпетентности молодежи.

Методы:

1. Анкета для определения степени медиакомпетентности, составленная на основе трех компонентов медиакомпетентности (когнитивного, аффективного, операционального), выделенных в результате анализа теоретических данных. (К.К.Бакулева)
2. Методика определения форм и активности политического поведения. (К.К. Бакулева).

3. Анкета для выявления философских и инструментальных представлений о природе политики, составленная на основе метода операционального кодирования (George A., 1969)
4. Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С. Дейнека, М.А. Соловьева)
5. Авторская анкета: «Узнаваемость партий»

Глава 1. Образ политических партий у студенческой молодежи

1.1 Образ как предмет исследования в политической психологии

Образ как объект исследований психологии берет свои истоки с конца XIX века. Вильгельм Вундт родоначальник структурализма впервые обратился

к категории образа, начав в качестве предмета психологии изучать процессы сознания как структурное единство основных его элементов. В. Вундта не интересовали исследования самой категории образа, его исследованиями являлись выделенные им элементы сознания – это ощущения и чувства. Непосредственно начало изучения образа принадлежит ученику В. Вундта Эдуарду Титченеру. Являясь представителем экспериментальной психологии, Э. Титченер делает попытки по классификации свойств, признаков категории образа. Он определяет четыре основных признака образа: качество, интенсивность, длительность, отчетливость. Согласно Э. Титченеру «образы представляют собой элементы идей и отражают переживания, которые не связаны с текущим моментом – например, происходящие в нашей памяти»[49, с.126].Т.е. он рассматривает образы как один из элементов сознания. Его заслуга в том, что образы в рамках психологии впервые получают теоретическое осмысление и становятся объектом исследования.

В дальнейшем Зигмунд Фрейд углубленно анализирует категорию образа. Он, как представитель психоанализа, рассматривает образы как воспроизведение в сознании инстинктов и влечений. Психические образы в его понимании связывают человека не с объективной реальностью, а с внутренним миром, отражая его подводные течения и коллизии. В психоанализе категория образа предстает как транслятор искаженных реалий действительности, представленных во внутреннем (бессознательном) мире человека.

Исследования категории образа находят свое продолжение в исследованиях К.Г. Юнга. В отличие от З. Фрейда, который рассматривает образы как психические копии инстинктов и влечений, К.Г. Юнг представляет образы в качестве первичных активных феноменов душевной жизни. Развивая идеи З. Фрейда о природе и функциях бессознательного, К.Г. Юнг выделяет в сфере бессознательного два уровня: поверхностный – личное бессознательное и глубокий – коллективное бессознательное. Коллективная часть бессознательного «...не индивидуальна, но универсальна; в отличие от личной

души, в ней заключено то содержание и способы поведения, которые присутствуют везде и во всех людях... и составляют единый психический субстрат надличностной природы, который присутствует в каждом из нас...»[50, с.173]. Составными частями коллективного бессознательного следовательно являются архетипы, как определение коллективного бессознательного, распознаваемые в нашем опыте и являемые, как правило, в образах.

В середине XX века возникает новое направление психологической науки – когнитивизм, предметом которого становится организация и функционирование внутренних мыслительных процессов (процесс переработки информации). Образ понимается как «...репрезентация в уме не присутствующего объекта или события...»[42, с.327]. Основной задачей образа является сохранение в памяти событий и явлений реальности в виде некоторой картинки в голове, проекции сцен из реального мира. Рассматриваемая в рамках проблемы хранения и воспроизведения информации, категория образа получает новое теоретическое осмысление (Дж.С. Брунер, Дж. Келли, А. Бандура, Л. Колберг, Ж. Пиаже и др.).

Категория образа получает широкое теоретическое осмысление в рамках отечественной психологии и включается в разряд мета категорий. Исторически это связано с тем, что в 30-е годы предметом отечественной психологии становится сознание. В то же самое время происходит пересмотр методологических оснований всей психологии: ее фундаментом становится диалектический материализм. Исходя из этого, основной функцией психики является отражение в сознании объектов и явлений объективного мира в форме психического образа, позволяющего целесообразно регулировать деятельность субъекта.

В середине XX века начинается широкое как теоретическое, так и практическое исследование образа, как феномена психологии. К исследованию проблематики образа в той или иной степени обращаются такие ученые-

психологи как: С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев, П.Я. Гальперин Б.Г. Ананьев, Н.А. Бернштейн, Л.М. Веккер, Л.С. Выготский, В.П. Зинченко, С.Д. Смирнов и др.

П.Я. Гальперин пишет: «Условимся называть образами все психические отражения, в которых перед субъектом открываются предметы и отношения объективного мира» [15, с.37]. Главное, что связывает образ и оригинал (явление реальности), согласно теории отражения П.Я. Гальперина – это отношение отражения, благодаря которому реальность представлена в сознании субъекта. Однако по-разному решается вопрос о том, какое отражение («интегральное» или «все, всякое» – П.Я. Гальперин) формирует образ. Решение этого вопроса в отечественной психологии является принципиальным, поскольку позволит раскрыть специфику понимания образа.

Одними из первых стали изучаться сенсорно-перцептивные образы, получаемые в процессе восприятия. (Б.Ф. Ломов, Л.М. Веккер и др.) Основная характеристика сенсорно-перцептивного отражения состоит в том, что оно возникает при непосредственном воздействии предметов и их свойств на органы чувств человека и реализуется в реальном масштабе времени. Формирующийся сенсорно-перцептивный образ выступает как «навязанный нашему уму извне» (И.М. Сеченов).

Перцептивные образы являются основой для возникновения более сложных по своей структуре и функциям образов. К ним относятся так называемые вторичные образы (представление, образы памяти, образы воображения). Главной характеристикой вторичных образов является то, что они образуются без непосредственного воздействия объектов реального мира, но путем трансформации чувственных образов, сохранившихся в памяти. При этом структура образа объекта может быть изменена.

Исследованию интегрального образа реальности посвящены работы целого ряда психологов (В.А. Барабанщиков, А.А. Гостев, А.Н. Леонтьев, С.Д.

Смирнов и др.) [28].

Наиболее значительным вкладом в изучение этой проблемы стали последние работы А.Н. Леонтьева, в которых он развивает единую концепцию Образа Мира, «представляющего собой индивидуальную для человека целостную субъективную картину окружающего его мира, опосредованную психическим отражением» [8, с.14]. Образ мира строится на базе чувственных образов, которые, проникая в сферу сознания, трансформируются, приобретая новые характеристики.

Разработка понятия «образ мира» была продолжена С.Д. Смирновым. Образ мира понимается им как некоторая совокупность или упорядоченная система знаний человека о мире, о себе, о других людях и т.д., которая опосредует, преломляет через себя любое внешнее воздействие.

Таким образом, подходы к пониманию категории образа в психологии различны:

- в рамках психоаналитического направления образ впервые становится предметом глубокого теоретического осмысления;

- представители когнитивистского подхода анализируют мысленные образы в контексте фундаментального для этого направления вопроса о принципах и механизмах хранения и воспроизведения информации в памяти (образ является одним из основных способов хранения информации и выполняет связующую функцию между внутренним миром и миром внешних объектов);

- в концепциях отечественных ученых образ предстает как феномен, порождающий и описывающий психическую реальность (образ, с одной стороны, позволяет увидеть специфику процесса отражения на различных уровнях психической организации человека, а с другой это интегральный продукт взаимодействия человека с реальным миром, раскрывающий основные

функции психики).

В результате исследований П.Я. Гальперин приходит к определению категории образа: «ОБРАЗ — результат реконструкции объекта в сознании человека; понятие, являющееся неотъемлемым моментом философского, психологического, социологического и эстетического дискурсов. Анализ построения образа, его функционирования и развития — прерогатива психологии, которая рассматривает его как процесс, играющий важную роль в системе психической регуляции деятельности человека. Образ воплощает в себе сущность психического. В натуралистических вариантах гносеологии образ совпадает с чувственно данными и представлен в ощущениях, восприятиях, представлениях. В чувственно данных образа воспроизводятся внешние свойства, связи, пространственно-временные отношения объектов, которые определяются непосредственным взаимодействием с объектом. Мысленный образ — результат абстрагирующей деятельности субъекта, способ репрезентации объекта субъекту».

Образ политической партии — формируемый в сознании человека мысленный (ментальный) образ воспринимаемого им в окружающей среде идей и действий партии, т.е. результат отражения представлений о партии в сознании человека. Своеобразие образа заключается в том, что он субъективен, идеализирован человеком; он не имеет самостоятельного бытия, а представлен только в сознании человека как отражение реальности. Образ настолько реален насколько он верно отражает объект. Но образ политической партии никогда не исчерпывает всего многообразия ее свойств и отношений: оригинал богаче своей копии как в положительном, так и отрицательном. Одной из особенностей образа политической партии является то, что однажды возникнув, он приобретает устойчивый характер и играет определяющую роль в поведении человека. Он регулирует поведение, осуществляет функции управления действиями.

Оценки восприятия образа политической партии, ее лидера являются

объектом сложной и противоречивой природы. Никто и никогда не сможет поручиться за то, что тот образ, который мы обнаруживаем в сознании респондентов, является подлинным. Иначе говоря, те качества политического лидера, партии которые приписываются ему обществом, могут иметь источник в сознательно вырабатываемых политтехнологами программами, которые предлагаются избирателю и могут быть обозначены как «имидж» кандидата. Ни для кого не секрет, что мастерство политтехнолога как раз и состоит в умении сделать образ своего клиента более привлекательным, чем он есть на самом деле.

По словам К. Макгроу политические репутации являются функцией двух взаимосвязанных процессов - формирования образа и управления образом. Первый из этих процессов относится к конструкции мысленного представления индивида - когнитивной структуры, содержащийся в памяти и состоящей из знаний и убеждений о другом человеке. В сфере политики представление граждан о политиках состоит из выводов не только о тех чертах, на которые указал Н. Макиавелли [46], но и о личных политических свойствах, внешности, манере поведения и т.д. С другой стороны, управление образом имеет отношение к действиям людей по регулированию и контролю информации о себе, того, как они подают себя другим людям. В своей классической книге *Home Style* (1978) Р. Фенно отмечает, что сама презентация является центральным элементом для получения политической поддержки: «Политики верят, что большая часть этой поддержки, которую им оказывают избиратели, получена ими за счет того, что именно они представляют собой как личности. Политики в большей степени, чем другие люди, сознательно пытаются манипулировать тем, какое впечатление они производят» [46, с.94].

Е. Б. Шестопап отмечает, что образы власти отличает, с одной стороны, существенная изменчивость, связанная и с индивидуальными действиями политиков, и с колебаниями общественного мнения, подверженного различным воздействиям, как целенаправленного свойства, так и случайных событий, политических кризисов и массовых настроений. С другой стороны, глубинные

пласты образов отличает известная устойчивость, так как эти пласты, как правило, неосознаваемые людьми, питаются из резервуара коллективных представлений, уходящих своими корнями в глубокие традиции национальной политической культуры.

В начале 90-х годов психологи начали активно применять психосемантические методы в исследованиях политического менталитета. Появились работы, в которых делались попытки создать целостные, комплексные, универсальные модели политического менталитета, а также исследования, где описывалось семантическое пространство отдельных политических сфер (партий, политиков).

Примером первого подхода могут служить исследования А.Г. Шмелева, В.Ф. Петренко, О.В. Митиной. Целью работы А.Г. Шмелева было создание универсального теста социального мировоззрения «как инструмента измерения социально-психологических установок, который был бы по возможности независим от конъюнктуры и давал психологам и политологам более устойчивый измерительный «эталон». Это, как считает автор, «позволило бы осуществлять оперативный мониторинг за изменением социально-психологических установок как определенных групп населения, так и отдельных политических группировок и политических деятелей» [48, с.164].

На протяжении нескольких лет В.Ф. Петренко и О.В. Митиной был проведен ряд психосемантических исследований политического менталитета жителей России и ближнего зарубежья. Их исследование образа политической и экономической реформ в сознании россиян, проведенное в 1994 — 1995 годах — это также пример попытки построить универсальное семантическое пространство, которое охватывало бы многие политические явления и субъекты. Опросник, разработанный авторами специально для этих целей, в качестве объектов содержал различные экономические и политические реалии российской действительности, в числе которых были социальные институты и политические деятели. 53 дескриптора описывали возможные последствия этих политических и экономических событий или деятельности институтов и

лидеров. В ходе данного исследования В.Ф. Петренко и О.В. Митиной удалось выявить шесть факторов, определяющих восприятие политических и экономических реалий российского общества образца 1995 года. Эти факторы следующие: «Демократизация общества — Тоталитаризм», фактор моральной оценки, фактор «Экономической целесообразности — нецелесообразности», фактор «зависимости от развитых стран», фактор «криминальной экономики» и последний, шестой фактор — фактор «Обороноспособности» [37, с. 60].

Попытки реконструкции целостного представления людей о политических реалиях, несомненно, дают много информации и позволяют рассмотреть различные аспекты политического менталитета. Другая серия исследований посвящена отдельным политическим реалиям: партиям и политическим лидерам. Примером анализа отношения к политическим лидерам с применением психосемантических методов могут служить исследования, проведенные Е.Б. Шестопап [47], И.Г. Дубовым и С.Р. Пантлеевым [22].

В.Ф. Петренко и О.В. Митина в своих исследованиях также анализировали частные политические явления, в т.ч. политические партии. При психосемантическом анализе политических партий испытуемыми выступали как сами члены этих партий (исследование 1991 и 1992 годов), так и рядовые избиратели (1992, 1995 год). Исследование 1995 года проводилось непосредственно накануне выборов в парламент. Большинство испытуемых были студенты и военные. В результате факторного анализа было выделено пять факторов: «Тоталитарный изоляционизм, с акцентом на усиление военного потенциала — Ориентация на Запад, экономическая и политическая открытость», «Социально ориентированная экономика — Криминализируемая экономика», «Предсказываемый рейтинг партий», фактор «Субъективных предпочтений» и фактор «Традиционной коммунистической идеологии» [37, с.60]. Часть этих факторов повторилась в вышеописанном исследовании политического менталитета, проведенном в 1997 году.

На основании этого в работе использованы психосемантические методы

для анализа образа политических партий.

1.2 Исследование политических партий в психологии

В самом общем значении слово “партия” (от латинского *partis* – часть) означает организованную группу людей, объединенную общими идеями и интересами. То же относится и к “политической партии”, которая представляет

собой организацию политического характера (что предполагает борьбу за власть), выражает интересы определенного класса или социального слоя, объединяя наиболее активных его представителей в борьбе за достижение поставленных целей.

В различные периоды развития общества партии давались различные определения, зависящие от политического строя, политической ситуации, определяемой остротой общественно-экономической ситуации. Так, в 1906 г. попытку сформулировать понятие “партия” предпринял Ю.О. Мартов. Он отметил, что это “союз людей единомыслящих, ставящих себе одни и те же цели и сговорившихся соединить свои силы для согласованной деятельности в государственной жизни”. По его мнению, политические партии образуются с целью оказать внимание на жизнь государства в условиях, когда “граждане получают возможность заниматься открыто политической деятельностью принимать участие в ведении государственных дел” [30, с.3].

Имея довольно широкий спектр определений политической партии, следует отметить их единство цели – проведение политических реформ посредством прихода к политической власти. По сути, политическая партия является локомотивом определенных идей, определяющих дальнейшее развитие общества. Следует отметить, что эти идеи могут быть как новаторскими с точки зрения развития общества, так и консервативными, реакционными или зачастую спекулятивно-конъюнктурными. Но какими бы не являлись идеи, проповедуемые политическими партиями, они могут быть востребованы или не востребованными обществом. Т.е. абсолютно верно утверждать, что развитие общества в определенные временные интервалы начинает тормозиться существующими политическими условиями, определяющими социальные, экономические, производственные... отношения общества и тогда этим обществом благоприятно принимаются иные, новые условия общества, воплощенные в политические идеи.

Безусловно, в настоящее время можно констатировать факт того, что «в науке предпринимались попытки объединить в единую систему все

многочисленные точки зрения выдающихся мыслителей на политику и партии. Одна из таких попыток принадлежит Roger D. Masters и опубликована под названием «Humannature, nature, and political thought» в книге «Humannatvreinpolitics» [57, с.156].

