

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О МИТИНГЕ У РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ

*Марин Е.Б.*, кандидат исторических наук, доцент Департамента  
психологии и образования;

*Колядзинский Д.Я.*, студент 4 курса Департамента психологии и  
образования,

Дальневосточный Федеральный Университет, Владивосток

**Аннотация:** В статье представлены материалы эмпирического исследования, посвящённого семантической реконструкции представлений о митинге у российской молодёжи разных возрастных групп. Авторы провели сравнительное исследование представлений молодёжи разных поколений (18-19 лет и 20-30 лет).

**Ключевые слова:** представление, протест, митинг, психосемантика, Дальний Восток, российская молодёжь

THE IDEA OF RALLY AMONG RUSSIAN YOUTH

**Marin E.B.**, Candidate of Historical Sciences of Department of Psychology and Education, **Koliadzinskii D.I.**, student of Department of Psychology and Education, Far Eastern Federal University, Vladivostok

**Annotation:** The article presents the material of an empirical study about semantic reconstruction of ideas about rally among russian young people. The authors made a comparative study of the ideas of young people of different generations (18-19 years old and 20-30 years old).

**Keywords:** representation, protest, rally, psychosemantics, Far East, russian youth

В современном мире многие экономические, социальные и политические процессы и события сопровождаются распространением роста напряжённости в обществе. На социально-психологическом уровне это может проявляться в различных формах протестного поведения индивидов или групп. Протест в таком случае представляет собой один из способов выражения конфликта. Одной из его распространённых форм является митинг. Эта форма протестного поведения является одной из наиболее актуальных для молодёжи. Учитывая последние акции протеста в России и конкретно на Дальнем Востоке, стоит отметить, что вопрос изучения представлений о митинге стоит особенно остро [1].

Молодёжь, как одна из наиболее активных групп, выступает в роли особого субъекта протестного поведения. Она является пограничным и активным социальным слоем, в силу своих особых психологических характеристик [2]. Во многих социальных, политических митингах последних лет именно молодёжь выступала движущей силой. Всё чаще молодые люди принимают участие в различных акциях, выходят на улицы, заявляют о своём недовольстве.

Целью данной статьи является анализ психологических аспектов протестности. Изучение представлений о митинге у российской молодёжи может позволить выявить отношение молодых людей к этой форме протеста, определить степень готовности принимать в них участие, спрогнозировать положительную или отрицательную реакцию на изменения в политике государства. Это, в свою очередь, может способствовать созданию мер по предотвращению и урегулированию социальных конфликтов, сохранению стабильности общества.

Являясь одной из форм протестной активности, митинг определяют как массовое присутствие граждан в каком-то определённом месте с целью открытого выражения собственного мнения и позиции относительно актуальных, чаще всего социально-политических проблем [3]. В нём прежде

всего проявляются интересы и потребности народа. Под митингом также понимают особую форму взаимодействия между обществом и государством, коммуникативное событие [4]. В нашем исследовании изучалось представление о протестных митингах

Представления людей о политических явлениях включают в себя как рациональные, осознаваемые так и не осознаваемые аспекты и могут по-разному соотноситься с существующей действительностью. Психосемантический подход, который активно используется в изучении политического сознания и образов политиков, позволяет выявить различные особенности и скрытую структуру представлений о формах протестной активности [5].

В данной статье описываются результаты исследования представлений разных групп студенческой молодёжи о митинге. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31-518. Всего в исследовании принимало участие 658 человек с разных регионов Дальнего Востока, разделённых на две возрастные группы:

1) Студенческая молодёжь в возрасте 18-19 лет (представители поколения Z) в количестве 280 человек.

2) Молодёжь в возрасте от 20 до 30 лет (поколение Y) в количестве 378 человек.

В обе группы входили студенты высших учебных заведений с разных регионов Дальнего Востока с разных направлений подготовки. Исследование проводилось в онлайн форме - форма была сделана с помощью приложения «Google Forms».

В качестве метода исследования был выбран ассоциативный эксперимент. Эта достаточно разработанная психосемантическая техника позволяет изучить представления людей о каком-либо объекте, эмоциональные аспекты этих представлений. Среди преимуществ ассоциативного эксперимента выделяют простоту проведения и доступность для большинства групп [6].

Инструкция для испытуемых звучала следующим образом: «Напишите, пожалуйста, любые несколько слов или словосочетаний, которые ассоциируются у Вас с понятием «Митинг».

В ходе проведения исследования было получено 411 ассоциаций от возрастной группы 18-19 лет и 580 ассоциаций от возрастной группы 20-30 лет. При анализе данных полученные ассоциации были классифицированы по категориям. Классификация была создана специально для анализа данных исследования представлений о разных формах протеста и уже успешно применялась на практике [1]. Для дальнейшего анализа использованы только неслучайные ассоциации с высокой частотой встречаемости ( $v=4$ ) – для них была рассчитана мера выраженности на основе числа испытуемых в группе.

Таблица 1.

Ассоциации респондентов на стимул «Митинг».

