

Секция «Психология»

**Эмоционально-смысловая структура читательского отклика на сообщения
о политическом событии (на материале электронных СМИ)**

Климанова Анна Васильевна

Студент

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,

Психолого-педагогический факультет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: klimanova_av@mail.ru

Блоги или интернет-дневники появились в конце 20 века как аналог «гостевой книги» - средства получения отзывов или другой обратной связи от потребителя интернет-услуги. Спецификой большинства личных блогов является высокая степень свободы автора в выборе тематики, содержания и формы дневниковых записей. Применительно к политической жизни России Интернет-блоги - наиболее часто используемый молодежью источник для получения такого рода информации. В этой связи представляется актуальным рассмотреть характер влияния на восприятие политических текстов, размещенных в сети Интернет социально-демографических, индивидуально-типологических и социально-психологических характеристик личности. Анализ полученных взаимосвязей позволит выявить структуру читательского отклика, которая представляет собой не только реакцию на смысл текста, но и взгляды, убеждения, привносимые в текст читателями. При этом, не меньшее значение будут иметь социально-демографические условия читателей. Проверяемая гипотеза состояла в следующем: структура читательского отклика на сообщения о политических событиях опосредована личностными и социально-мировоззренческими установками личности.

Для проведения эксперимента нами были отобраны 6 сообщений о конкретном событии – митинге на Болотной площади после выборов в государственную думу в декабре 2012 года:

консервативных авторов Н. Старикова (nstarikov.livejournal.com/392111.html) и Д. Беляева (cuamckuykot.livejournal.com/89829.html),

радикально оппозиционных авторов - обращения А. Навального (navalny.livejournal.com/6575) и А. Носика (dolbob.livejournal.com/2246580.html),

независимых блоггеров, не поддерживающих той или иной конкретной политической позиции - Л. Каганова (lleo.me/dnevnik/2011/12/08.html) и Р. Адагамова (drugoi.livejournal.com/).

Методика исследования: 1) перед проведением основного измерения испытуемым была предложена анкета, направленная на изучение социально-мировоззренческой позиции, системы ценностей, политического мировоззрения и политической активности; 2) экспериментальная проба на внушаемость; 3) биографический опросник (BIV) для определения психологических характеристик испытуемых, способных повлиять на восприятие обращений о политическом событии в электронных СМИ; 4) оценка испытуемыми предъявляемых текстов с помощью модифицированного варианта семантического дифференциала Ч. Осгуда.

В исследовании принимали участие 38 человек (14 – мужчин и 24 – женщины) в возрасте от 18 до 29 лет. Из них 29% имеют высшее образование, 21 % -неоконченное высшее, студенты – 47 %. По результатам предварительного анкетирования 66% респондентов сохраняют нейтралитет по отношению к политической жизни страны. 37%

участников исследования респондентов получают информацию о политических событиях только из сети Интернет. Большинство респондентов и учатся и работают одновременно (43 %), учатся (38 %), работают (19 %). Таким образом, можно сказать, что большая часть испытуемых сталкивалась с трудоустройством и профессиональными проблемами. В целом группа респондентов оценивает свой доход на среднем уровне, для субъективной оценки жизненной ситуации большинство испытуемых выбирает утверждение: «Не все хорошо, но удается преодолевать трудности». Для большинства испытуемых приемлемый способ воздействия на государство – это участие в забастовках, а форма реакции на ухудшение условий жизни – принятие решения о выезде из России в другую страну.

Результаты психосемантического анализа восприятия сообщений выявили наиболее выраженные эмоционально-смысловые характеристики, приписываемые текстам: А.Навальный (громкий, простой, активный, хитрый), Д. Беляев (справедливый. Спокойный, уравновешенный), Л. Каганов (безопасный, простой, расслабленный, уравновешенный), Н. Стариков (громкий, сильный. активный), А. Носик (активный, громкий, простой), Р. Адагамов (справедливый, уравновешенный, самостоятельный, честный). В таблице приведены результаты однофакторного дисперсионного анализа, в качестве независимой переменной было выбрано авторство текстов. В результате установлено, что характеристики восприятия текста значимо варьируют в зависимости от личности автора практически по всем шкалам (см. таблицу).

