

Представление об идеальном политике у молодых избирателей (на примере выпускников СУНЦ УрФУ)

Леготина Анастасия Сергеевна

Студент (магистр)

Гуманитарный университет г. Екатеринбург, Факультет социальной психологии,
Екатеринбург, Россия

E-mail: Legotinanastya@ya.ru

Основная цель политика - добиться поддержки своих действий со стороны избирателей. Но чтобы этого достичь необходимо стать привлекательным для широких масс населения, так как голосовать они будут лишь за того, кто вписывается в конструкцию «идеальный политик» [1, с.42]. У любого человека есть представления о том, каким должен быть лидер и он оценивает реальных политиков исходя из этих идей [2, с 133].

Из-за изменчивости информационной среды невозможно выделить стабильный набор характеристик, которым должен соответствовать образ политика [3, с.67]. Поэтому особую роль играют регулярно проводимые исследования образа идеального политика.

В преддверии выборов Президента Российской Федерации нами было проведено исследование, цель которого изучить представление об идеальном политике у молодых людей, которые готовятся впервые принять участие в политических выборах.

Объектом данного исследования выступили учащиеся 11-х классов Специализированного учебно-научного центра УрФУ. Предметом данного исследования является представление об идеальном политике.

В основе исследования лежат гипотезы о том, что: в роли идеального политического деятеля молодые люди с большей вероятностью готовы видеть мужчину, нежели женщину и характеризуя понятие «Идеальный политик» молодые люди выделяют профессиональные параметры политического деятеля.

В исследовании приняло участие 50 испытуемых. Для проверки гипотез нами были выбраны методики. Ассоциативный групповой эксперимент, позволивший выявить семантическую близость понятий «политик»/«женщина» и «политик»/«мужчина». В качестве стимулов для были выбраны понятия «политик», «мужчина» и «женщина».

А для измерения коннотации системы значений у группы молодых людей относительно понятия «идеальный политик», мы применили методику семантического дифференциала предложенную В.П. Серкиным для оценки профессионала [4], т.к. политическая деятельность относится к профессиональной сфере жизни человека, дополненную шкалами, З.В. Сикевич методики СД по выявлению оценки качеств «идеального» политика [5]. Объектом шкалирования в данном случае выступило понятие «Идеальный политик».

При обработке данных ассоциативного эксперимента были получены групповые семантические универсалии понятий и найдены меры семантической близости исследуемых стимулов. Данные семантического дифференциала были подвергнуты процедуре факторного анализа по методу главных компонент с Варимакс вращением.

После обработки данных ассоциативного эксперимента мы получили групповые семантические универсалии. Так в групповую семантическую универсалию стимула «политик» вошло 78 слов, среди которых: власть, выборы, закон; стимула «мужчина» - 58 слов, таких как: сила, защита, власть; стимула «женщина» - 60 слов, среди которых: красота, любовь, феминизм.

Пересечение семантических полей понятий «политик» и «мужчина» нашло отражение в 116 словах и семантическая близость стимулов составила 33,94%, а «политик» и

«женщина» - лишь в 79 словах. И близость данных стимулов составила 25,92%. Данное различие не является критичным, однако позволяет сделать вывод, что для испытуемых понятие «мужчина» ближе к понятию «политик».

Факторный анализ позволил выделить 17 факторов, которые объясняют 82,052% дисперсии всех переменных. Таким образом, можно говорить, что полученное факторное решение считается корректным.

Рассмотрим факторы, имеющие наибольший процент дисперсии среди выделенных факторов. Первый фактор получил название «Решение проблем» (10,124 %), наибольшие факторные нагрузки по нему имели следующие переменные: тактичный, помогающий, предприимчивый. Фактор «Уровень проф.подготовки» (10%) в него вошли такие переменные как: эффективный и квалифицированный. Большие факторные нагрузки в факторе «Влияние на других» (6,552%) имели переменные уважаемый и уверенный. Фактор «Отношение к людям» (6,03%) нашел отражение в переменных: равнодушный и бескорыстный, фактор «Самостоятельность» (4,682%) - ведомый и незаинтересованный, а фактор «Известность» (4,423%) - заслуженный и признанный. В факторе «Выдержка» (4,295%) наибольшую нагрузку имели переменные холодный и сдержанный, в факторе «Увлеченность» (4,119%) этими переменными оказались рискующий и азартный.

Для испытуемых идеальный политик - это человек целеустремленный и заинтересованный в получении результата. Он предприимчив, азартен, ищет новые пути решения старых проблем. Это высококвалифицированный специалист, подготовленный к политической деятельности. При этом практик, с опытом работы, выдержкой и контролем над собой.

Так же, политик при влиянии на общество, должен быть внимательным и бескорыстным по отношению к гражданам. Это человек, обладающий властью, но при этом не использующий ее корыстных целях. Это исполнитель воли народа, давшего ему эту власть.

Политик - лицо публичное. Для избирателя, важно быть в курсе его достижений. Вопрос известности относится скорее к вопросу доверия к конкретному политическому деятелю, так, если я знаю этого человека, я смогу оценить его и принять решение о голосовании.

Таким образом, полученные результаты подтвердили наши гипотезы. Для выпускников СУНЦ УрФУ идеальный политик - это опытный профессиональный политик. При этом на политической арене испытуемые хотели бы видеть мужчину, так как политика традиционно относится к сферам деятельности мужчин.

Из-за особенностей современной информационной среды представление молодых людей об идеальном политике постоянно изменяется. Дальнейшее изучение данной темы позволит политическим деятелям выстроить более эффективную коммуникацию с населением.

Источники и литература

- 1) Демочко С.В. Имидж идеального политика в глазах российских избирателей: данные социологических опросов // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания, Новосибирск, 2014. No.24. С.41- 45
- 2) Мошкина Л.Д. Психология политического лидерства // Вестник ЮУрГУ. Сер. Социально-гуманитарные науки. 2013. Т. 13. No.1. С.131-133
- 3) Петренко В.Ф., Гладких Н.Ю., Митина О.В. Психосемантический анализ восприятия политических лидеров (на материале выборки студентов из Южной Кореи) // Вестник Моск. ун-та, Сер. 14. Психология. 2016. No.2. С.64-87
- 4) Серкин В.П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики: учебное пособие для вузов. – М.: Пчела, 2008. – 382с.

- 5) Сикевич З.В. Метод семантического дифференциала в социологическом исследовании (опыт применения) // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 12. Социология. 2016. No.3. С.118-128