Однако, создание новых политических учений, как некоторой резюмирующей потребности общества, может произойти тогда, когда общество в своем развитии подойдет к этому. Это довольно продолжительный период времени, растягивающийся на столетия, и в это время на пути развития общества действительно будет происходить «систематическое возрождение в политике одних и тех же идей, каждым новым поколением переформулированных и представленных в обновленном виде, созвучном его времени».

Исходя из сегодняшних реалий в таблице R.Masters наглядно скомпилирована и продемонстрирована совокупность диаметрально противоположных политических теорий, многовековой эволюции человечества. Безусловно, эти теории в соответствии с эпохальными этапами развития общества видоизменялись, трансформировались, что еще более наглядно представлено на примере таблицы R.Masters в векторной форме, как соотношение точек зрения четырех выдающихся теоретиков и промежуточных теорий, представленных другими знаменитыми авторами.

Таблица 1. Векторная форма таблицы R.Masters

Человек от природы социален

Отношения между человеческой природой и обществом

Человек от природы асоциален

Знание допускает
п о н и м а н и е
природы

АРИСТОТЕЛЬ Платон

Сократ

АНТИФОН

Руссо

О т н о ш е н и е
между человеком
и природой

Макиавелли

Знание допускает
к о н т р о л ь н а д
природой

МАРКС

Гегель

Кант

Локк

ГОББС

Итак, основной вывод, который можно сделать заключается в том, что пария не может создаться по одному мановению человека.

Только после появления предпосылок в формировании политической идеи следует ее четкое формулирование человеком политическим с последующей консолидацией широких масс вокруг этой идеи.

С этого момента политическая идея перестает принадлежать ее авторам, она становится достоянием широкой массы единомышленников. Она теперь может ассоциироваться с именами ее авторов, но не может более им принадлежать. Она сплачивает, объединяет людей, имея природные психологические предпосылки, для политической борьбы за власть, посредством которой будут проведены политические реформы, определяющие воплощение политических идей. Теперь можно говорить о рождении такого общественно-политического движения как политическая партия.

Рождение и последующие, до достижения целей, функционирование политической партии, как союза единомышленников с определенными целями, может быть благодатными и успешными, если партия:

1. Располагает интеллектуальным базисом, достаточным для формулирования политической идеи преобразования общества, основанной на имеющихся угрозах в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда» и соответствующей какой-либо классической политической идеи или эволюционным путем измененной классической политической идеи;
2. Имеет целью оптимальным образом устранить имеющиеся угрозы в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда», путем политических преобразований самого общества, отраженных в политической идее партии;
3. Участвует в борьбе за власть, которая достигается только коллективными усилиями, для обеспечения условий осуществления политической цели партии, путем проведения политических реформ общества.

Возвращаясь к скомпилированной R.Masters совокупности диаметрально противоположных политических теорий мы видим их количественную конечность. Учитывая тот факт, что основной отличительной чертой политических партий являются их политические идеи, которые на данный исторический момент развития общества представляют собой по сути, переформулированные и представленные в обновленном виде политические теории выдающихся теоретиков, то естественным образом, напрашивается вывод о количественной конечности типов, видов общественно-политических движений и соответственно политических партий.

А.И. Юрьев отмечает совпадение взглядов с R.Masters и В.А. Ганзена, опубликованных в книгах «Восприятие целостных объектов» и «Системные

описание в психологии», в том, что во всех политических явлениях, во все времена существует общее. А.И. Юрьев используя схемы R.Masters и В.А. Ганзена для системно-психологического описания политики и партий, сохраняя смысл и суть четырехпольной матрицы R.Masters дополняет ее строки и столбцы психологическим содержанием концепции В.А. Ганзена. В результате выстраивается классификация общественно-политических движений, сведенная в следующую таблицу «Классификация общественно-политических движений (ОПД)»:

Таблица 2. Классификация общественно-политических движений (ОПД)

Виды ОПД	II тип ОПД Природная асоциальность человека	I тип ОПД Природная социальность человека
1-й вид ОПД	Группа А: военно-промышленная база	Группа В: социал-демократическая база
Человек может преодолеть природные ограничения, за счет науки, техники и создать партии, политическое общество	1. Военно-спортивные союзы 2. Фронты противостояния, сопротивления 3. Ассоциации профессиональные 4. Научно-промышленные общества	1. Радикальные партии 2. Демократические партии 3. Социалистические партии 4. Транснациональные партии
2-й вид ОПД	Группа Б: дискриминационно-протестантская база	Группа Г: национально-культурная база
Человек не может контролировать природную неизбежность потому, что науке не преодолеть природных ограничений.	5. Партии анархистов 6. Гуманитарные и экологические движения 7. Ветеранские организации и благотворительные фонды 8. Партии дискриминируемых меньшинств	5. Национально-культурные клубы и патриотические организации 6. Клерикальные партии 7. Монархические союзы 8. Культурно-воспитательные общественные движения

Таким образом, количество видов, типов общественно-политических организаций, партий конечно и образует систему: - одного рода; - двух типов; - двух видов; - четырех групп; - 16 классов. В каждом классе может быть неограниченное количество партий, которые при всех демонстрируемых ими отличиях как в политических идеях, программных формулировках достижения этих идей, лозунгах, слоганах, наименованиях, логотипах будут иметь общую

психолого-политическую основу.

Данная классификация для прикладного характера исследований позволяет:

- А) классифицировать все общественно-политические движения и партии;
- Б) определить доминирующую тенденцию в политической активности;
- В) прогнозировать появление на политической арене новых политических партий;
- Г) дать психологическую интерпретацию историческому периоду и политическим явлениям этого периода.

Итак, для того чтобы систематизировать, классифицировать по А.И. Юрьеву политические партии России на данном этапе, для последующего использования результатов в прикладном характере настоящей работы, в т.ч. оценке соответствия образа партии ее же декларируемой сути, следует обратиться к политической идее партии, т.е. изучению политической программы и непосредственно к публичным выступлениям ее лидеров, чтобы описать партии.

Под программой политической партии понимается документ, отражающий основные идеи, выдвигаемые политической партией, включающие оценку текущей ситуации в стране и набор мер, необходимых для достижения идеала. Согласно ст. 22 федерального закона «О политических партиях» от 11 июля 2001 года N 95-ФЗ, «политическая партия должна иметь программу, определяющую принципы деятельности политической партии, ее цели и задачи, а также методы реализации целей и решения задач.»

Политическая идея только тогда способна увлечь за собой рядовых членов общества, если она будет оптимальным образом для него презентована. Это и определяет «разбивание» на части громоздких конструкций политических

идей, определяемых как:

- платформа партии – краткое изложение сути основных положений партийной программы;

- программа – минимум – меры, предлагаемые партией для решения текущих проблем, с выделением первоочередных задач. Часто составляется в форме набора лозунгов;

- программа – максимум – это стратегия партии на перспективу. Ее положения обычно смягчают более жесткие требования программы-минимум.

Но при этом в любой из них первоначально определяется Цель. Попробуем свести в единую таблицу цели партий настоящего времени.

Согласно данным Центризбиркома РФ, Минюста РФ, приведенным в первом выпуске справочного издания «Политические партии в Российской Федерации. 2013 год», в Российской Федерации на 19 июня 2013 года насчитывается 54 политических партий, имеющих право участвовать в выборах и 17 политических партий, не получивших права участвовать в выборах в соответствии с действующим законодательством РФ о выборах. На официальном сайте Центризбиркома РФ приведены, в соответствии с законодательством, основные цели политических партий. Однако, для нашего исследования целесообразнее:

- остановиться на составлении двух таблиц, первой (Таблица 3.), основанной на сути действующих программных документов, и второй (Таблица 4.), основанной на публичных поступках, высказываниях лидеров партий за определенный период;

- составить эти таблицы с наименьшим количеством самых многочисленных партий, т.к. если не их программные документы, то их названия, их лидеры по публичным выступлениям известны многим россиянам.

Самыми многочисленными и известными политическими партиями являются партии, представленные в Государственной Думе Российской Федерации:

всероссийская политическая партия «Единая Россия», количество членов партии: 2009937 членов (по данным Министерства Юстиции РФ <http://minjust.ru/ru/node/824>), количество мест в Государственной Думе РФ: 238 из 450 мест;

политическая партия "Коммунистическая партия Российской Федерации", количество членов партии: 154244 членов (по данным Министерства Юстиции РФ), количество мест в Государственной Думе РФ: 92 из 450 мест;

политическая партия "Либерально-Демократическая Партия России", количество членов партии: 185573 члена (по данным Министерства Юстиции РФ), количество мест в Государственной Думе РФ: 56 из 450 мест;

политическая партия "Справедливая Россия", количество членов партии: 414558 члена (по данным Министерства Юстиции РФ), количество мест в Государственной Думе РФ: 64 из 450 мест.

Данные по количеству мест в Государственной Думе РФ взяты из «Данные Протокола Центральной избирательной комиссии Российской Федерации о результатах выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации шестого созыва», опубликованного в "РГ" - Федеральный выпуск (суббота) №5654 от 10 декабря 2011 г.

Для составления первой таблицы – Таблица 3. составим вспомогательную таблицу в которой приведем фрагменты политических программ, относящихся к фундаментальным основам политических идей, являющихся их характерными признаками: отношение к собственности на средства производства, к использованию наемного труда, к власти, к равноправию граждан, к классам, к

патриотизму, к свободе совести. Изучив детально программные документы «Единой России», «КПРФ», «СР», «ЛДПР» получаем вспомогательную таблицу, которая приведена в Приложении А.

Таблица 4.1 претерпит изменения в отношении классификации политических партий, а также для более четкой дифференциации типов партий потребует введения дополнительно двух «подтипов партий»: «Центристской» и «Социал-демократической».

Исходя из перечня отношений партий, изложенных в политических программах, к собственности на средства производства, к использованию наемного труда, власти, равноправию граждан, классам, патриотизму, свободе совести:

- партия «Единая Россия» относится к типу «Центристская партия» определяемому как идейно-политическая концепция, стремящаяся избегать идеологически обусловленной политической поляризации, а также конфронтационных форм политической борьбы; состояние сознания и деятельности политических сил, характеризующееся умеренными, компромиссными действиями нерадикального, невзрывного характера, основанными на значительной социальной базе, что не будет противоречить и позиции лидеров партии выраженной в программном документе «Россия: сохраним и приумножим», принятому на XI съезде;
- партия «КПРФ» относится к типу «Социалистическая партия», так как обобществление собственности вообще рассматривается как один из самых существенных, «конституирующих» признаков социализма;
- партия «СР» относится к типу «Социал-демократической», допускающей смешанную собственность и стоящей на позиции постепенного «совершенствования капитализма» с целью утверждения социальной справедливости, солидарности и большей свободы;

- партия «ЛДПР» относится к типу «Национально-культурные клубы и патриотические организации» ввиду того, что наряду: с рыночной экономикой и ужесточением контроля государства над ней; равенством всех перед законом; реформированием государственной власти, упраздняющим Совет Федераций и соответственно баланс сдержек и противовесов в законотворчестве, так и упраздняющим административно-территориальное деление по национальному признаку, размывающим самобытность, что ведущую к утрате языка и культуры народов России, весьма гипертрофически поставлена идея «Русского вопроса».

Таблица 3. Классификация политических партий «Единая Россия», «КПРФ», «ЛДПР», «СР», исходя из анализа их программных документов:

Виды ОПД	II тип ОПД Природная асоциальность человека	I тип ОПД Природная социальность человека
1-й вид ОПД	Группа А: военно-промышленная база	Группа В: социал-демократическая база
Человек может преодолеть природные ограничения, за счет науки, техники и создать партии, политическое общество	1. Военно-спортивные союзы	9. Радикальные партии
	2. Фронты противостояния, сопротивления	10 ^А . Центристские партии
		ВСЕРОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ «ЕДИНАЯ РОССИЯ»
		10 ^Б . Социал-демократические партии
	3. Ассоциации профессиональные	11. Социалистические партии
	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»	
	4. Научно-промышленные общества	12. Транснациональные партии
2-й вид ОПД	Группа Б: дискриминационно-протестантская база	Группа Г: национально-культурная база
Человек не может контролировать природную неизбежность потому, что науке не преодолеть природных	5. Партии анархистов	13. Национально-культурные клубы и патриотические организации
		ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ ЛДПР
	6. Гуманитарные и экологические движения	14. Клерикальные партии
	7. Ветеранские организации и благотворительные фонды	15. Монархические союзы

ограничений.

8. Партии дискриминируемых
меньшинств

16. Культурно-воспитательные
общественные движения

Составим Таблицу 4 классификации, основанной на публичных поступках, высказываниях лидеров партий. Проанализировав некоторые политические выступления, сложилось определенное устойчивое мнение о лидерах партий и естественно оно распространилось и на сами партии. Таблица составлена по субъективным восприятиям публичных выступлений лидеров, что будет являться некоторым субъективным образом политической партии. Следует отметить, что большинство людей при знакомстве с публичными выступлениями даже не задумываются о том, как классифицировать речь лидера. Классифицировав партии по их программам и имея субъективное мнение о партиях по некоторым выступлениям их лидеров, можно заключить, что политические партии «Единая Россия», «КПРФ», «СР» не меняют своего положения в классификации., т.е. Таблица 3 и Таблица 4 будут являться полностью идентичными.

Таким образом, в данной работе, как с теоретическими основами политической психологии, так и с программными документами политических партий можно сделать несколько выводов.

1.Современные партии формулируют политическую идею преобразования общества как некоторый количественный набор отдельных, «точечных» идей, отвечающих некоторому набору назревших проблем в обществе. Отдельной проблеме - отдельная «идея». При этом набор таких идей не представляет собой систему.

2. Некоторые нынешние партии в своих названиях, программных документах заявляют о приверженности определенной политической идеи, политической идеологии. Однако при детальном ознакомлении с их программами должно сделать вывод, что это не так. К ним относятся политическая партия ЛДПР, не имеющая ничего общего с либеральным демократизмом хотя бы по тому, что ратует за восстановление государственного планирования в экономике, политическая партия Справедливая Россия,

заявляющая своей идеей социализм и при этом давая ему собственные определения «нового социализма».

3. Публичные действия лидеров партий, зачастую, либо опровергают декларируемые программными документами политические идеи, либо гипертрофируют их. К примеру, публичные выступления В.В. Жириновского по «Русскому вопросу» ведут от патриотизма к национализму.

4. Исходя из вышеизложенного, следует заключить, что только партия «КПРФ» определила, к какому из четырех экстремумов политических теорий, отраженных в таблице R.Masters, она ближе. Партии на текущем этапе развития общества делают попытки видоизменить, трансформировать промежуточные теории.

1.3 Молодежь как объект психологического исследования в политической психологии

С точки зрения психологии возраст обозначает определенную, качественно своеобразную ступень индивидуального развития организма,

обусловливаемую закономерностями формирования организма, условиями жизни, обучения, воспитания и имеющую конкретно-историческое происхождение. Каждому возрасту присущи свои достоинства и недостатки, ограничения и потери. Они и составляют возрастные особенности, то есть то, что отличает один возраст от другого.

Молодежь — это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности к социальной ответственности. Некоторыми учеными молодежь понимается как совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая их льготами, но ограничивая в возможности активного участия в определенных сферах жизни социума. Молодежь в значительной части обладает тем уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья, который выгодно отличает ее от других групп населения.

Выделение молодежи в особую социальную группу носит несколько условный характер. Понятие молодости и возрастных ее границ исторически весьма подвижно и связано с определенными социально-экономическими процессами. Поэтому те, кого в современных условиях называют молодежью, столетие и более назад, таковой не считались. В раннее время возраст молодежи определялся уже 10-12 годами, из-за демографической нестабильности юноши и девушки были равноценны взрослому человеку уже к этому возрасту. А в наше время границы взросления и становления подросли, т.к. в наше время усложнился образ жизни любого человека и общества, это связано с усложнением социальных, политических, производственных и даже межличностных отношений. Это влечет за собой увеличение сроков взросления и обучения человека.