Из приведенной таблицы видно, что тексты нейтральной политической направленности с безоценочным, аналитическим описанием событий и выражением своего мнения воспринимаются более позитивно. Тексты с активным выражением своей позиции и призывом к конкретным действиям, воспринимаются менее позитивно, читатели улавливают в них манипулятивную направленность.

Изучение влияния социально-мировоззренческих установок и личностных свойств на восприятие текстов показало, следующее. Испытуемые с высокой удовлетворенностью социально-экономической ситуацией в РФ более достоверно более высоко оценивают тексты Д. Беляева и Н. Старикова по фактору «Сила» ($F=5,15$ $p=0,03$). Испытуемые, неудовлетворенные политической ситуацией, готовы воздействовать на власть любыми, в том числе и экстремистскими действиями более высоко оценивают текст А. Навального ($F=7,38$ $p=0,01$). Испытуемые, оценивающие свою жизненную ситуацию, как хорошую, наиболее высоко оценивают силу текста Н. Старикова ($F=5,73$ $p=0,01$), неудовлетворенные своей жизненной ситуацией («сил бороться больше не осталось») наиболее высоко оценивают обращение А. Носика ($F=6,67$ $p=0,001$). Испытуемые с высокой внушаемостью наиболее высоко оценивают тексты Р. Адагамова по факторам «Сила» ($F=4,54$ $p=0,04$) и «Оценка» ($F=5,04$ $p=0,03$).

Литература

1. Петренко В. Ф. Основы психосемантики— 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2005. — 480 с: ил. — (Серия «Мастера психологии»).
2. Ситуационно-личностная детерминация дискурса / под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. — 384 с. (Труды института психологии РАН)

Иллюстрации

Таблица

Особенности восприятия сообщений

Шкалы методики СД	А. Навальный	Д. Беляев	Л. Каганов	Н. Стариков	А. Носик	Р. Адагамов	F-критерий	p<
Справедливый	4,24	5,11	4,57	4,13	4,40	5,46	4,49	0,0001
Расслабленный	2,26	4,35	5,46	2,16	2,11	4,60	41,10	0,0001
Чистый	2,89	4,76	4,95	3,13	2,89	5,03	20,95	0,0001
Самостоятельный	4,50	4,68	5,19	4,62	4,46	5,19	1,44	0,2114
Спокойный	2,97	5,11	5,32	2,70	2,62	4,84	28,99	0,0001
Безопасный	3,03	4,57	5,49	3,19	2,68	5,16	24,04	0,0001
Уравновешенный	3,21	5,08	5,35	3,54	3,22	5,41	18,35	0,0001
Добрый	2,76	3,76	5,11	2,92	2,62	4,54	23,80	0,0001
Сильный	4,34	4,60	3,32	5,40	4,51	4,70	5,18	0,0002
Красивый	3,37	4,22	4,03	3,43	3,38	4,30	5,40	0,0001
Независимый	4,53	4,35	4,62	4,08	4,16	4,94	1,51	0,1872
Умный	3,74	4,89	4,30	3,86	4,21	5,08	5,18	0,0002
Честный	4,11	4,81	4,76	4,30	4,27	5,19	2,98	0,0126
Активный	5,66	4,68	3,81	5,38	5,70	5,08	10,14	0,0001
Простой	5,05	4,92	5,49	4,86	4,86	4,89	1,11	0,3550
Хитрый	4,82	4,00	3,03	4,43	4,05	3,65	7,44	0,0001
Громкий	5,74	4,43	3,13	5,65	5,61	4,38	23,50	0,0001
Информативный	2,71	4,51	3,7	4,78	4,73	4,95	10,68	0,0001

Рис. 1: Таблица "Особенности восприятия сообщений"