

ОБРАЗ РОССИИ В СТРУКТУРЕ ГРАЖДАНСКОГО САМОСОЗНАНИЯ МОЛОДЕЖИ: ВИЗУАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

А. В. Селезнева

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия
ntonina@mail.ru

Н. В. Смутькина

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия
smulkina@mail.ru

А. Ф. Яковлева

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия
afyakovleva@gmail.com

Исследование выполнено при финансовой поддержке
Совета по грантам Президента РФ для государственной поддержки
молодых российских ученых и по государственной поддержке ведущих
научных школ РФ в рамках научного проекта № МД-1966.2020.6
«Национальное и гражданское самосознание современной
российской молодежи в условиях социокультурных угроз: политико-
психологический анализ» (соглашение № 075-15-2020-220 от 23.03.2020)

В статье исследуются психологические и социально-политические особенности молодого поколения россиян, определяющие основные черты, пути и способы формирования гражданского самосознания молодежи. Категория «*гражданское самосознание*» понимается как комплекс ценностных, когнитивных, рефлексивных, мотивационных и эмоциональных особенностей личности, определяющих ее устойчивую и осознанную самоидентификацию в качестве гражданина и выражающихся в ее взаимоотношении с государством и обществом. Структурно-содержательные характеристики образа России в сознании молодежи даны с позиций теории политического восприятия и разработок политических психологов в области изучения политического сознания молодежи, различных положений теории идентичности в аспекте понимания гражданской идентичности как основы политического самоопределения индивида.

Присущий современной молодежи образ России (комплекс представлений о ней как стране и государстве) исследуется в его *визуальном* измерении – через рисунки молодых людей, репрезентирующие их представления о России в виде изображений. В исследовании использована проективная рисуночная методика «Россия в виде дома», которая, как и любая другая подобная диагностическая техника, направлена на выявление глу-

бинных и слабо осознаваемых особенностей восприятия окружающей действительности и себя в этом мире. Основное внимание уделено смысловому содержанию представленных в рисунках сюжетов, их символическому наполнению, эмоциональному знаку изображений. Обобщение данных осуществлялось по параметрам когнитивной сложности и контурности образов.

Целевую группу исследования составили молодые российские граждане в возрасте от 15 до 30 лет в рамках трех возрастных групп: 15–17 лет, 18–23 лет, 24–30 лет. В ходе исследования было собрано и проанализировано 540 рисунков (по 180 рисунков респондентов каждой возрастной группы) в Москве и Санкт-Петербурге, в Краснодарском и Приморском краях, в Московской, Тверской, Липецкой, Омской областях, в республиках Крым и Северная Осетия – Алания (не менее 50 рисунков в каждом регионе).

По результатам исследования выделены как общие тенденции восприятия страны, определяющие гражданскую идентичность молодежи, так и особенности образа России у разных возрастных групп в структуре молодого поколения. Выделены несколько взаимосвязанных направлений (контуров) структурирования образа своей страны, включающих в себя разные аспекты представлений о России молодых россиян: личностно-эмоциональный, властно-государственный, цивилизационный. Отмечено, что наибольшие сложности формирования гражданской идентичности проявляются у младшей возрастной группы исследуемых россиян. Рассмотрение образа страны в структуре гражданского самосознания молодежи на визуальных данных – материалах проективных рисунков – позволило подтвердить наличие зависимости гражданской идентичности от соотнесения молодыми людьми себя с воспринимаемой общностью – Россией как социокультурным и политическим образованием. Сделан вывод о том, что использование визуальных методов в исследованиях молодежи представляется перспективным в том числе в силу особого «клипового» характера восприятия ею социально-политической реальности и значительной роли визуальных средств в ее коммуникации в социальной среде и виртуальном пространстве.

Ключевые слова: образ России, гражданское самосознание молодежи, поколение миллениалов (Y), поколение хоумлендеров (Z), гражданская идентичность, политико-психологический подход, визуальные методы.

THE IMAGE OF RUSSIA IN THE STRUCTURE OF THE CIVIC CONSCIOUSNESS OF THE YOUTH: A VISUAL DIMENSION

Antonina V. Selezneva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
ntonina@mail.ru

Natalia V. Smulkina

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
smulkina@mail.ru

Alexandra F. Yakovleva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
afyakovleva@gmail.com