В настоящее время, исходя из биологических особенностей развития организма, обусловливаемых закономерностями формирования организма, социальных условий жизни, обучения, воспитания, молодежь принято делить

на четыре возрастные группы:

1) 14-16 лет - подростки. Это возраст продолжения полового созревания, параллельно которому происходит становление других биологических систем организма. Для этого возраста характерны максимальные диспропорции в уровне и темпах физиологического и психологического развития. Это в основном учащиеся средних школ и профессиональных учебных заведений, находящиеся, как правило, на иждивении родителей или государства.

2) 17-19 лет - юношество. Биологически это период завершения физического созревания, возраст самоопределения - начала самостоятельной профессиональной деятельности или выбора и осуществления качественно новой профессиональной учебы. Начинается разделение жизненных путей юношей и девушек, что в последующем приводит к более глубокой экономической, политической и культурной дифференциации среди них. В этом возрасте начинается процесс социализации - происходит приобретение почти всей полноты гражданских прав, а вместе с тем расширяется диапазон общественно-политических ролей и связанных с ними интересов и ответственности.

3) 20-24 года - собственно молодежь. Человек в этом возрасте, являясь взрослым в физиологическом отношении, продолжает процесс социализации. Эту возрастную группу, прежде всего, составляют студенты и молодые люди, завершающие основную профессиональную подготовку, вступающие в производственную деятельность и создающие собственные семьи.

4) 25-30 лет - старшая молодежь. В этом возрасте на основе личного опыта производственной и семейной жизни, а также участия молодежи в политических отношениях завершается процесс формирования зрелой личности. Молодые люди этого возраста играют роль родителей в собственных семьях. Они уже нашли свой путь в жизни.

В силу социальных, экономических, политических особенностей

сложившихся в России возраст молодежи на законодательном уровне четко не определен. Косвенно Федеральный закон от 28 июня 1995 г. N 98-ФЗ "О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений" в текущей редакции определяет возраст молодежи от 18 до 30 лет.

По определению Организации Объединенных Наций, носящего рекомендательный характер, молодежь это люди в возрасте 15 до 24 лет.

Таким образом, для выполнения настоящей работы необходимо определиться с возрастной категорией, наиболее подходящей для нашего исследования.

Специфичность данного исследования обуславливает наличие у исследуемых достаточного уровня знаний, осмысленного интереса к социально-политической ситуации в стране, обусловленных, в том числе, и наличием прав и обязанностей на непосредственное участие во всех сферах жизни общества. Т.е. молодые люди должны быть способны приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их, т.е. быть дееспособными.

Согласно действующему законодательству России гражданская дееспособность наступает в полном объеме с достижением совершеннолетия, т.е. 18-летнего возраста (ст. 21 Гражданского Кодекса).

Учитывая имеющиеся ограниченные материальные, временные, организационные возможности для проведения соответствующих исследований в рамках нашей работы, ограничимся такой категорией молодежи как студенчество и соответственно 25-летним верхним пределом возраста объекта исследования. Таким образом, объектом нашего исследования будет студенческая молодежь в возрасте от 18 до 25 лет.

Данный возраст, как отмечал Ганзен В.А. [16] является границей

отделяющей прогрессивную и стабильную стадии онтогенеза. Начало этого возрастного периода является пиком общесоматического развития, а также на этом возрастном отрезке завершается формирование высших чувств и самосознания. В этом возрасте человек находится на пороге вступления в самостоятельную жизнь, что связано с резкой сменой внутренней позиции.

К началу интересующего нас возрастного периода человек приобретает так называемое чувство взрослости, на предыдущем этапе являющееся главным новообразованием и отмечаемое практически всеми отечественными авторами, начиная с Л.С. Выготского [13]. Чувство взрослости проявляется ориентацией на ценности предшествующего поколения и отличается, как замечает И.С. Кон, противоречивым характером [25]. С одной стороны, исключительно значимы ценности, принятые в группе сверстников, с другой стороны, впервые появляется возможность формирования собственной непротиворечивой ценностной системы, определяющейся развитием способности к критической переоценке принципов внешней, «взрослой» морали. Осознание несоответствия провозглашаемых родителями и даже обществом в целом нравственных принципов реальной действительности проявляется в их критике и идеализации морали своего поколения.

К 18 годам окончательно складываются предпосылки для реального выполнения системой ценностных ориентаций всех своих регулятивных функций. По мнению В. Франкла [45], привилегией молодых людей является демонстрация своей взрослости, прежде всего тем, что они ставят под сомнение смысл жизни, и этой привилегией они активно пользуются. В молодежной среде чувство утраты смысла жизни, как правило, связанное с утратами традиций, по словам В. Франкла, порождает интенсивное распространение ощущения бессмысленности. Кроме того, происходит постепенный переход от воспитания к самовоспитанию, от объекта воспитания к субъекту воспитания и проявляется во многих феноменах умственной и моральной активности человека. Самосознание в этот возрастной период приобретает качественно

специфический характер, определяемый необходимостью оценить особенности своей личности с учетом конкретных устремлений. Завершается формирование высших чувств, составляющих особую группу, в которых заключено все богатство эмоциональных отношений человека к социальной действительности. Усвоение определенной системы общественных норм и принципов переходит в сложную гамму нравственных и моральных чувств. Конечно, развитие высших чувств не является линейным процессом. Их уровень и содержание теснейшим образом связаны с индивидуально-личностными свойствами человека, включая его самосознание. Существенным моментом данного процесса является принятие ценностей своей культуры и своей семьи. Соотнесение вневременных и вне культурных общечеловеческих ценностей, таких как добро, любовь, истина, справедливость со своим «Я», своими действиями и поступками, с конкретными ценностями своего существования, сформированными под влиянием социального окружения и реализация их в повседневной жизни есть нравственное становление человека.

Таким образом, возрастные границы интересующего нас периода – это 18 - 25 лет – период, когда происходит активное построение собственного образа жизни, связанного с изменением социального статуса, усвоением профессиональных навыков и включением во все виды социальной активности.

Стоит также обратить внимание, что именно студенческая молодежь отличается социальной гибкостью и восприимчивостью к новым политическим идеям и идеалам и за счет этого обладает особой политико-культурной значимостью в обществе. Кроме того, молодежь как социально-демографическая группа представляет один из главных капиталов общества, от инновационного, творческого и трудового участия которого напрямую зависит жизнеспособность государства.

1.4 Психологические аспекты и основные концепции политического поведения

Аспекты политического поведения на сегодняшний день изучаются в рамках различных дисциплин, таких как политология, социальная психология, политическая социологии, политическая экономика и политическая психология. Существует множество подходов для изучения данного феномена.

Первоначальные основы концепций политического поведения изложены в работах известных мыслителей эпохи античности и возрождения, где были описаны свойства человека у власти, отношения личности к политике. В следствии этого, данную концепцию рассмотрим начиная с анализа предпосылок ее возникновения.

Политическое поведение человека интересовало философов еще с древности. Древнегреческие философы употребили термин «участие», чтобы охарактеризовать политические процессы. Определяя понятие «гражданин», Аристотель подчеркивал основополагающую роль его участия в политике, как в форме «властвования», так и в форме «подчинения» (Аристотель, 1983).

В период Античности участие в политике толковалось не с точки зрения интересов личности, а как основа развития государства. Тем не менее в этом период появились первые предпосылки психологических оснований политического поведения. Трактовав феномен массового политического поведения Аристотель описывал природу массовых беспорядков, направленных на свержение властей. В этот же период Демосфен описывает разные виды политического поведения, присущие двум типам масс «податливым эмоциям» и «податливым разуму», и предлагает разные методы управления для этих типов общества (Ольшанский Д.В., 2001).

Далее политическое поведение было подвергнуто изучению в период Возрождения. Особый интерес к данной теме был связан с зарождением демократии в Европе. Одной из самых известных работ того времени является труд Н. Макиавелли «Государь». Он изучал политическое поведение с позиции категории власти. Им был выдвинут идеал государства как института принуждения, для совершения порядка и сдерживания человеческой природы (Макиавелли Н., 1982).

В эпоху Просвещения концепцией политического поведения занимались такие философы как Т. Гоббс, Дж. Локк, Ж.Ж. Руссо. Они рассматривали данную концепцию как вспомогательное средство для достижения политического лидерства. Одним из главных примеров того времени является

теория общественного договора. Она подразумевает собой договор между обществом и властью для достижения государственных интересов.

Т.Гоббс считал, что политическое поведение человека зависит от баланса между стремлением к власти ради достижения основных удовольствий и природным страхом, присущим каждому человеку (Алмонд Г., 1999). Из чего следует, что политическое поведение исходя из данной теории сводится к следованию законам и правилам во имя всеобщего блага.

В это же время французский мыслитель

Ш.Л. Монтескье описывал конкретные проявления массового политического поведения, а так же взаимного заражения в толпе (Монтескье Ш.Л., 1955). По его мнению в основе политического поведения лежат разные политические чувства: добродетель, честь и страх. Республике соответствует добродетель, монархическое общество основано на чести, а деспотизм связан с преобладанием чувства страха.

К концу XIX в. происходит смещение акцента в политической мысли. Начинается активное изучение политического поведения масс, появляются концепции, которые принято считать непосредственными предшественниками современных политико-психологических работ. Французский ученый Г. Лебон обратился к проблеме массового политического поведения и написал ряд работ: «Психология народов и масс» и «Психология толпы». Так же в этот период были написаны работы С. Сигеле, Г. Тарда и Н.К. Михайловского. Основной характеристикой работ данного периода является негативная оценка массового поведения (Алмонд Г., 1999).

В начале XX в. имели огромную роль политические и социологические концепции. Макс Вебер характеризует политику как профессиональную деятельность. В Паретто раскрывает концепцию круговорота элит, акцентируя внимание на человеческих чувствах в политической системе. Карл Маркс пишет о социальных основаниях политического поведения. Но особую роль

сыграла полемика между психоаналитической теорией и бихевиоризмом, развернувшаяся в XX веке.

Последователи психоаналитической теории начинают говорить о компенсаторной природе политического поведения. Эту идею развивал и представитель чикагской школы Г.Д. Лассуэлл, которого принято считать основателем политической психологии. Им была предложена идея о том, что стремление к власти является средством для компенсации депривации. По мнению Г.Д. Лассуэлла (2005), низкая самооценка может приводить к проявлению «защитных реакций», заключающихся в потребности доминировании над другими людьми, и именно это является основной мотивацией политического поведения. Описывая категорию «Политический человек», Лассуэлл пришел к выводу о том, что в основе участия человека в политических процессах лежит способность направить личные мотивы на общественный объект посредством их рационализации. За время своей работы Лассуэлл опубликовал множество работ, в которых описал психологические основы политического поведения, методы исследования массовых коммуникативных процессов, результаты первых лабораторных экспериментов, направленных на изучение влияния физиологических, эмоциональных и когнитивных процессов на различные аспекты политического поведения.

Особое развитие проблема политического поведения получила во время расцвета бихевиоризма в XX веке. Сам термин «политическое поведение» введен в рамках психологии бихевиоризма, направленной на изучение «наблюдаемого поведения». Политическое поведение, по мнению психологов этой школы, подчиняется общей формуле: S - R (стимул – реакция). Ученые данного направления полностью исключали субъективные компоненты политического поведения, рассматривая его лишь как ответную реакцию на изменение среды (Шестопап Е.Б., 2002). Смягчили жесткую модель поведения представители школы социального научения, включив в нее ряд промежуточных переменных (установки, мнения, убеждения). Шагом вперед было и включение в анализ политического поведения его содержательных

компонентов, ценностей, которые усваивает индивид в процессе получения жизненного опыта.

В структуре политического поведения есть масса промежуточных факторов. Благодаря концепции деятельности Г. В. Суходольского (2008) А.И. Юрьев (1992) выявил уровни политических явлений политическая деятельность, политическая работа, политическое поведение и политическая активность. Политическая деятельность в данном подходе понимается как «физическая и психическая активность человека, регулируемая сознательной целью» [51, с.24]. По мнению А.И. Юрьева политическое поведение это создание жизненных ресурсов.

Итак, к настоящему моменту сформировано несколько основных моделей поведения. Можно выделить наиболее важные признаки политического поведения, исходя из различных теорий. К ним относятся связь политического поведения с политической системой, осуществление политического поведения в виде политического участия, рассмотрение политического действия как единицы его проявления. На основании этих признаков можно рассмотреть поведение как взаимодействие личности с политической системой, выражающееся в определенной форме политического участия, и проявляющаяся в различных политических действиях, или политическом бездействии.

Глава 2. Эмпирическое исследование образа политических партий у студенческой молодежи

2.1. Организация эмпирического исследования образа политических партий у студенческой молодежи.

Цель: дать психологическое описание образа политических партий и соотнести его с политическим поведением студенческой молодежи.

Предмет – образ политической партии; медиакомпетентность;

политическое поведение; политические представления.

Объектом исследования данной работы является студенческая молодежь Санкт-Петербурга, в возрасте от 18 до 25 лет.

Гипотеза: - политические выборы сказываются на политическом поведении студентов, а именно, накануне показатели активности политического поведения более выражены, нежели сразу после них.

- как реальный, так и «идеальный» образ партии оказывает влияние на электоральное поведение молодежи.

Задачи:

- Провести обзор отечественной и зарубежной психологической литературы об образе политической партии и методах его исследования.
- Выявить взаимосвязь образа политических партий и политического поведения молодежи.
- Проанализировать сходства и различия в проявлении политического поведения до и после выборов.
- Сравнить образ политической партии, представленный в сознании студентов в период политических выборов и между ними.
- Определить взаимосвязь политического поведения и сложившейся степени медиакомпетентности молодежи.

Методы:

1. Анкета для определения степени медиакомпетентности, составленная на основе трех компонентов медиакомпетентности (когнитивного, аффективного, операционального), выделенных в результате анализа теоретических данных. (К.К. Бакулева)
2. Методика определения форм и активности политического поведения. (К.К. Бакулева).
3. Анкета для выявления философских и инструментальных представлений о природе политики, составленная на основе метода операционального

кодирования (George A., 1969)

4. Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С. Дейнека, М.А. Соловьева)

5. Авторская анкета: «Узнаваемость партий»

2.2. Методики исследования и их обоснование.

Было проведено анкетирование 200 молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет, за две недели до выборов в Государственную Думу (100 человек) и сразу после (100 человек). Анкетирование проводилось с целью дифференциации представлений и политического поведения молодежи в период до и после выборов. А также с целью определения взаимосвязи политического поведения и медиакомпетентности у респондентов.

Анкетирование проводилось анонимно, в сети Интернет с использованием приложения опросных форм Google: «docs.google.com/» с 00 час. 00 мин. 04.09.2017 по 00 час. 00 мин. 02.10.2017.

Анкета для выявления философских и инструментальных представлений о природе политики, составленная на основе метода операционального кодирования (George A., 1969).

Анкета включает девять закрытых и два открытых вопроса, предполагающих полный развернутый ответ. Так как каждый из девяти вопросов анкеты посвящен отдельному виду политических представлений, показатели вносятся в таблицу общих данных без дополнительной обработки, и выступают как номинативные переменные. (Приложение Б)

Анкета для определения степени медиакомпетентности.

Анкета включает в себя три части. В каждой части – восемь утверждений. За каждый ответ можно получить от 0 до 3 баллов. Таким образом, значения по каждой шкале варьируются от 0 до 24, а суммарные показатели по анкете - от 0 до 72. Вопросы анкеты направлены на изучение степени эмоциональной вовлеченности при восприятии медиа сообщений, склонности к анализу и собственной интерпретации медиа информации, знаний об особенностях работы СМИ, а также частоты контактов со СМИ..

(Приложение В)

Методика определения форм и активности политического поведения.

Анкета включает три части. Каждая часть измеряет степень выраженность одной из форм политического поведения. Формы политического поведения, измеряемые в анкете: электоральное поведение, виртуальное политическое поведение, реальное политическое поведение. Общий показатель анкеты отражает активность политического поведения. В анкета семнадцать вопросов с четырьмя вариантами ответа. За ответ на каждый вопрос начисляется от 0 до 3 баллов. Суммарный показатель активности политического поведения варьируется от 0 до 51 балла. (Приложение Г)

Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С. Дейнека, М.А. Соловьева).