Категории ассоциаций	Молодёжь 18-19 лет	Молодёжь 20-30 лет
Ценности и цели	Отстаивание прав (3,9%), права (3,6%), мнение (1,8%), свобода (1,8%), поддержка (1,8%)	Права (3,4%), выражение позиции (2,1%), свобода (1,6%), мнение (1,3), выражение мнения (1,3), отстаивание прав (1%), защита (1%)
Субъекты	Толпа (4,6%), люди (3%), народ (1,4%)	Толпа (6,6%), народ (2,4%), люди (1,3%), оппозиция (1,3)
Лидеры	-	Навальный (1,9%)
Характеристики явления	Плакаты (3,2%), скопление людей (2,9%), выступление (2,5%), сбор (2,1%), проблемы (1,4%)	Плакаты (4,8%), сбор (2,9%), лозунги (2,1%), массовость (1,9%), скопление людей (1,6%), много людей (1,6%), крики (1,6%), требование (1,3%), мирный (1,3%), флаги

		(1%)
Негативная символика	Против власти (1,8%)	Произвол полиции (1,9%), драки (1,3), беспорядки (1,3%)
Эмоции	Недовольство (2,5%)	Недовольство (3,4%), страх (1%)
Протест	Протест (14,6%), собрание (5,7%), борьба за права (4,6%), шествие (4,3%), забастовка (3,9%), бунт (2,9%), восстание (2,1%), борьба (1,4%), демонстрация (1,4%),	Протест (12,2%), борьба за права (5%), собрания (5%), демонстрация (4,2%), шествие (4%), борьба (3,7%), бунт (2,4%), восстание (2,1%), несогласие (1,6%), противостояние (1,3%), забастовка (1%)

Категория «Ценности и цели» наполнена ассоциациями, которые выражают различные политические и социальные ценности. Обе исследуемые группы примерно на одном уровне связывают митинг и понятия «свобода», «мнение». При этом, хотя у обеих групп в этой категории можно заметить такую ценность как «права», их «отстаивание» для молодых людей 18-19 лет имеет большую значимость. Можно предположить, что для более старшей группы права в большей степени ценны сами по себе, в то время как для младшей группы также важно активное связанное с ними действие. В то же время, для молодых людей 20-30 лет значимую роль играет выражение своей позиции и своего мнения. Митинг для них связан скорее с возможностью высказаться, а не с отстаиванием прав.

Обе группы молодёжи связывают участников митингов прежде всего с толпой, а уже во вторую очередь с людьми и народом. Это может объясняться тем, что респонденты в большей степени обращают внимание на массовость события. Старшая группа помимо этого склонна соотносить субъектов митинга с оппозицией. Возможно, для более взрослых людей эта форма протеста

связана с оппозиционно настроенными силами, которые участвуют в их организации.

Категория «Лидеры» наполнена только у старшей группы молодёжи и включает в себя фигуру А. Навального. Можно сделать вывод, что молодые люди 18-19 лет не склонны соотносить митинг с каким-то определённым деятелем. При этом выраженное наличие ассоциации «Навальный» у более взрослых людей может также говорить об их большей вовлеченности и заинтересованности во внутривнутриполитической ситуации в стране.

Необходимо отметить, что молодёжь 20-30 лет имеет большую наполненность категории «Негативная символика». Более молодая группа отметила только направленность митинга против власти, в то время как для старших респондентов митинг скорее связан с произволом полиции, драками и беспорядками. Можно заметить, что люди 20-30 лет связывают митинг с его плачевными последствиями и относятся к нему более негативно.

Как младшая, так и старшая группа испытывает схожую эмоцию недовольства относительно митингов. Однако более взрослые люди также связывают эту форму протеста со страхом. Возможно, для них важнее собственная безопасность и они лучше осознают возможные негативные последствия протестных акций.

Категория «Протест» у двух групп наполнена такими значимыми ассоциациями как «протест», «борьба за права», «борьба», «бунт», «восстание», «собрание», «шествие». Видно, что митинг соотносится с активными иногда даже с агрессивными действиями, но при этом связан с ценностными ориентирами, как в случае с «борьбой за права». Более молодая группа также скорее связывает митинг с забастовкой, а группа постарше – с демонстрацией, несогласием и противостоянием.

Категория «Характеристики явления» содержит схожие для двух групп описания различных элементов митинга – «плакаты» и «скопление людей». Однако молодые люди из старшей группы склонны соотносить митинг с

требованиями, флагами, криками, лозунгами, а также допускают возможность мирного протеста. Можно сказать, что молодёжь 20-30 лет выделяет больше характерных черт митинга.

Таким образом, в результате анализа ассоциаций, полученных в ходе исследования можно сделать вывод о том, что для обеих возрастных групп (18-19 и 20-30 лет) митинг включает в себе такие значимые ценности как права и свобода и подразумевает активные, возможно агрессивные действия. При этом для младшей группы особенно важным является отстаивание своих прав, в то время как для старших значима возможность высказаться. Также стоит отметить, что молодые люди 20-30 лет выделяют в митинге больше негативных элементов и эмоций. Представления о митинге у молодёжи 18-19 лет в свою очередь скорее менее дифференцированы.

Список литературы:

1. Марин Е.Б. Молодёжные протестные настроения в Приморском крае (на примере студенчества) // Вестник Института социологии. - 2018. - №3. – С. 63-82.
2. Габа, О.И. Протестные настроения молодежи: теоретическая и эмпирическая каузальные модели // Горизонты гуманитарного знания. - 2015. - №1. - С. 43-57.
3. Прокофьев К.Г. К вопросу о классификации публичных мероприятий в Российской Федерации // Юридический вестник Самарского университета. - 2017. - №1. – С. 21-29.
4. Смирнова А.Ю. Формирование культуры гражданского общества: митинг как коммуникативное событие // Государственная служба. - 2013. - №6 (86). – С. 73-76.
5. Петренко, В. Ф. Психосемантические методы анализа политического менталитета общества // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. - 2017. - №7. - С. 259-270.

6. Серкин, В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики / В. П. Серкин. - М. : ПЧЕЛА, 2008. - 378 с.