The article examines the psychological and sociopolitical features of Russia's young generation, which determine the characteristics, ways and means of forming the civic consciousness of the youth. The category "civic consciousness" is understood as a complex of value, cognitive, reflexive, motivational and emotional characteristics of a person that determine their stable and conscious self-identification as a citizen and are expressed in a person's relationship with the state and society. The structural and substantive characteristics of the image of Russia in the minds of young people are given from the standpoints of the theory of political perception and developments of political psychologists in the field of studying the political consciousness of young people, various aspects of the theory of identity in terms of understanding civic identity as the basis of the political self-determination of the individual. The image of Russia, which is a complex of ideas about it as a country and a state, the modern youth has is explored in its visual dimension through young people's drawings representing their ideas about Russia in the form of images. The study used the projective drawing technique "Russia in the form of a house", which, like any other similar diagnostic technique, aims at identifying deep and poorly perceived features of the perception of the surrounding reality and oneself in the world. The main focus is on the semantic content of the plots presented in the drawings, their symbolic content, the emotional sign of the images. Data were generalized according to the parameters of the cognitive complexity and congruence of the images. The target group of the study consisted of young Russian citizens aged 15 to 30 within three age groups – 15 to 17, 18 to 23, and 24 to 30 years. In the course of the study, 540 drawings were collected and analyzed (180 drawings by respondents of each age group) in Moscow and St. Petersburg, in Krasnodar and Primorsky krais, in Moscow, Tver, Lipetsk, Omsk oblasts, in the Republics of Crimea and North Ossetia-Alania (at least 50 drawings in each region). Based on the results of the study, the authors identify general

tendencies of the perception of the country, which determine the civic identity of young people, and the distinctiveness of the image of Russia in different age groups in the structure of the younger generation. Several interrelated directions (outlines) of structuring the image of their country are also described, including different aspects of young Russians' ideas about Russia: personal-emotional, power-state, civilizational. The authors note that great difficulties in the development of civic identity are manifested in the younger age group of the studied Russians. The analysis of the image of the country in the structure of the civic consciousness of youth based on visual data, particularly materials of projective drawings, made it possible to confirm the existence of the dependence of civic identity on how the young correlate themselves with the perceived community – Russia as a sociocultural and political entity. The conclusion is made that the use of visual methods in youth research seems to be promising, including due to the specific “clip” nature of the youth’s perception of the sociopolitical reality and the significant role of visual means in the youth’s communication in the social environment and the virtual space.

Keywords: image of Russia, civic consciousness of youth, millennial generation (Y), homeland generation (Z), civic identity, political and psychological approach, visual methods.

DOI 10.23951/2312-7899-2021-2-110-129

Проблема изучения гражданского самосознания молодежи занимает в современной социогуманитарной науке особое место. Это обусловлено, во-первых, все возрастающим вниманием исследователей к изучению психологических и социально-политических особенностей молодого поколения россиян, выросшего в постсоветский период и значительно отличающегося от более старших когорт в структуре общества. Во-вторых, понятие «гражданское самосознание» входит в категориальный строй разных отраслей знания – философии, психологии, педагогики, социологии, политологии, что определяет его междисциплинарный характер. В-третьих, перед современной наукой стоит задача осмысления и концептуального обоснования актуализированного на государственном уровне процесса воспитания «детей и молодежи в духе гражданственности» [О Стратегии 2015], в результате которого происходит формирование «гражданина России, принимающего судьбу своей страны как свою личную, осознающего ответственность за ее настоящее и будущее» [Об утверждении 2017]. Таким образом, научные изыскания в области гражданского самосознания

молодежи приобретают особую значимость в контексте реальных процессов конструирования российской гражданской нации.

Несмотря на наличие определенного опыта как концептуально-анализа гражданского самосознания молодежи, так и практического изучения его отдельных составляющих – ценностей, представлений, идентификационных ориентаций, а также особенностей его формирования в процессе социализации, приходится констатировать отсутствие на сегодняшний день серьезных теоретических работ и комплексных эмпирических исследований в этой области, чрезмерно «вольное» (а порой и просто метафорическое) использование базовых категорий. Кроме того, за пределами внимания ученых порой остаются психологические и зачастую не вполне осознаваемые (а поэтому и сложно диагностируемые стандартизированными методиками) ментальные конструкции, которые отражают в сознании молодежи такие политические объекты, как государство, власть, политические институты, отдельные социальные группы и общество в целом, определяющие ключевые характеристики политической общности для отождествления себя с ней в качестве гражданина.

Концептуально-методологическая рамка и характеристика исследования

Концептуальной основой представленного в данной статье исследования является междисциплинарный синтез философских, политологических, социологических, психологических и иных подходов, который позволяет проводить комплексные исследования молодежи как субъекта социально-политических процессов. Для анализа структурно-содержательных характеристик образа России в сознании молодежи мы опираемся на положения теории политического восприятия [Bodenhause, Morales 2013; Herrmann 2013; Психология политического восприятия 2012] и разработки политических психологов в области изучения политического сознания молодежи [Селезнева 2013; Палитай 2016; Самаркина 2011]. Мы ориентируемся также на существующее в рамках теории идентичности политологическое понимание гражданской идентичности как основы политического самоопределения индивида [Семененко, Лапкин, Пантин 2010; Abdelal, Herrera, Johnston, McDermond 2006].