Позволяет сконструировать и выявить образ современной и идеальной политической партии в представлении респондентов. Подчеркнем, что образ партии является значимой составляющей мировоззрения гражданина. Он формируется в процессе социализации, трансформируется под влиянием социально-политических преобразований и влияет на политическое поведение человека. Формирование образа – это активный процесс, в ходе которого содержание образа обогащается, уточняется и корректируется. Кроме того, образ политической партии выполняет инструментальную функцию адаптации человека к жизни в конкретном государстве. (Приложение Д)

Авторская анкета «Узнаваемость партий».

Была создана для того, чтобы наглядно продемонстрировать, насколько студенческая молодежь осведомлена в программах и целях политических партий Российской Федерации.

Респондентам было предложено соотнести цели политических партий с их названиями. Были представлены только четыре партии, представленные в Государственной Думе. (Приложение Ж)

Глава 3. Эмпирическое исследование образа политических партий у студенческой молодежи

3.1. Анализ первичных статистик исследования и их обсуждение

3.1.1. Узнаваемость партий

Методика «Узнаваемость партий», проведенная среди студентов СПбГУ до начала выборов (рис.1), показала, что максимально приближенное соответствие целей относится к партии КПРФ (70%). Следующей партией по узнаваемости целей представлена ЛДПР (57%). Партии Справедливая Россия и

Единая Россия набрали наименьший процент правильных ответов (37% и 48%). Иная картина наблюдается в выборке, представленной студентами, которые проходили опрос после выборов (рис.2). На первом месте также остается КПРФ (76%), а далее уже следует с небольшим отрывом Единая Россия (72%), чуть меньше процентов набрала партия ЛДПР (59%) и на последнем месте оказалась Справедливая Россия (48%).

Рис.1 Узнаваемость основных целей политических партий студентами до проведения выборов

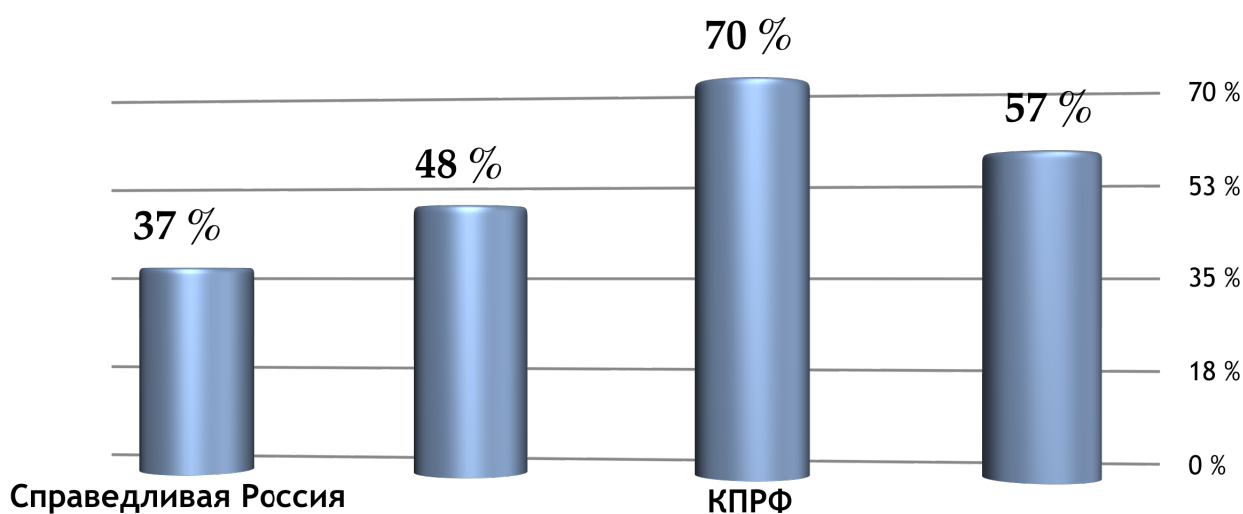
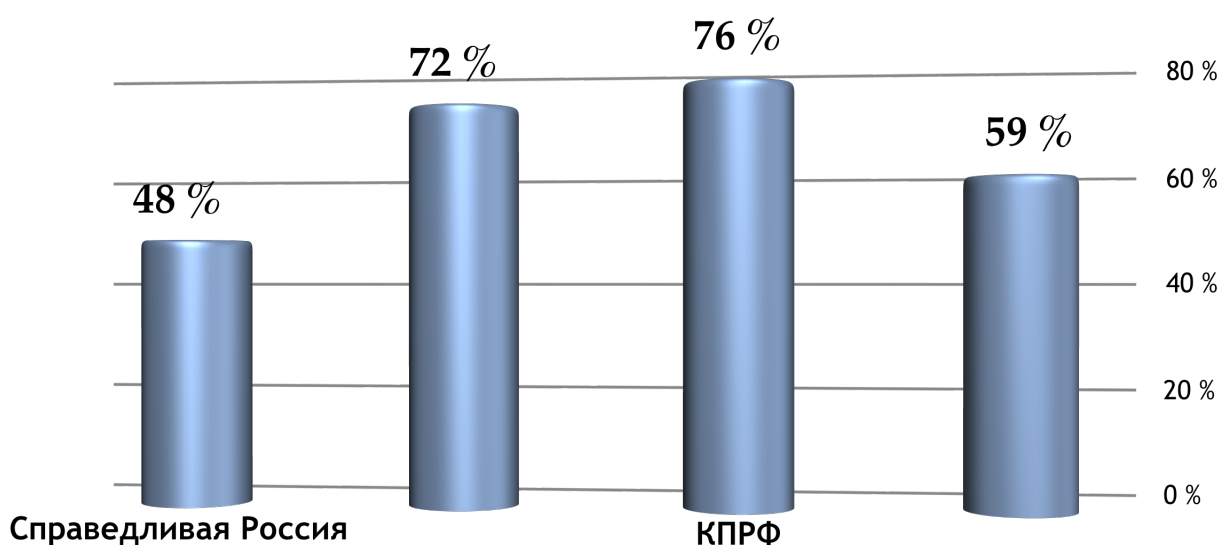


Рис.2 Узнаваемость основных целей политических партий студентами после проведения выборов



Если сравнивать результаты двух выборок, то можно заметить, что до проведения выборов процент правильных ответов ниже, нежели после их

проведения. Из этого может следовать то, что по истечению действия предвыборных кампаний студенты лучше стали разбираться в целях, преследуемых партиями.

Достоверность различий узнаваемости партий была проверена критерием U Манна Уитни:

Таблица 4. Различия узнаваемости партий по критерию Манна Уитни

Статистики критерия^а

	Ср	Ед	КПРФ	ЛДПР
Статистика U Манна-Уитни	4450,000	3800,000	4700,000	4900,000
Статистика W Уилкоксона	9500,000	8850,000	9750,000	9950,000
Z	-1,569	-3,455	-,953	-,286
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	,117	,001	,340	,775

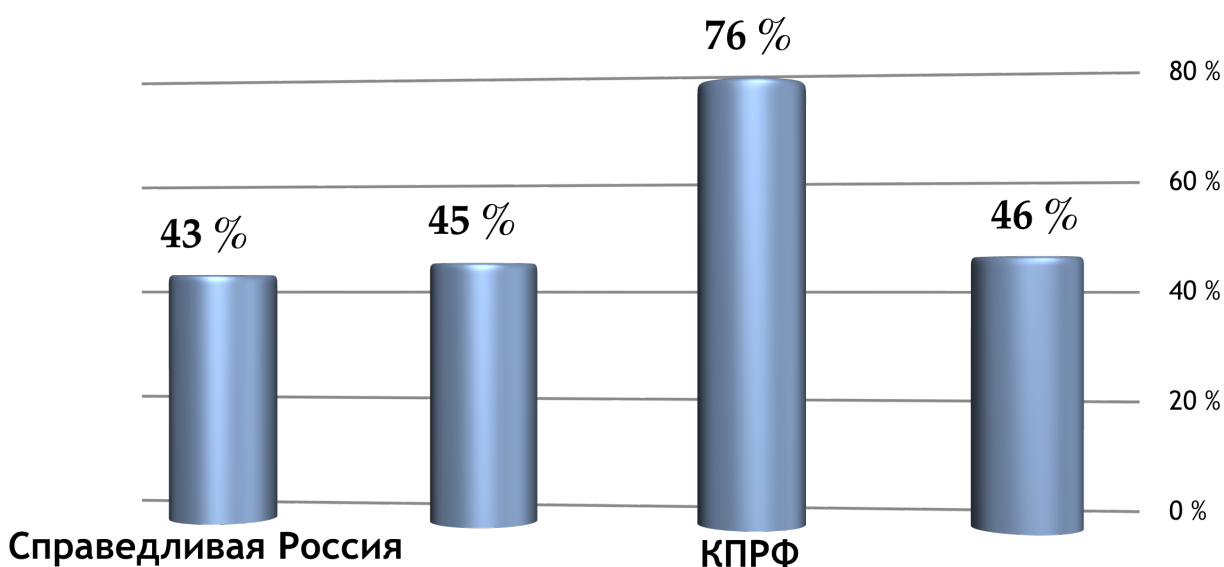
а. Группирующая переменная: V1

Из данной таблицы мы видим, что асимптотическая значимость меньше 0,05 только для партии Единая Россия, что говорит о наличии значимых различий до и после выборов. В отношении к остальным партиям асимптотическая значимость больше 0,05, соответственно различия не наблюдаются.

Что касается партийных программ, то практически единогласно были правильно определены цели партии КПРФ, что может говорить об адекватном образе партии, сформировавшемся у молодежи, в отличии от других партий.

Тем не менее, если взять данные, полученные в период «между» выборами в 2014 году (рис.3), то можно увидеть, что тогда процент правильных ответов был значительно ниже. Из этого можно сделать вывод о том, что интерес к политическим партиям возрастает непосредственно в предвыборный период.

Рис.3 Узнаваемость основных целей политических партий студентами в 2014г.



3.1.2. Общая характеристика представлений избирателей о природе политики

Представления избирателей о природе политики изложены в таблицах 5 и 6. Для их изучения был проведен опрос, состоящий из 9 закрытых вопросов и двух открытых.

По данным, которые мы видим в таблице 5, можно сказать, что большинство опрошенных считают, что политическую ситуацию возможно контролировать, так как политическое будущее по своей природе предсказуемо и со временем необходимо внесение изменений в политическую стратегию, возможно с применением рискованных действий. Также респонденты отметили роль командной работы в сфере политики.

Однако при ответе на вопросы о роли случая в политике и ведущем средстве достижения политических целей респонденты не проявили подобного единогласия. Более трети респондентов полагают, что в осуществлении политического процесса велика роль случая. На наш взгляд, данный факт крайне важен при изучении активности политического поведения. Можно предположить, что избиратели, в представлении которых политические явления

могут быть случайными, не проявят активного политического поведения, так как посчитают это нецелесообразным.

Таблица 5. Распределение представлений избирателей о природе политики до выборов

Представление А	Оценка по шкале			Представление Б
	1-2	3	4-5	
Политике присущ конфликт	64%	15%	21%	Политике присуще сотрудничество
Достижение политических целей в современной политике возможно	59%	20%	21%	Достижение политических целей в современной политике невозможно
Политическое будущее по своей природе предсказуемо	60%	10%	30%	Политическое будущее по своей природе непредсказуемо
Политическую ситуацию возможно контролировать	71%	10%	19%	Политическую ситуацию невозможно контролировать
Роль случая в политике велика	45%	16%	39%	Роль случая в политике невелика
Ведущим средством достижения политических целей является подавление	46%	10%	44%	Ведущим средством достижения политических целей является взаимодействие
Рискованные действия при осуществлении политики допустимы	67%	9%	24%	Рискованные действия при осуществлении политики недопустимы
Политическая стратегия со временем должна изменяться	87%	8%	5%	Политическая стратегия должна оставаться неизменной
Политика является сферой командной работы	82%	9%	9%	Политика является сферой индивидуальной работы

По данным, которые были собраны после проведения выборов и

представлены в таблице 6, можно сказать, что значимых различий не наблюдается. За исключением того, что в после выборный период респонденты предпочли ведущим средством достижения политических целей - взаимодействие.

Таблица 6. Распределение представлений избирателей о природе политики после выборов

Представление А	Оценка по шкале			Представление Б
	1-2	3	4-5	
Политике присущ конфликт	59%	13%	28%	Политике присуще сотрудничество
Достижение политических целей в современной политике возможно	78%	6%	16%	Достижение политических целей в современной политике невозможно
Политическое будущее по своей природе предсказуемо	56%	18%	26%	Политическое будущее по своей природе непредсказуемо
Политическую ситуацию возможно контролировать	70%	15%	15%	Политическую ситуацию невозможно контролировать
Роль случая в политике велика	51%	16%	33%	Роль случая в политике невелика
Ведущим средством достижения политических целей является подавление	27%	11%	62%	Ведущим средством достижения политических целей является взаимодействие
Рискованные действия при осуществлении политики допустимы	74%	8%	18%	Рискованные действия при осуществлении политики недопустимы
Политическая стратегия со временем должна изменяться	87%	7%	6%	Политическая стратегия должна оставаться неизменной
Политика является сферой командной работы	87%	3%	10%	Политика является сферой индивидуальной работы

3.1.3. Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С.Дейнека, М.А.Соловьева)

Обсудим результаты методики «Семантический дифференциал» (СД).

Таблица 7. Основные статистики данных методики СД в отношении идеальной российской политической партии перед выборами.

Характеристики политической партии (дескрипторы СД) -1 -2 -3 0 1 2 3	М	σ
АМОРАЛЬНАЯ-МОРАЛЬНАЯ	1,06	1,52
НЕРИШИТЕЛЬНАЯ-РЕШИТЕЛЬНАЯ	1,67	1,5

ВНЕПРАВОВАЯ-ПРАВОВАЯ	1,83	1,55
БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ-ОТВЕТСТВЕННАЯ	2,03	1,52
ПРИНУЖДАЮЩАЯ-СТИМУЛИРУЮЩАЯ	1,3	1,67
ОПАСНАЯ-БЕЗОПАСНАЯ	1,56	1,53
НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ-ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ	2,06	1,5
РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ-СОЗИДАТЕЛЬНАЯ	1,65	1,6
ТОТАЛИТАРНАЯ-ДЕМАКРАТИЧЕСКАЯ	1,25	1,6
ЧУЖАЯ-РОДНАЯ	1,68	1,46
ОТСТАЛАЯ-ПРОГРЕССИВНАЯ	1,93	1,41
НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ-КОНТРОЛИРУЮЩАЯ	0,93	1,48
НЕСПОКОЙНАЯ-СПОКОЙНАЯ	1,13	1,45
ВРАЖДЕБНАЯ-ДРУЖЕСТВЕННАЯ	1,49	1,45
ЗАВИСИМАЯ-САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ	1,78	1,48
ЗАПРЕЩАЮЩАЯ-РАЗРЕШАЮЩАЯ	0,6	1,29
НЕСПРАВЕДЛИВАЯ-СПРАВЕДЛИВАЯ	1,75	1,53
БЕСПЕРСПЕКТИВНАЯ-ПЕРСПЕКТИВНАЯ	1,95	1,55
УБЫТОЧНАЯ-ПРИБЫЛЬНАЯ	1,31	1,44
НЕГУМАННАЯ-ГУМАННАЯ	1,76	1,37

Таблица 8. Основные статистики данных методики СД в отношении реальной российской политической партии перед выборами.

