

Секция «Человек в цифровом обществе: киберпсихология и медиапсихология»

Образ России и регионов страны в восприятии молодёжи

Научный руководитель – Матвеева Лидия Владимировна

Литвинов Владимир Юрьевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра методологии психологии, Москва, Россия

E-mail: voldemar_zero@mail.ru

Образ родной страны является системообразующим в картине мира человека. Именно он является базисным при составлении всего мировосприятия каждого индивида. Картина мира - формирование образа Я и Другого - имеет социально-культурное происхождение и отражает базовые категории идентичности личности [1]. И огромную роль при образовании данных категорий играет малая родина: место, где человек родился и сформировался как личность.

Для составления образа страны в целом и отдельных её регионов необходимо учитывать разные элементы, формирующие определённое представление. Наиболее важными являются следующие категории: историко-географическая, культурно-лингвистическая, социально-этическая и персонажи (то есть герои, отражающие специфику образа) [3]. На основе этого многообразия факторов строится цивилизационная идентичность нации, образуются мировоззренческие универсалии культуры. Которые выступают ядром при определении человеком собственной принадлежности к определённой психологической реальности, задают координаты его существования и дальнейшего поведения.

Условием формирования образа страны выступает психологическая среда, которой соответствует определённая система коммуникаций. И одной из таких важнейших систем является медийная коммуникация. Ведь именно она создаёт медиаобраз страны - символическое представление о событиях, явлениях и людях России [4].

Целью данного исследования являлось выявление особенностей регионального восприятия образа России молодёжью и определение влияния медиаобраза на все составляющие данного представления.

В нашем пилотажном исследовании приняло участие 26 участников. Они представляли 14 различных регионов России. 11 мужчин и 15 женщин в возрасте от 19 до 25 лет. Были задействованы следующие методы и методики: опрос, психосемантический дифференциал, проективная методика.

По результатам опроса было выявлено, что при формировании образов регионов России участниками исследования преимущественно используется личный опыт ($\approx 45\%$ от сформированного образа). Такой фактор как влияние СМИ на формирование образа, участники исследования относят к одному из самых малозначимых ($\approx 8\%$). Однако, при описании образов регионов они полностью повторяют представления, транслируемые СМИ. Также респонденты отмечают, что в среднем каждый из них смог посетить 5-10 из 85 регионов России. Это говорит о том, что они практически не имеют личного опыта посещения большинства регионов и не могут на этом строить представления о них. Они неосознанно завышают важность личного опыта в своих представлениях и при этом занижают значение СМИ, хотя практически полностью повторяют образы, которыми располагает СМИ.

Психосемантическое исследование строилось на оценке территориальных частей России, как отдельных образов. Для это вся территория была разбита на 8 макрорегионов, наиболее обособленных в представлении граждан: Север России, Центральная Россия, Юг России, Северный Кавказ, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток. По результатам

факторного анализа были выделены следующие 5 основных факторов, объясняющих 96% совокупной дисперсии: фактор «Нравственной оценки» (39%) включает признаки: добрый, простой, компромиссный, милосердный, простодушный, безопасный, мирный, преумножающий, родной, надёжный, трудолюбивый; фактор «Эмоциональной близости» (26%): весёлый, яркий, тёплый, грязный, процветающий, открытый, тесный, ленивый; фактор «Традиционности» (14%): духовный, уродливый, отсталый, щедрый, целомудренный, религиозный, независимый; фактор «Независимости» (12%): могущественный, сильный, авторитетный, независимый; фактор «Патриотизма» (5%): патриотичный, похожий на других, авторитетный.

Проективная методика была разработана с целью получить косвенное эмоциональное представление участников исследования о той или иной территории. Респондентам надо было отметить на контурной карте страны те места, которые у них ассоциируются с художественными образами сказочных, литературных героев, либо описать их. Больше всего ассоциативных образов связано с упоминанием 4 макрорегионов: Сибири (21 образ), Дальнего Востока (15), Севера России (18), Центральной России (13). Два последних связаны преимущественно с образами Санкт-Петербурга и Москвы, как наиболее узнаваемыми и имеющими широкий спектр ассоциаций для респондентов. А образ Сибири и Дальнего Востока носил скорее собирательный характер и связывался с мистическими, сказочными представлениями. Данная территория малоизвестна и загадочна для участников исследования и поэтому вызывает наиболее яркие образы и ассоциации. Результаты проективной части показали, что определённые территории оцениваются участниками исследования субъектно. Описываются характеристиками, которые обычно используются для ознакомления с другим человеком и его личностными особенностями.

Результаты нашего исследования подтверждают теоретические концепции о значимости влияния СМИ на индивидуальное сознание человека (Винтерхофф-Шпурк, Бандура, Липшман, Зинченко, Матвеева, Собкин). Формирование образов регионов страны при отсутствии личного опыта происходит за счёт информации и транслируемых образов СМИ. Также подтверждаются результаты исследований о том, что образ страны антропоморфен и оценивается в соответствии с характеристиками, свойственными при описании человека [2]. Что даёт возможность нам сосредоточить внимание на изучении территорий малой родины, как особых объектов, влияющих на формирование образа России и картины мира человека в целом.

Источники и литература

- 1) Выготский Л.С. Собр. Соч. М. 1982. Т. 1.
- 2) Зинченко Ю.П., Матвеева Л.В. Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение. Сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» – М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008.
- 3) Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение. Сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / Под общ. Ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. – М., МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008. стр. 17-34.
- 4) Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология массовой коммуникации. М.: «Рип-Холдинг», 2004.