Характеристики политической партии (дескрипторы СД) -1 -2 -3 0 1 2 3	М	σ
АМОРАЛЬНАЯ-МОРАЛЬНАЯ	0,01	1,54
НЕРЕШИТЕЛЬНАЯ-РЕШИТЕЛЬНАЯ	0,38	1,68
ВНЕПРАВОВАЯ-ПРАВОВАЯ	0,34	1,56
БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ-ОТВЕТСТВЕННАЯ	0,02	1,42
ПРИНУЖДАЮЩАЯ-СТИМУЛИРУЮЩАЯ	-0,33	1,32
ОПАСНАЯ-БЕЗОПАСНАЯ	0,47	1,32

НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ-ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ	-0,17	1,51
РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ-СОЗИДАТЕЛЬНАЯ	-0,05	1,46
ТОТАЛИТАРНАЯ-ДЕМАКРАТИЧЕСКАЯ	-0,14	1,29
ЧУЖАЯ-РОДНАЯ	0,08	1,5
ОТСТАЛАЯ-ПРОГРЕССИВНАЯ	0,16	1,5
НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ-КОНТРОЛИРУЮЩАЯ	0,81	1,58
НЕСПОКОЙНАЯ-СПОКОЙНАЯ	0,58	1,57
ВРАЖДЕБНАЯ-ДРУЖЕСТВЕННАЯ	0,27	1,4
ЗАВИСИМАЯ-САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ	0,26	1,54
ЗАПРЕЩАЮЩАЯ-РАЗРЕШАЮЩАЯ	-0,24	1,23
НЕСПРАВЕДЛИВАЯ-СПРАВЕДЛИВАЯ	-0,21	1,38
БЕСПЕРСПЕКТИВНАЯ-ПЕРСПЕКТИВНАЯ	-0,21	1,6
УБЫТОЧНАЯ-ПРИБЫЛЬНАЯ	0,21	1,43
НЕГУМАННАЯ-ГУМАННАЯ	0,05	1,4

Как мы видим из таблицы 8, образ реальной политической партии у студенческой молодежи скорее негативный. Молодые граждане нашей страны считают, что политическая партия скорее «аморальна» ($M=0,01$; $\sigma=1,54$), «безответственная» ($M=0,02$; $\sigma=1,42$), «несправедливая» ($M=-0,21$; $\sigma=1,38$) и «принуждающая» ($M=-0,33$; $\sigma=1,32$) и «запрещающая» ($M=-0,24$; $\sigma=1,23$), «бесперспективная» ($M=-0,21$; $\sigma=1,6$), «тоталитарная» ($M=-0,14$; $\sigma=1,29$), «разрушительная» ($M=-0,05$; $\sigma=1,46$) и «не заслуживающая доверия» ($M=-0,17$; $\sigma=1,51$). Выявленный образ является причиной слабой активности студенческой молодежи и подтверждает необходимость реабилитации политической партии в восприятии молодых российских граждан.

Таблица 9. Основные статистики данных методики СД в отношении идеальной российской политической партии после выборов.

Характеристики политической партии (дескрипторы СД) -1 -2 -3 0 1 2 3	M	σ
--	---	----------

АМОРАЛЬНАЯ-МОРАЛЬНАЯ	1,5	1,3
НЕРИШИТЕЛЬНАЯ-РЕШИТЕЛЬНАЯ	2,13	1,16
ВНЕПРАВОВАЯ-ПРАВОВАЯ	2,38	1,02
БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ-ОТВЕТСТВЕННАЯ	2,51	0,94
ПРИНУЖДАЮЩАЯ-СТИМУЛИРУЮЩАЯ	1,71	1,43
ОПАСНАЯ-БЕЗОПАСНАЯ	1,72	1,44
НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ-ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ	2,5	0,81
РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ-СОЗИДАТЕЛЬНАЯ	1,8	1,31
ТОТАЛИТАРНАЯ-ДЕМАКРАТИЧЕСКАЯ	1,61	1,49
ЧУЖАЯ-РОДНАЯ	1,55	1,24
ОТСТАЛАЯ-ПРОГРЕССИВНАЯ	2,21	1,13
НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ-КОНТРОЛИРУЮЩАЯ	1	1,47
НЕСПОКОЙНАЯ-СПОКОЙНАЯ	1,28	1,28
ВРАЖДЕБНАЯ-ДРУЖЕСТВЕННАЯ	1,68	1,28
ЗАВИСИМАЯ-САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ	1,92	1,23
ЗАПРЕЩАЮЩАЯ-РАЗРЕШАЮЩАЯ	0,74	1,37
НЕСПРАВЕДЛИВАЯ-СПРАВЕДЛИВАЯ	1,89	1,29
БЕСПЕРСПЕКТИВНАЯ-ПЕРСПЕКТИВНАЯ	2,43	1,03
УБЫТОЧНАЯ-ПРИБЫЛЬНАЯ	1,25	1,33
НЕГУМАННАЯ-ГУМАННАЯ	1,97	1,27

Исходя из показателей, у испытуемых, которые отвечали после выборов образ «идеальной» партии сформирован более положительно.

Таблица 10. Основные статистики данных методики СД в отношении реальной российской политической партии после выборов.

Характеристики политической партии (дескрипторы СД) -1 -2 -3 0 1 2 3	М	σ
АМОРАЛЬНАЯ-МОРАЛЬНАЯ	0,1	1,43
НЕРИШИТЕЛЬНАЯ-РЕШИТЕЛЬНАЯ	0,71	1,66
ВНЕПРАВОВАЯ-ПРАВОВАЯ	0,47	1,63
БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ-ОТВЕТСТВЕННАЯ	0,24	1,69

ПРИНУЖДАЮЩАЯ-СТИМУЛИРУЮЩАЯ	-0,1	1,67
ОПАСНАЯ-БЕЗОПАСНАЯ	0,63	1,64
НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ-ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ	-0,14	1,7
РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ-СОЗИДАТЕЛЬНАЯ	0,17	1,44
ТОТАЛИТАРНАЯ-ДЕМАКРАТИЧЕСКАЯ	0,34	1,57
ЧУЖАЯ-РОДНАЯ	0,26	1,61
ОТСТАЛАЯ-ПРОГРЕССИВНАЯ	0,24	1,52
НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ-КОНТРОЛИРУЮЩАЯ	0,93	1,49
НЕСПОКОЙНАЯ-СПОКОЙНАЯ	0,17	1,41
ВРАЖДЕБНАЯ-ДРУЖЕСТВЕННАЯ	0,4	1,47
ЗАВИСИМАЯ-САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ	0,12	1,71
ЗАПРЕЩАЮЩАЯ-РАЗРЕШАЮЩАЯ	0,17	1,44
НЕСПРАВЕДЛИВАЯ-СПРАВЕДЛИВАЯ	-0,01	1,42
БЕСПЕРСПЕКТИВНАЯ-ПЕРСПЕКТИВНАЯ	0,01	1,66
УБЫТОЧНАЯ-ПРИБЫЛЬНАЯ	0,42	1,56
НЕГУМАННАЯ-ГУМАННАЯ	0,34	1,47

По итоговым данным образ реальной политической партии «до/после» выборов не отличается, что было проверено сравнением средних по t-критерию (Приложение К.). Все параметры схожи. В следствии этого, можно сделать вывод, что предвыборные кампании и проведение самих выборов не отразились на образе политической партии, представленные в сознании молодежи.

Ожидаемо, что традиционно идеальный образ политической партии позитивнее, нежели реальный. Соответственно возможность восприятия положительного образа молодежью предполагает ее возможную включенность в деятельность партии.

3.1.4. Формы и активность политического поведения

Данная анкета предполагает рассмотрение трех форм политического поведения: «электорального поведения (участие в выборном голосовании), виртуального политического поведения (актуализация различных аспектов политической жизни в медиасреде) и реального политического поведения (прямое политическое действие, в том числе участие в митингах, шествиях, обращение в органы власти и др.)»[4, с.28].

Таблица 11. Средние значения показателей активности политического поведения до и после выборов

	Электоральное	Виртуальное	Реальное	Показатель активности
До выборов	7,34	10,59	8,72	26,65

П о с л е выборов	7,89	12,89	10,27	31,1
----------------------	------	-------	-------	------

Исходя из данной таблицы видно, что в обоих случаях на первом месте – виртуальное политическое поведение, на втором – реальное и на третьем – электоральное. Показатель общей активности после выборов выше, нежели до их проведения.

Достоверность различий до и после выборов проверена t-критерием Стьюдента для независимых выборок. Приложение Л.

По данным статистической обработки не наблюдается значимых различий в группах до и после выборов в отношении электорального поведения, так как двухсторонняя значимость превышает 0,05. Показатели виртуального, реального политического поведения и общей политической активности до и после выборов отличаются, что свидетельствует об изменении политического поведения у студентов. По прошествии выборов респонденты стали проявлять больший интерес к политической жизни страны.

Медиатизация политики, виртуальная форма организации политических событий, виртуальные формы политической коммуникации и киберпротест свидетельствует о том, что Интернет является новой средой политической активности (Бушуев Д.В., 2012; Блохин И.Н., 2013; Анисимова Т.В., Самуйлова И.А., 2015). Причем, зачастую, виртуальное политическое поведение молодежи оторвано от реальных политических действий. [4, с.28]. На данный момент особенности виртуального политического поведения, как сами и причины виртуализации политической жизни, недостаточно изучены, а электоральное поведение у молодежи имеет такие низкие показатели.

3.1.5. Медиакомпетентность студенческой молодежи

В данной анкете рассматриваются три компонента медиакомпетентности:

- «1) аффективный, включающий в себя особенности восприятия медиа, степень эмоциональной вовлеченности при взаимодействии с медиа и мотивы контактов со СМИ;
- 2) когнитивный, включающий в себя способность анализировать, интерпретировать и оценивать предлагаемую в СМИ информацию, а также знания об особенностях работы СМИ;
- 3) операциональный, определяющийся в умении искать выбирать, обсуждать и применять необходимую информацию, а также в частоте контактов со СМИ.» [6, с.17]

Таблица 12. Средние значения медиакомпетентности студенческой молодежи до и после выборов

	Когнитивный	Аффективный	Операциональн й	Показатель активности
До выборов	16,45	13,42	11,78	41,65
П о с л е выборов	17,74	13,8	13,02	44,56

Исходя из данной таблицы видно, что в обоих случаях на первом месте – когнитивный компонент, на втором – аффективный и на третьем – операциональный. Общий показатель медиакомпетентности после выборов выше, нежели до их проведения.

Достоверность различий до и после выборов проверена t-критерием Стьюдента для независимых выборок. Приложение М.

По данным статистической обработки не наблюдается значимых различий в группах до и после выборов по отношению ко всем компонентам медиакомпетентности, так как двухсторонняя значимость превышает 0,05. Следовательно, проведение выборов никак не отразилось на медиакомпетентности студенческой молодежи.

3.2. Анализ данных, выявленных параметров образов политических партий и политического поведения студенческой молодежи

3.2.1. Медиакомпетентность как фактор политического поведения молодежи

Для изучения межгрупповых различий в уровне медиакомпетентности и политического поведения использовался однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA). Приложение Н.

По результатам анализа статистически значимые различия наблюдаются по всем показателям за исключением аффективного компонента медиакомпетентности и электорального поведения. При этом показатели у группы респондентов опрошенных до выборов ниже, нежели у респондентов, которые заполняли анкеты после них. Это говорит о том, что

заинтересованность студентов и соответственно их политическое поведение отличается в зависимости от времени выборов в Государственную Думу.

Для исследования о взаимосвязи уровня медиакомпетентности студентов и активности их политического поведения проведен корреляционный анализ полученных данных. Результаты представлены в таблице 13.

Таблица 13. Взаимосвязь медиакомпетентности избирателей и уровня активности их политического поведения

Формы и общая активность полит. поведения	Показатели и общий уровень медиакомпетентности			
	Когнитивн. компонент	Аффективн. компонент	Операционн. компонент	Медиакомпетентность
Электоральное поведение	0,185**	0,104	0,098	0,162*
Виртуальное полит. поведение	0,498**	0,421**	0,440**	0,564**
Реальные полит. действия	0,506**	0,389**	0,399**	0,537**
Активность полит. поведения	0,510**	0,394**	0,404**	0,543**

Результаты, представленные в таблице 13, свидетельствует о том, что существует статистически значимая взаимосвязь между уровнем медиакомпетентности студентов и активностью их политического поведения. Более того, практически каждый из трех показателей медиакомпетентности связан с активностью всех трех форм политического поведения. За исключением аффективного и операционального компонента с электоральным поведением, где значимых взаимосвязей не было обнаружено. Аффективный компонент отвечает за эмоциональную восприимчивость человеком средств массовой информации, а операциональный отвечает за способность искать и фильтровать информацию. Но, тем не менее, это никак не отразилось на электоральном поведении. Возможно, это связано с тем, что для непосредственного участия в выборах избиратели исходят из предоставляемой

им информации, которую они анализируют и интерпретируют благодаря когнитивному компоненту.

Следовательно, чем выше уровень медиакомпетентности молодежи, тем более активно их политическое поведение. Студенты, которые эмоционально вовлекаются при медиавосприятии, которые склонны анализировать, сравнивать, запоминать, обсуждать и применять полученную медиа информацию, более активно участвуют в политической жизни страны, чем те избиратели, которые к этому не склонны.

В дополнении к данному анализу были отобраны 40 человек с более высокими оценками по уровню медиакомпетентности и 40 человек с низкими. Это было сделано для того, чтобы посмотреть, снижается ли уровень политической активности у людей с низким уровнем медиакомпетентности или нет. Для этого был проведен корреляционный анализ.

Таблица 14. Взаимосвязь медиакомпетентности избирателей с низким показателем и уровнем активности их политического поведения

Формы и общая активность полит. поведения	Показатели и общий уровень медиакомпетентности			
	Когнитивн. компонент	Аффективн. компонент	Операционн. компонент	Медиакомпетентность
Электоральное поведение	0,266	-0,147	0,160	0,151
Виртуальное полит. поведение	0,283	-0,065	0,483**	0,377*
Реальные полит. действия	0,277	0,083	0,491**	0,464*

Активность полит. поведения	0,336*	-0,055	0,457**	0,400*
-----------------------------	--------	--------	---------	--------

Таблица 15. Взаимосвязь медиакомпетентности избирателей с высоким показателем и уровнем активности их политического поведения

Формы и общая активность полит. поведения	Показатели и общий уровень медиакомпетентности			
	Когнитивн. компонент	Аффективн. компонент	Операционн. компонент	Медиакомпетентность
Электоральное поведение	-0,041	0,176	-0,202	-0,056
Виртуальное полит. поведение	0,198	0,143	0,071	0,332*
Реальные полит. действия	0,127	0,040	-0,216	-0,034
Активность полит. поведения	0,115	0,150	-0,160	0,087

Из приведенных таблиц видно, что у людей с низкими оценками уровня медиакомпетентности обнаружилось больше взаимосвязей с общей активностью политического поведения, нежели у людей с высокими показателями. Группа с более выраженным уровнем медиакомпетентности не обнаружена значимая взаимосвязь с формами политического поведения, из чего следует, что их осведомленность, умение владеть информацией, фильтровать и эмоционально вовлекаться в нее не влияет на их политическую активность.

3.2.2. Результаты факторного анализа данных, полученных с помощью методики семантического дифференциала.

Факторный анализ вопросов анкет семантического пространства об отношении группы студентов, опрошенных до выборов к «идеальной» политической партии (Приложение П).

Корреляционная матрица двадцати переменных была подвергнута

процедуре анализа по методу главных компонент. В соответствии с полученными и сведенными в таблицу «Объясненная совокупная дисперсия» результатами были извлечены два фактора с собственными значениями больше единицы, которые были отобраны также и на основании «Графика собственных значений». Эти факторы подверглись вращению по методу варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошло за три итерации.

Фактор 1 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (46,2%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами таких переменных как: гуманная, демократическая, стимулирующая, созидательная, перспективная, вызывающая доверие, прогрессивная, безопасная, дружелюбная, справедливая прибыльная, разрешающая, правовая, родная, ответственная, спокойная, самостоятельная.

Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как успешная – неблагополучная.

Фактор 2 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (26,4%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: вызывающая доверие, прогрессивная, родная, ответственная, самостоятельная, моральная, контролирующая. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как ответственная – безответственная.

Таким образом, при 72,6% суммарной информативности отношение группы студентов к «идеальной» политической партии связано со следующими категориями:

- в первую очередь - успешная;
- во вторую - ответственная;

Факторный анализ вопросов анкет семантического пространства об отношении группы студентов, опрошенных после выборов к «идеальной»

политической партии. (Приложение П).

Корреляционная матрица двадцати переменных была подвергнута процедуре анализа по методу главных компонент. В соответствии с полученными и сведенными в таблицу «Объясненная совокупная дисперсия» результатами были извлечены два фактора с собственными значениями больше единицы, которые так же соответствуют «Графику собственных значений». Эти факторы подверглись вращению по методу варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за три итерации.

Фактор 1 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (38,5%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: созидательная, перспективная, вызывающая доверие, прогрессивная, дружелюбная, справедливая, прибыльная, правовая, родная, ответственная, спокойная, контролирующая, решительная, самостоятельная, моральная, правовая. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как решительная – нерешительная.

Фактор 2 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (30,9%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: ответственная, справедливая, правовая, созидательная, дружелюбная, стимулирующая, демократическая, гуманные, разрешающая, безопасная. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как успешная – неблагополучная.

Таким образом, при 69,4% суммарной информативности отношение группы студентов к «идеальной» политической партии связано со следующими категориями:

- в первую очередь - решительная;
- во вторую - успешная;

Факторный анализ вопросов анкет семантического пространства об

отношении группы студентов, опрошенных до выборов к «реальной» политической партии. (Приложение П).

Корреляционная матрица двадцати переменных была подвергнута процедуре анализа по методу главных компонент. В соответствии с полученными и сведенными в таблицу «Объясненная совокупная дисперсия» результатами были извлечены три факторов с собственными значениями больше единицы, которые также были отобраны на основании «Графика собственных значений». Эти факторы подверглись вращению по методу варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошлось за семь итераций.

Фактор 1 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (32,5%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: гуманная, стимулирующая, демократичная, созидательная, вызывающая доверие, дружелюбная, справедливая, безопасная, правовая, родная, спокойная, моральная, разрешающая, ответственная. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как доверительная – враждебная.

Фактор 2 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (29,5%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: созидательная, справедливая, ответственная, разрешающая, перспективная, самостоятельная, прогрессивная, прибыльная, родная, моральная, вызывающая доверие, решительная. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как созидательная – разрушающая.

Фактор 3 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (8,7%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: решительная, контролирующая, спокойная. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных: нерешительная, неконтролирующая, беспокойная. Этот фактор может быть идентифицирован как управляемая - неуправляемая.

Таким образом, при 70,7% суммарной информативности отношение группы студентов к реальной политической партии связано со следующими категориями:

- в первую очередь - доверительная;
- во вторую - созидательная;
- в третью - управляемая;

Факторный анализ вопросов анкет семантического пространства об отношении группы студентов, опрошенных после выборов к реальной политической партии. (Приложение П).

Корреляционная матрица двадцати переменных была подвергнута процедуре анализа по методу главных компонент. В соответствии с полученными и сведенными в таблицу «Объясненная совокупная дисперсия» результатами были извлечены три фактора с собственными значениями больше единицы, из которых также отобраны три на основании «Графика собственных значений». Эти факторы подверглись вращению по методу варимакс с нормализацией Кайзера. Вращение сошло за семь итераций.

Фактор 1 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (31,7%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: демократическая, правовая, справедливая, разрешающая, безопасная, стимулирующая, дружественная, созидательная, гуманная, прогрессивная, моральная, но в то же время не контролирующая. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как демократическая – тоталитарная.

Фактор 2 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (27,6%). Его положительный полюс определяется положительными полюсами переменных: созидательная, перспективная, прогрессивная, родная, решительная, вызывающая доверие, ответственная, прибыльная, самостоятельная. Отрицательный полюс этого фактора определяется

противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как ответственная – безответственная.

Фактор 3 имеет наибольший вес или наибольшую информативность (8,7%). Его положительный полюс определяется как положительными так и отрицательными полюсами переменных: контролирующая, спокойная, но в тоже время тоталитарная, принуждающая, запрещающая, отсталая. Отрицательный полюс этого фактора определяется противоположными полюсами указанных переменных. Этот фактор может быть идентифицирован как принуждающая – безответственная.

Таким образом, при 68 % суммарной информативности отношение группы студентов к реальной политической партии связано со следующими категориями:

- в первую очередь - демократическая;
- во вторую - ответственная.
- в третью - принуждающая;

Таблица 16. Категории ассоциаций у студентов психологов и политологов по отношению к партиям

	До выборов	После выборов
Идеальная политическая партия	Успешная; Ответственная.	Решительная; Успешная.

Реальная политическая партия	Доверительная; Созидательная; Управляемая.	Демократическая; Ответственная; Принуждающая.
------------------------------	--	---

Различия в ассоциациях, эмоциональных реакциях в отношении политических «идеальных» партий незначительны. В частности, ассоциативная категория «успешная» с акцентом на «экономическую самодостаточность» обусловлена, идеализированным представлением о политических у респондентов. При этом ассоциация «ответственность» определена симбиозом дилетантским знанием вопроса с естественным, элементарным чувством справедливости.

Что касается различий в ассоциациях, эмоциональных реакциях в отношении реальных политических партий, то они так же незначительны, хотя опрошенные студенты после выборов охарактеризовали «реальную» партию слегка в «не хорошем» свете. Это детерминированы публичной деятельностью и поведением непосредственно членов партий и освещением их деятельности средствами массовой информации.

Можно сделать вывод о том, что факторный анализ семантического дифференциала выявил незначительные различия в ассоциациях студентов в периоды до и после выборов, что в свою очередь определяет отсутствие предопределенности основанной на временном периоде.

3.2.3. Взаимосвязь образа партий и политического поведения молодежи

Для изучения межгрупповых взаимосвязей образа партий и политического поведения молодежи использовался корреляционный анализ.

Таблица 17. Значимые взаимосвязи идеального образа партий и

ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДО ВЫБОРОВ.

		электоральное	виртуальное	реальное	активность
не/решит	Корреляция Пирсона	,173	,217**	,156	,233**
	Знч.(2-сторон)	,085	,030	,120	,020
		100	100	100	100
прин/стимулир	Корреляция Пирсона	,144	,208**	-,028	,128
	Знч.(2-сторон)	,152	,038	,779	,204
		100	100	100	100
чуж/родн	Корреляция Пирсона	,178	,220**	-,115	,104
	Знч.(2-сторон)	,076	,028	,253	,303
		100	100	100	100
враждебн/друж	Корреляция Пирсона	,085	,210**	-,082	,080
	Знч.(2-сторон)	,401	,036	,417	,427
		100	100	100	100
завис/самост	Корреляция Пирсона	,135	,230**	,026	,158
	Знч.(2-сторон)	,181	,022	,799	,118
		99	99	99	99
бес/перспектив	Корреляция Пирсона	,137	,037	-,208**	-,033
	Знч.(2-сторон)	,173	,713	,038	,744
		100	100	100	100
у б ы т о ч н / прибольш	Корреляция Пирсона	,002	-,067	-,294**	-,170
	Знч.(2-сторон)	,981	,507	,003	,092
		100	100	100	100

Из представленной таблицы, мы видим, что электоральное поведение не имеет значимых взаимосвязей с идеальным образом партии, т.е. сформированный образ никак не сказывается на решении идти на выборы. Чем образ идеальной партии решительнее, самостоятельнее, дружелюбнее, роднее, а также более стимулирующий, тем более проявлялось виртуальное политическое поведение респондентов. Реальное поведение тем активнее, чем, по мнению респондентов, бесперспективнее и убыточнее партия. Это может быть связано с тем, что негативный образ побуждает молодежь к изменениям в партийной деятельности. Общий показатель активность непосредственно связан со степенью решительности партии.

Таблица 18. Значимые взаимосвязи реального образа партий и политического поведения до выборов.

		электоральное	виртуальное	реальное	активность
вне/правовая	Корреляция Пирсона	,287**	,131	,061	,193
	Знч.(2-сторон)	,004	,195	,545	,054
		100	100	100	100
без/ответствен	Корреляция Пирсона	,206**	-,029	,015	,073
	Знч.(2-сторон)	,040	,771	,885	,469
		100	100	100	100
прин/стимулир	Корреляция Пирсона	,278**	,105	,127	,211**
	Знч.(2-сторон)	,005	,299	,209	,035
		100	100	100	100
опасн/безопасн	Корреляция Пирсона	,077	,258**	,212**	,240**
	Знч.(2-сторон)	,447	,010	,034	,016
		100	100	100	100
не/доверие	Корреляция Пирсона	,216**	,013	,043	,108
	Знч.(2-сторон)	,031	,899	,671	,284
		100	100	100	100
р а з р у ш / созидат	Корреляция Пирсона	,269**	,042	,091	,164
	Знч.(2-сторон)	,007	,681	,370	,104
		100	100	100	100
не/спокойн	Корреляция Пирсона	,245**	,203**	,174	,262**
	Знч.(2-сторон)	,014	,043	,083	,008
		100	100	100	100

Рассматривая значимые взаимосвязи реального образа партий и политического поведения до выборов, представленных в таблице 18, мы видим значимые взаимосвязи электорального политического поведения с такими характеристиками образа партий как: правовая, ответственная, стимулирующая, вызывающая доверие, созидательная, спокойная. Соответственно, чем самодостаточнее сформирован образ реальной партии, тем значительнее присутствует электоральное поведение. Виртуальное поведение характеризуется безопасностью и спокойствием политической партии. Реальное поведение также связано со сложившимся безопасным образом политической партии. Общая активность политического поведения напрямую зависит от

спокойствия, безопасности и образа стимулирующей партии.

Данные, полученные после проведения выборов – не отличаются. Это связано с тем, что измеренный семантическим дифференциалом реальный и идеальный образ политической партии до и после выборов не отличается, что было статистически проверено.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что реальный образ партии отражается на политическом поведении как до так и после выборов, при этом в большей степени он влияет на электоральное поведение респондентов. Что нельзя сказать об образе «идеальной» партии. Сформировавшееся представление об «идеальной» партии никак не влияет на электоральное поведение молодежи и в целом отражают слабую политическую активность. Это может быть связано с тем, что реальный образ (более негативный, нежели «идеальный») в большей степени подталкивает молодежь к реальным действиям.

ВЫВОДЫ

- Выявлены взаимосвязи политического поведения студенческой молодежи с реальным образом партии. Представления об идеальной партии не связаны с политическим поведением молодежи. Гипотеза относительно влияния образа партии на политическое поведение подтвердилась лишь частично. Только реальный образ влияет на электоральное поведение молодежи.
- Выявлено, что образы реальной и «идеальной» политической партии не совпадают. Представления молодых людей о политической партии будущего связано с такими понятиями как: «решительная», «стимулирующая», «созидательная», «демократическая», «самостоятельная», «гуманная» партия. Этими факторами характеризуется образ социально-политического будущего для представителей студенческой молодежи и в этих политических ожиданиях они вполне единодушны.
- Факторный анализ выявил незначительные различия в ассоциациях связанных с политическими партиями у студентов в периоды до и после выборов, что в свою очередь говорит о стабильности таких ассоциаций образа независимо от политических кампаний.
- Проведение выборов не сказывается на образе политических партий, т.к. отсутствуют различия в ассоциациях студентов в описаниях реальной и идеальной партии до и после выборов.
- По результатам сравнительного анализа соотнесение целей и партии до и после выборов определено, что по истечению действия предвыборных кампаний студенты лучше стали разбираться в целях, преследуемых партиями. При этом, сравнивая данные с 2014 годом, можно отметить, что тогда процент правильных ответов был значительно ниже.
- Медиакомпетентность молодежи взаимосвязана с их политическое поведением. Студенты, которые эмоционально вовлекаются при медиавосприятии, которые склонны анализировать, сравнивать, запоминать, обсуждать и применять полученную медиа информацию, более активно

участвуют в политической жизни страны, чем те избиратели, которые к этому не склонны. Вместе с тем, у людей с крайними значениями по уровню медиакомпетентности не обнаружены взаимосвязи с формами политического поведения, из чего следует, что их осведомленность, умение владеть информацией, фильтровать её, не связаны с их политической активностью.

Психолого-политическая роль политических партий заключается в конструировании и транслировании значимых для общества социально-политических идеалов, идей и ценностей, а также формирование соответствующих им убеждений у определенной части населения. Обратим внимание, что именно студенческая молодежь отличается социальной гибкостью и восприимчивостью к новым политическим идеям и идеалам и за счет этого обладает особой политико-культурной значимостью в обществе. Кроме того, молодежь как социально-демографическая группа представляет один из главных капиталов общества, от инновационного, творческого и трудового участия которого напрямую зависит жизнеспособность государства.

Как показывает исторический опыт, молодежь всегда стремилась к активной политической жизни. К примеру, в дни февральской революции в выступлениях приняло участие не менее 30 тысяч студентов. А после революции 1917 г. в России был создан коммунистический интернационал молодежи.

Таким образом, проведенное эмпирическое исследование взаимосвязи образа политической партии и политического поведения молодежи актуально.

В процессе работы дано психологическое описание образа политических партий у студенческой молодежи. Проанализирована взаимосвязь образа партии и политического поведения молодежи. Проведено сравнение узнаваемости политических партий в разные временные промежутки. Выявлены и проанализированы представления избирателей о природе политики. Описан образ современной и «идеальной» политической партии в представлении респондентов до и после проведения выборов. Изучены межгрупповые различия уровня медиакомпетентности и политического поведения молодежи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анисимова О.В. Социально-психологический анализ проблемы абсентеизма / О.В. Анисимова // Ученые записки Педагогического института Саратовского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского. Серия: Психология. Педагогика. 2009. – Том 2. – № 1 (5). – С. 41–46.
2. Анисимова О.В. Социально-психологические факторы предрасположенности личности к отказу от политического выбора: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Анисимова Ольга Викторовна – Саратов, 2010. – 22с.
3. Анисимова Т.В. Политическая психология. Методические указания. СПб., 1992.
4. Бакулева К. К. Когнитивные аспекты политического поведения избирателей: дис. ... кандидата психологических наук: 19.00.12 /Санкт-Петербург, 2016. - 169 с.
5. Бакулева К.К. Медиакомпетентность избирателей как фактор политической культуры// Ананьевские чтения – 2012. Психология образования в современном мире: материалы научной конференции, 2012. – С. 466-468.
6. Бакулева К.К. Психологические аспекты изучения политической медиакомпетентности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. 2014 № 3
7. Бальсун К.Ю. Электоральное поведение в избирательном процессе современной России: автореф. дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02/ Бальсун Константин Юрьевич – Ставрополь, 2009. – 28с.
8. Батыгин Г. С. , Девятко И. Ф. Миф о «качественной социологии» // Социологический журнал. 1994. № 2.

9. Блинов Н.М., Ожегов Ю. П., ШерегиФ.Э. Политическая культура и молодежь. М., 1982.
10. Василик М.А. Политология: учебник для вузов/ М.А. Василик. – М.: Гардарики. 2004. – 580 с.
11. Вебер В. Портфолио медиаграмотности / В. Вебер // Информатика и образование. 2002. – N 8. – С.46–52.
12. Вещеникин С.Н. Особенности применения метода операционального кодирования для диагностики убеждений политических лидеров: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.12 / Вещеникин Сергей Николаевич. – СПб., 2012. – 21 с.
13. Выготский Л.С. Развитие высших психических функций. – М., 1960.
14. Гаджиев К. С. Политология. Учебник для вузов. М.: Логос, 2001.
15. Гальперин П.Я. Психология как объективная наука". Избранные труды. Москва-Воронеж.2003.480 с.
16. Ганзен В.А. Системные описания в психологии. — Л., 1984.
17. Ганзен В.А., ГоловейЛ.А. К системному описанию онтогенеза человека
18. Гозман Л.Я., Эткинд А.М. Метафоры или реальность? Психологический анализ советской истории // Вопросы философии. – 1991. №3.
19. Гостев А.А. Проблема вторичных образов в психологии/ А.А. Гостев // Психологический журнал. 2012. Том 33. № 4. – С. 17 – 26.
20. Гребенникова О.В. Особенности социальных представлений современных российских подростков [Электронный ресурс] / Гребенникова О.В. // Психологические исследования: электронный научный журнал. 2010. N2(10). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 16.09.2015).
21. Дейнека О.С. Позитивное отношение к государству как латентный фактор электоральной активности / О.С. Дейнека //Выборы в Российской Федерации. СПб.: Норма. 2002. – С. 72–73
22. Дубов И.Г., Пантилеев С.Р. Восприятие личности политического лидера // Психологический журнал 1992 г. № 6.

23. Ионова А.А. Политико-психологические аспекты электорального поведения в политических системах: теоретико-методологический анализ: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.01/ Ионова Анастасия Александровна. – М., 2011. – 24с.
24. Ирхин Ю.В. Психология и политика. М., 1993.
25. Кон И.С. Жизненный путь как предмет междисциплинарного исследования. / Психология личности в трудах отечественных психологов. / Сост. общая ред. Л.В. Куликова. СПб., 2001.
26. Кон И. С. Молодежь // БСЭ. 3-е изд. - М., 1974. - Т. 16. - С.478.
27. Куликов Л.В. Социально-психологические аспекты влияния СМИ на сознание/ Л.В. Куликов // Вестник СПбГУ. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2011. Вып. 1.– С. 3–12.
28. Левикова С.И. Молодежная культура. М.: Вузовская книга, 2002.
29. Линейцева К.С. К вопросу о моделях электорального поведения российских избирателей/ К.С. Линейцева // Молодой ученый. 2013. №3. – С. 366–368.
30. Мартов Л. Политические партии в России. 2-е изд. М., 1917.
31. Наследов А.Д. IBM SPSS Statistics 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных/ А.Д. Наследов. – СПб.: Питер. 2013. – 416 с.
32. Общая психология: Учебно - методическое пособие / Под общ. Ред. М.В. Гамезо. – 2-е изд. – М.: Ось-89, 2008. – 352 с.
33. Одайник В. Психология политики. СПб.: Ювента, 1996.
34. Олесич Н.Я. Господин студент Императорского Санкт-Петербургского Университета. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
35. Ольшанский Д.В. Политико-психологический словарь/ Д.В. Ольшанский. – М.: Академический проект, 2002. – 576 с.
36. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Учебное пособие для вузов/ Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург, 2001. – 496 с.

37. Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания М., 1997
38. Пушкарева Г.В. Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного подхода: автореф. дис. ... докт. психол. наук: 23.00.01/ Пушкарева Галина Викторовна. – М., 2004. – 41 с.
39. Самуйлова И.А. Установки студенческой молодежи Санкт-Петербурга по отношению к выборам в России как фактор их политического участия/ И.А. Самуйлова // Петербургский психологический журнал. №2. 2013. – С. 1–14.
40. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник/ А.Л. Свенцицкий. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 336 с.
41. Свешникова Н.О. Актуальные проблемы и возможности исследования образа государства в политической психологии/ Н.О. Свешникова // Вестник СПбГУ. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2011. Вып. 1. – С. 166–174.
42. Солсо, Р.Л. Когнитивная психология. – М.: Тривола, 1996. – 598 с., 1996.
43. Социология молодежи / Под ред. В.Т. Лисовского. – СПб., 1996.
44. Федотова В.Г. Анархия и порядок // Избранная социально-философская публицистика. – М.
45. Франкл В. Человек в поисках смысла / Ред. Л.Я. Гозмана и Д.А. Леонтьева. – М.: Прогресс, 1990.
46. Шестопал Е.Б. Политическая психология, М 2011, с. 311]
47. Шестопал Е.Б. Оценка гражданами личности лидера// Полис 1997 № 6
48. Шмелев А.Г. Психология политического противостояния: тест социального мировоззрения // Психологический журнал 1992, № 5.
49. Шульц Д. История современной психологии– СПб. : Евразия , 2002. – 533 с.
50. Юнг К.Г - Алхимия снов. Четыре архетипа

51. Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1992.
52. Bandura A. Social cognitive theory of mass communication// Media effects: Advances in theory and research. 1994. pp. 61-90.
53. Baran S.J. Introduction to Mass Communication. Boston; New York: McGraw Hill, 2002. – 535p.
54. Easton D. The analysis of political structure. New York: Routledge, 1990. – 252p.
55. George A. The «Operational Code»: A Neglected Approach to the Study of Political Leaders and Decision-Making // International Studies Quarterly. Vol. 13, 1969, pp. 190–222.
56. McPhee W.N., Smith R.B., Ferguson J. A theory of informal social influence // Formal theories of mass behavior / Ed. by W.N. McPhee. New York: Free Press, 1963. pp. 74–103.
57. Roger d. Masters “Human nature, nature, and political thought”/Yale University, 1989

Приложение А.

Вспомогательная таблица с фрагментами политических программ.

Идеальная политическая партия

Идеальная политическая партия (идеальная с точки зрения психологического анализа понимания политической партии как производной от психологических феноменов, природных психологических предпосылок) отвечает требованиям:

1. Располагает интеллектуальным базисом, достаточным для формулирования политической идеи преобразования общества, основанной на имеющихся угрозах в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда» и соответствующей какой-либо классической политической идеи или эволюционным путем измененной классической политической идеи;
2. Имеет целью оптимальным образом устранить имеющиеся угрозы в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда», путем политических преобразований самого общества, отраженных в политической идее партии;
3. Участвует в борьбе за власть, которая достигается только коллективными усилиями, для обеспечения условий осуществления политической цели партии, путем проведения политических реформ общества.

Ее абстрактно-визуальное восприятие определим как:



Реальная политическая партия

Реальная легитимная политическая партия функционирует:

1. Презентует собственную политическую идею преобразования общества, которая очевидно должна быть заимствована из классических политических идей или являться их эволюционным изменением и отвечать психологическим потребностям «духовного ряда» определенной части общества в текущий период общественно-политических отношений посредством:
 - а) сформулированных Программе партии целей и задач;
 - б) проведения общественно-значимых мероприятий;
 - в) пропаганды в СМ И и коммуникационных сетях;
 - г) названия партии, визуализации в логотипе партии...;
 - д) публичных выступлений руководства партии.
2. Демонстративно, оптимальным образом устраняет имеющиеся угрозы в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда» посредством:
 - а) формулирования действий по политическим преобразованиям самого общества в Программе партии;
 - б) проведения общественно-значимых мероприятий, в т.ч. непосредственным участием в законотворчестве.
- 3) участвует в выборной компании, применяя определенные методы, технологии...

Ее абстрактно-визуальное восприятие определим как:

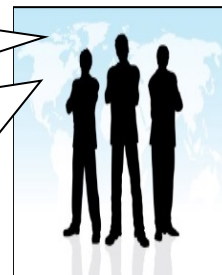


Образ политической партии

Образ политической партии как восприятие конкретных совершенных фактических событий при:

1. Презентации собственной политической идеи преобразования общества, которая должна быть конгруэнтна классическим политическим идеям и быть востребованной, актуальной посредством:
 - а) сформулированных Программе партии целей и задач;
 - б) проведения общественно-значимых мероприятий;
 - в) пропаганды в СМ И и коммуникационных сетях;
 - г) названия партии, визуализации в логотипе партии...;
 - д) публичных выступлений руководства партии.
2. Демонстративно, оптимальным образом устранении имеющихся угроз в удовлетворении обществом его естественных психологических потребностей «духовного ряда» посредством:
 - а) формулирования действий по политическим преобразованиям самого общества в Программе партии;
 - б) проведения общественно-значимых мероприятий, в т.ч. непосредственным участием в законотворчестве.
- 3) Участии в выборной компании, применении определенных методов, технологий...

Ее абстрактно-визуальное восприятие определим как:



природе политики, составленная на основе метода операционального

кодирования (George A., 1969).

Инструкция. Далее на странице представлен ряд утверждений и вопросов,

которые раскрывают природу такого явления как политика. Внимательно прочитайте каждое из них и выберите один вариант ответа, соответствующий Вашим представлениям и пониманию данного явления. Там, где имеется специальное поле дайте развернутый ответ на вопрос (3-5 предложений). Ни один ответ в данной анкете не оценивается как правильный, или неправильный.

1. Что в большей степени присуще политике?

- А. Конфликт
- Б. Скорее конфликт
- В. Затрудняюсь ответить
- Г. Скорее сотрудничество
- Д. Сотрудничество

2. Возможно ли реальное достижение политических целей в современной политике?

- А. Возможно
- Б. Скорее возможно
- В. Затрудняюсь ответить
- Г. Скорее невозможно
- Д. Невозможно

3. Политическое будущее по своей природе

- А. Предсказуемо
- Б. Скорее возможно
- В. Затрудняюсь ответить
- Г. Скорее невозможно
- Д. Непредсказуемо

4. Политическую ситуацию

- А. Всегда возможно контролировать
- Б. Чаще возможно контролировать
- В. Затрудняюсь ответить
- Г. Чаще невозможно контролировать
- Д. Невозможно контролировать

5. Насколько велика роль случая в политике

- А. Высокая (Случай определяет все)
- Б. Скорее высокая
- В. Затрудняюсь ответить
- Г. Скорее низкая
- Д. Низкая (Случай не определяет ничего)

Открытый вопрос: Что из себя представляет мир политики? Какова природа политических процессов и явлений? Какие цели и ценности первичны для политики?

6. Ведущее средство достижения политических целей – это
- А. Подавление
 - Б. Скорее подавление
 - В. Затрудняюсь ответить
 - Г. Скорее взаимодействие
 - Д. Взаимодействие
8. Допустимы ли рискованные действия при осуществлении политики?
- А. Допустимы
 - Б. Скорее допустимы
 - В. Затрудняюсь ответить
 - Г. Скорее недопустимы
 - Д. Недопустимы
9. Политическая стратегия со временем
- А. Должна изменяться
 - Б. Скорее должна изменяться
 - В. Затрудняюсь ответить
 - Г. Скорее должна оставаться неизменной
 - Д. Должна оставаться неизменной
10. Политика является сферой
- А. Командной работы
 - Б. Скорее командной работы
 - В. Затрудняюсь ответить
 - Г. Скорее индивидуальной деятельности
 - Д. Индивидуальной деятельности

Открытый вопрос: Как наиболее эффективно реализовать политические цели? Какая стратегия в политике наиболее эффективна?

Приложение В.

Анкета для определения степени медиакомпетентности.

Инструкция: Уважаемые участники исследования, на последующих страницах представлен ряд утверждений, каждое из которых подразумевает относящийся к вам вопрос о том, насколько подходит вам данное утверждение. Вам следует выбрать один подходящий вариант ответа (кроме вопросов с иными инструкциями). Ответы необходимо дать на все вопросы. Данные

анкетирования конфиденциальны. Ни один ответ в данной анкете не оценивается как правильный, или неправильный.

Часть I.

1. Мне кажется, что я достаточно осведомлен об особенностях работы различных СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

2. Я отслеживаю появление новых ресурсов СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

3. Я использую СМИ для того, чтобы узнать актуальную информацию.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

4. Я пытаюсь понять и осмыслить информацию, представляемую в СМИ.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

5. После ознакомления с материалами, представленными в СМИ, у меня появляется свое мнение по освещенным в них вопросам.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

6. Я стараюсь запомнить информацию, которую узнаю через СМИ.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

7. Если информации в каком-либо новостном сообщении недостаточно, я постараюсь восполнить пробелы, используя другое СМИ.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

8. Если используя разные СМИ, я узнаю, что информация противоречива, я постараюсь найти достоверную информацию?
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

Часть II.

1. При знакомстве с материалами СМИ я испытываю отрицательные эмоции.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

2. При знакомстве с материалами СМИ я испытываю положительные эмоции.
 1. Всегда
 2. Часто
 3. Редко
 4. Никогда

3. Мне нравится использовать СМИ в повседневной жизни.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

4. Я не могу полностью отказаться от использования некоторых СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

5. Я испытываю дискомфорт, если по каким-то причинам не имею доступа к определенным СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

6. Я люблю своевременно узнавать информацию, используя СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

7. Мне нравится быть в курсе всех событий благодаря работе СМИ.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

8. Я не люблю, когда меня отвлекают от чтения прессы или Интернет-статей/ просмотра телепередач/ прослушивания радио.
 1. Согласен
 2. Скорее да, чем нет
 3. Скорее нет, чем да
 4. Не согласен

Часть III.

1. Как часто Вы используете СМИ?

Отметьте галочками подходящие варианты ответов.

	Ежедневно	Несколько раз в неделю	Редко	Никогда
Читаете прессу				
Слушаете радио				
Смотрите телевизор				
Пользуетесь Интернетом				

2. Я целенаправленно ищу новостные сообщения в СМИ.

1. Всегда
2. Часто
3. Редко
4. Никогда

3. Я обсуждаю, заинтересовавшие меня политические сообщения.

1. Всегда
2. Часто
3. Редко
4. Никогда

4. Когда я читаю новостное сообщение в Интернете, я также читаю ниже комментарии других пользователей.

1. Всегда читаю
2. Часто читаю
3. Редко читаю
4. Никогда не читаю

5. Когда я читаю новостное сообщение в Интернете, я оставляю свои комментарии.

1. Всегда оставляю
2. Часто оставляю
3. Редко оставляю
4. Никогда не оставляю

Часть IV

1. Какие из нижеперечисленных характеристик информации являются для вас ведущими при выборе СМИ?

Отметьте один, или несколько подходящих вариантов ответа.

1. Полнота
2. Достоверность
3. Доступность
4. Объективность
5. Своевременность
6. Свой вариант ответа _____

2. Оцените, пожалуйста, СМИ по нижеперечисленным характеристикам предоставляемой информации.

По каждому критерию необходимо проставить оценки от 1 до 4 (1 – не соответствует критерию, 2- скорее не соответствует, 3- скорее

соответствует, 4 – полностью соответствует).

	Пресса	Телевидение	Радио	Интернет
Полнота				
Достоверность				
Доступность				
Объективность				
Своевременность				

Ключ:

В всех вопросах части I и части II, а также в вопросах 2-5 части III за выбор 1 варианта ответа начисляется 3 балла, за выбор варианта 2 начисляется 2 балла, вариант 3 - 1 балл, вариант 4 – 0 баллов.

В вопросе 1 части III для каждого СМИ проставляется оценка. За выбор варианта ответа «Ежедневно» - 3 балла, «Несколько раз в неделю» - 2 балла, «Редко» - 1 балл, «Никогда» - 0 баллов.

Приложение Г.

Методика определения форм и активности политического поведения.

Инструкция. Ниже представлен ряд утверждений, каждое из которых подразумевает относящийся к вам вопрос о том, насколько подходит вам данное утверждение. Вам необходимо выбрать один подходящий вариант ответа. Ответы необходимо дать на все вопросы. Успешность исследования во многом зависит от того, насколько внимательно выполняется задание. Ни один ответ в данной анкете не оценивается как правильный, или неправильный. Анкета исследует особенности политического поведения.

Часть I

1. Я стараюсь принимать участие в выборах.
1. Всегда 2. Часто 3. Редко 4. Никогда
2. Я считаю, что каждый житель нашей страны должен пользоваться своим гражданским правом – участвовать в голосовании на выборах.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен
3. Я думаю, что каждый голос на выборах имеет значение.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен
4. Участие в голосовании на выборах необходимо, так как это единственная правомерная возможность повлиять на жизнь страны.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен

Часть II

1. Я стараюсь читать (смотреть, слушать) сообщения о политических событиях в средствах массовой информации.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен
2. Когда я читаю (смотрю, слушаю) сообщения о политических событиях, зачастую я испытываю сильные эмоции.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен
3. Я ищу дополнительную информацию о политических событиях, читая неофициальные блоги, ЖЖ, страницы различных групп в соц. сетях.
1. Согласен 2. Скорее да, чем нет 3. Скорее нет, чем да 4. Не согласен
4. Я принимал участие в кампаниях по сбору подписей, в письменных обращениях в

государственные органы в Интернете (на различных электронных ресурсах).

1. Принимал
2. Принимал неоднократно
3. Не принимал, но хотел бы
4. Не принимал и не хотел бы

5. Я участвую в обсуждении политических событий в Интернете (на различных новостных электронных ресурсах, в соц. сетях и т.д.)

1. Всегда
2. Часто
3. Редко
4. Никогда

6. Я считаю, что электронные ресурсы дают возможность проявлять новую политическую активность (делиться новостями со знакомыми, вступать в различные группы о политике)

1. Согласен
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Не согласен

7. Мне кажется, что Интернет – это единственная среда, где люди могут проявлять реальную политическую активность

1. Согласен
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Не согласен

Часть III

1. Я интересуюсь тем, как развиваются события в политической жизни нашей страны.

1. Согласен
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Не согласен

2. Я принимаю (л) участие в деятельности политических партий, молодежных политических организаций, общественных движений.

1. Принимаю участие на данный момент
2. Принимал участие раньше, но сейчас не принимаю
3. Не принимал, но хотел бы
4. Не принимал и не хотел бы

3. Я участвовал в митингах, пикетах, шествиях, собраниях, демонстрациях по поводу различных событий в стране

1. Участвовал неоднократно
2. Участвовал однократно
3. Не участвовал, но хотел бы
4. Не участвовал, и не хотел бы

4. Я стараюсь принимать активное участие в политической жизни страны.

1. Согласен
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Не согласен

5. Я участвовал в подготовке письменных обращениях, жалоб, заявлений в государственные органы.

1. Участвовал неоднократно
2. Участвовал однократно
3. Не участвовал, но хотел бы
4. Не участвовал, и не хотел бы

6. Я внимательно слежу за деятельностью известных политических лидеров

1. Согласен
2. Скорее да, чем нет
3. Скорее нет, чем да
4. Не согласен

Ключ: Во всех вопросах анкеты ответ 1 - 3 балла, ответ 2 - 2 балл, ответ 3 - 1 балл, ответ 4 - 0 баллов.

Приложение Д.

Методика «Семантический дифференциал» из 20-ти дескрипторов (О.С. Дейнека, М.А. Соловьева).

Инструкция. Пожалуйста, выразите степень своего согласия со следующими характеристиками в отношении реальной политической партии

	1	2	3	4	5	6	7	
АМОРАЛЬНА	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	МОРАЛЬНА
	1	2	3	4	5	6	7	
НЕРЕШИТЕЛЬНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	РЕШИТЕЛЬНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ВНЕПРАВОВАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ПРАВОВАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	

БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ОТВЕТСТВЕННАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ПРИНУЖДАЮЩАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	СТИМУЛИРУЮЩАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ОПАСНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	БЕЗОПАСНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
НЕ ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ЗАСЛУЖИВАЮЩАЯ ДОВЕРИЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	СОЗИДАТЕЛЬНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ТОТАЛИТАРНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ДЕМАКРАТИЧЕСКАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ЧУЖАЯ	<input type="checkbox"/>							РОДНАЯ
	<input type="checkbox"/>							
	<input type="checkbox"/>							
	<input type="checkbox"/>							
	<input type="checkbox"/>							
	<input type="checkbox"/>							
	<input type="checkbox"/>							
	1	2	3	4	5	6	7	
ОТСТАЛАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ПРОГРЕССИВНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
НЕКОНТРОЛИРУЮЩАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	КОНТРОЛИРУЮЩАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	

НЕСПОКОЙНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	СПОКОЙНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ВРАЖДЕБНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ДРУЖЕСТВЕННАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ЗАВИСИМАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
ЗАПРЕЩАЮЩАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	РАЗРЕШАЮЩАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
НЕСПРАВЕДЛИВАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	СПРАВЕДЛИВАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
БЕСПЕРСПЕКТИВНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ПЕРСПЕКТИВНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
УБЫТОЧНАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ПРИБЫЛЬНАЯ
	1	2	3	4	5	6	7	
НЕГУМАННАЯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ГУМАННАЯ

Приложение Ж.

Авторская анкета «Узнаваемость партий».

Инструкция. Вам предлагается перечень из 4 партий и целей. Необходимо соотнести каждую партию с целями, которые на Ваш взгляд, соответствуют данной партии.

Цели: укрепление институтов гражданского общества, способных стать реальной силой, противостоящей как излишнему государственному вмешательству, так и неограниченной власти рынка; развитие социалистической идеи; оптимальное соотношение государственной,

муниципальной, частной и коллективной форм собственности; борьба с распространением ксенофобии и экстремизма, формировать общественное мнение в пользу межнационального и межкультурного сотрудничества;

-ЕР

-СР

-ЛДПР

-КПРФ

Цели: политическое образование и воспитание граждан; обеспечение соответствия государственной политики, решений интересам большинства населения РФ; формирование общественного мнения в соответствии с основными положениями программы партии;

-ЕР

-СР

-ЛДПР

-КПРФ

Цели: построение в РФ обновленного социализма; свободное от эксплуатации человека человеком общество; распределение жизненных благ по количеству, качеству и результатам труда; вернуть народу и взять под контроль государства собственность на противоправно присвоенные основные средства производства; возрождение и развитие непосредственного народовластия;

-ЕР

-СР

-ЛДПР

-КПРФ

Цели: восстановление статуса России как великой Державы; создание достойных условий жизни для всех людей; работать ради тех, кому дорога судьба нашего государства, с тысячелетней историей; введение государственной монополии на добычу и торговлю сырьем и энергоносителями, а также на торговлю алкоголем, табаком и сахаром; должен быть суд, которому подотчетен и Президент, и Председатель Правительства, и рядовой гражданин.

-ЕР

-СР

-ЛДПР

-КПРФ

Приложение К.

Сравнение средних «до/после» реальной и «идеальной» партий.

		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий равенства средних		
		F	Знч.	t	ст.св.	Значимость (2-сторонняя)
а/ морал	Предполагается равенство дисперсий	4,113	,044	-3,877	197	,006
не/ решит	Предполагается равенство дисперсий	1,647	,201	-,552	198	,582
вне/ правовая	Предполагается равенство дисперсий	,003	,957	,581	198	,562
без/ ответствен	Предполагается равенство дисперсий	1,022	,313	-,499	196	,618

при н/ стиму лир	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,84 6	,176	-1,0 63	198	,289
опа сн/ безопа сн	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,875	,351	,422	198	,674
не/ довер ие	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,218	,641	2,33 8	198	,020
раз руш/ созид а т	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	4,05 4	,045	-1,1 61	198	,247
тота лит/ демок рат	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,043	,836	2,08 5	198	,038
чуж/ родн	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,715	,399	2,32 9	198	,021
отст ал/ прогре с	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,737	,392	1,82 7	198	,069

не/ контро лир	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,13 3	,289	-2,7 13	198	,007
не/ спокой н	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,001	,977	1,57 2	198	,118
вра ждебн/ друж	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,244	,622	-, 316	198	,752
зав ис/ самос т	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	4,17 9	,042	-1,4 74	197	,142
зап рещ/ разре ш	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,791	,375	-1,8 91	198	,060
не/ справе дл	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,260	,611	,000	198	1,000
бес/ персп ектив	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	4,16 4	,043	6,71 9	198	,000

убы точн/ прибо льн	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,080	,777	1,54 6	198	,124
не/ гуманн ая	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	2,18 8	,141	5,22 9	198	,000
а/ морал	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,398	,529	,618	198	,537
не/ решит	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,003	,960	-, 953	198	,342
вне/ право вая	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,18 2	,278	,190	198	,850
без/ ответс твен	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	5,41 6	,021	,946	198	,346
при н/ стиму лир	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	3,87 0	,051	-, 165	198	,869

опасн/ безопасн	Предполагается равенство дисперсий	8,951	,003	-,041	198	,967
не/доверие	Предполагается равенство дисперсий	,138	,710	1,300	198	,195
разруш/ созидат	Предполагается равенство дисперсий	,113	,738	,166	198	,869
тоталит/ демократ	Предполагается равенство дисперсий	4,966	,027	-1,380	198	,169
чуж/ родн	Предполагается равенство дисперсий	,216	,643	-,273	198	,785
отстал/ прогресс	Предполагается равенство дисперсий	,063	,801	,393	198	,695
не/ контроль	Предполагается равенство дисперсий	,176	,675	,669	198	,504

не/ спокой н	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,473	,492	2,70 3	198	,007
вра ждебн/ друз	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,74 4	,188	,420	198	,675
зав ис/ самос т	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,690	,407	1,19 5	198	,234
зап рещ/ разре ш	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,90 0	,170	-, 449	198	,654
не/ справе дл	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	1,20 9	,273	,651	198	,515
бес/ персп ектив	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,532	,467	-, 254	198	,800
убы точн/ прибо льн	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,001	,970	-, 110	198	,912

не/ гуманн ая	Предпо лагаетс я равенст во дисперс ий	,290	,591	-, 540	198	,590
---------------------	--	------	------	-----------	-----	------

Приложение Л.

Достоверность различий политического поведения до и после выборов.

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий		t-критерий равенства средних		
		Ливиня				
		F	Знч.	t	ст.св.	Значимость (2 - сторонняя)
электоральное	Предполагается равенство дисперсий	, 004	,951	-1,351	198	,178

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий		t-критерий равенства средних		
		Ливиня				
		F	Знч.	t	ст.св.	Значимость (2-сторонняя)
электоральное	Предполагается равенство дисперсий	,004	,951	-1,351	198	,178
виртуальное	Предполагается равенство дисперсий	,100	,753	-4,840	198	,000
реальное	Предполагается равенство дисперсий	,106	,745	-2,831	198	,005
активность	Предполагается равенство дисперсий	,384	,536	-3,821	198	,000

Приложение М.

Достоверность различий медиакомпетентности до и после выборов.

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий Левиня		t-критерий равенства средних		
		F	Знч.	t	ст.св.	Значимость (2 - сторонняя)
когнитивный	Предполагается равенство дисперсий	,012	,914	-,108	200	,914
аффективный	Предполагается равенство дисперсий	,002	,968	-,040	200	,968
операциональный	Предполагается равенство дисперсий	,020	,887	-,143	200	,887
медиакомпетентность	Предполагается равенство дисперсий	,009	,923	-,096	200	,923

Приложение Н.

Дисперсионный анализ (ANOVA) межгрупповых различий в уровне медиакомпетентности и политического поведения

Однофакторный дисперсионный анализ

		ANOVA				
		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Знч.
когнитивный	Между группами	83,205	1	83,205	6,236	,013
	Внутри групп	2641,990	198	13,343		
	Итого	2725,195	199			
аффективный	Между группами	7,220	1	7,220	,438	,509
	Внутри групп	3262,360	198	16,477		
	Итого	3269,580	199			
операциональный	Между группами	76,880	1	76,880	8,092	,005
	Внутри групп	1881,120	198	9,501		
	Итого	1958,000	199			
медиакомпетентность	Между группами	423,405	1	423,405	5,670	,018
	Внутри групп	14785,390	198	74,674		
	Итого	15208,795	199			
электоральное	Между группами	18,000	1	18,000	1,826	,178
	Внутри групп	1952,080	198	9,859		
	Итого	1970,080	199			
виртуальное	Между группами	264,500	1	264,500	23,422	,000
	Внутри групп	2235,980	198	11,293		
	Итого	2500,480	199			
реальное	Между группами	120,125	1	120,125	8,014	,005
	Внутри групп	2967,870	198	14,989		
	Итого	3087,995	199			
активность	Между группами	990,125	1	990,125	14,602	,000
	Внутри групп	13425,750	198	67,807		
	Итого	14415,875	199			

Приложение П.

Факторный анализ вопросов анкет семантического пространства об отношении группы студентов, опрошенных до и после выборов к реальной и «идеальной» политической партии.

Отношение группы студентов к «идеальной» политической партии, опрошенные до выборов

	Компонента	
	1	2
а/морал	,858	,191
не/контролир	,800	,045
не/решит	,766	,273
завис/самост	,765	,397
без/ответствен	,706	,473
враждебн/друж	,681	,546
разруш/созидат	,653	,584
отстал/прогрес	,648	,622
не/справедл	,638	,579
запрещ/разреш	,614	,483
прин/стимулир	,606	,569
чуж/родн	,586	,570
вне/правовая	,581	,523
не/гуманная	,184	,871
бес/перспектив	,238	,859
убыточн/приболън	,157	,826
тоталит/демократ	,411	,691
не/доверие	,618	,653

	Компонента	
	1	2
а/морал	,858	,191
не/контролир	,800	,045
не/решит	,766	,273
опасн/безопасн	,575	,611
не/спокойн	,538	,590

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошлось за 3 итераций.

б. В фазе анализа используются только те наблюдения, для которых $V1 = 1$.

Отношение группы студентов к реальной политической партии, опрошенные до выборов

Матрица повернутых компонент^{а,б}

	Компонента		
	1	2	3
тоталит/демократ	,849	,144	,002
враждебн/друж	,816	,191	,160
прин/стимулир	,731	,429	-,024
не/гуманная	,721	,475	,156
вне/правовая	,708	,344	,213
опасн/безопасн	,660	,245	,193
не/справедл	,657	,533	-,055
разруш/созидат	,635	,612	,159
без/ответствен	,598	,596	,218
запрещ/разреш	,593	,533	-,296
бес/перспектив	,313	,796	,166
завис/самост	,245	,765	-,075
отстал/прогрес	,428	,758	-,073
убыточн/прибольн	,186	,718	,203
не/доверие	,574	,702	,045
не/решит	,012	,697	,452

Матрица повернутых компонент^{a,b}

	Компонента		
	1	2	3
тоталит/демократ	,849	,144	,002
враждебн/друж	,816	,191	,160
чуж/родн	,511	,597	-,027
а/морал	,521	,564	,343
не/контролир	,059	,073	,839
не/спокойн	,583	,082	,590

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошлось за 7 итераций.

б. В фазе анализа используются только те наблюдения, для которых $V1 = 1$.

Отношение группы студентов к «идеальной» политической партии, опрошенные после выборов

Матрица повернутых компонент^{a,b}

	Компонента		
	1	2	3
не/доверие	,789	,274	,013
чуж/родн	,788	,283	,159
завис/самост	,767	,355	,121
тоталит/демократ	,757	,005	,280
а/морал	,711	,544	,161
запрещ/разреш	,705	,262	,260

Матрица повернутых компонент^{a,b}

	Компонента		
	1	2	3
не/доверие	,789	,274	,013
чуж/родн	,788	,283	,159
без/ответствен	,704	,426	,086
не/контролир	,703	,394	,111
враждебн/друж	,657	,535	,187
отстал/прогрес	,631	,540	,111
разруш/созидат	,624	,319	,199
не/решит	,248	,820	,131
опасн/безопасн	,308	,815	,125
не/справедл	,363	,784	,056
не/спокойн	,378	,705	,114
вне/правовая	,495	,627	,052
прин/стимулир	,572	,581	,150
убыточн/прибыльн	,024	,538	,426
бес/перспектив	,131	,179	,883
не/гуманная	,360	,070	,825

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошлось за 7 итераций.

б. В фазе анализа используются только те наблюдения, для которых $V_1 = 2$.

Отношение группы студентов к реальной политической партии, опрошенные после выборов

Матрица повернутых компонент^{a,b}

	Компонента		
	1	2	3
опасн/безопасн	,814	,055	,362
не/гуманная	,807	,267	,125
а/морал	,766	,286	,178
вне/правовая	,750	,130	,363
тоталит/демократ	,743	,331	-,184
прин/стимулир	,740	,309	-,160
не/справедл	,703	,492	,071
запрещ/разреш	,672	,401	-,166
разруш/созидат	,596	,517	,285
враждебн/друж	,540	,491	,224
завис/самост	,099	,832	,107
бес/перспектив	,392	,802	,062
без/ответствен	,359	,721	,183
отстал/прогрес	,570	,699	-,012
убыточн/прибольш	,181	,685	,188
не/доверие	,498	,656	,074
чуж/родн	,373	,615	,285
не/решит	,136	,603	,172
не/контролир	-,054	,248	,834
не/спокойн	,377	,441	,572

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

a. Вращение сошлось за 7 итераций.

b. В фазе анализа используются только те наблюдения, для которых $V1 = 2$.