В рамках нашего исследования мы трактуем гражданское самосознание как комплекс ценностных, когнитивных, рефлексивных,

мотивационных и эмоциональных особенностей личности, определяющих ее устойчивую и осознанную самоидентификацию в качестве гражданина и выражающихся в ее взаимоотношении с государством и обществом. Смысловой фундамент гражданского самосознания составляет гражданская идентичность «как элемент Я-концепции, основанный на солидарности личности с нормами и ценностями определенной социальной группы» [Браун, Аркузин 2017, 178], в основе которой лежит сложная динамическая система представлений человека о Себе как гражданине [Фокина 2010, 243] и о Других как организованной определенным образом общности людей, по отношению к которой он самоопределяется. В первом случае речь идет об осознанном понимании человеком своих потребностей и интересов, прав и обязанностей, правил и норм, которых он готов придерживаться во взаимодействии с разными социальными и политическими субъектами, во втором – имеются в виду представления о государстве как политико-административной организации и соответствующих отношениях между различными политическими акторами, представления о стране как социокультурном образовании с присущими ему историческими, территориально-географическими и культурно-духовными особенностями. Одновременно гражданская идентичность, формирующаяся внутри больших групп людей с помощью ментального образа сходства, определяется и через то или иное «воображаемое сообщество», связанное с национально-государственными границами, так как народ со времен наступления эпохи Модерна может выступать «как суверен, <...> как согражданство, <...> как солидарная группа и <...> как сообщество происхождения (этнос)» [Малахов 2012, 283].

В фокусе внимания в данной статье находится присущий современной молодежи образ России – комплекс представлений о ней как стране и государстве. Особенность выбранного нами ракурса анализа заключается в том, что этот образ рассматривается в визуальном измерении – через рисунки молодых людей, репрезентирующие их представления о России в виде изображений. Такой подход, во-первых, основан на существующем в рамках политической психологии положении о том, что «визуальные компоненты образов имеют бессознательную природу» [Психология политического восприятия 2012, 18], поэтому традиционно используется для анализа политического восприятия и позволяет выявить неосознаваемые аспекты отношения людей к политическим объектам (в нашем случае – России, ее государственному устройству, политической

системе, социальным отношениям и пр.). Во-вторых, материалами для изучения являются полученные с помощью визуальных методов визуальные данные – «зафиксированные в доступной зрительной модальности форме продукты и репрезентации человеческого опыта» [Мельникова, Мезенцева 2018, 43]. В-третьих, анализ проводится с учетом особенностей визуализации, обусловленной семиотической комплексностью современного коммуникативного процесса, так называемой «поликодовой коммуникацией», в рамках которой «поликодовость коррелирует с понятием коммуникативного кода, если понимать под кодом систему условных обозначений, символов, знаков, правил их комбинации между собой для передачи, обработки, запоминания и хранения информации в наиболее оптимальной для этого форме» [Алмазова, Чернявская 2010, 173–174], в контексте которой исследуемая группа молодежи предстает как воспринимающая и в дальнейшем формирующая коммуникативный социально-политический ландшафт.

Методология исследования имеет политико-психологические основания и интегрирует теоретические и инструментальные возможности политологии и психологии для изучения заявленной проблемы в широком контексте социогуманитарного знания. В исследовании использована проективная рисуночная методика «Россия в виде дома», которая, как и любая другая подобная диагностическая техника, направлена на «выявление глубинных и слабо осознаваемых особенностей восприятия окружающей действительности и себя в этом мире» [Марченко 2017, 87]. При составлении схемы анализа и интерпретации полученных материалов авторы обращались к работам Т. В. Евгеньевой и В. В. Титова [Евгеньева, Титов 2010; Евгеньева, Селезнева 2017], а также опирались на собственные последние методические разработки [Смулькина 2020; Селезнева, Сафошкина 2020]. Основное внимание было уделено смысловому содержанию представленных в рисунках сюжетов, их символическому наполнению, эмоциональному знаку изображений. Обобщение данных осуществлялось по параметрам когнитивной сложности (полноте, детализированности, смысловой насыщенности) и конгруэнтности (согласованности разных элементов) образов.

Целевую группу нашего исследования составили молодые российские граждане в возрасте от 15 до 30 лет. В ходе исследования было собрано и проанализировано 540 рисунков (по 180 рисунков респондентов каждой возрастной группы молодежи: 15–17 лет, 18–23 лет, 24–30 лет) в Москве и Санкт-Петербурге, в Краснодарском

и Приморском краях, в Московской, Тверской, Липецкой, Омской областях, в республиках Крым и Северная Осетия – Алания (не менее 50 рисунков в каждом регионе). Выделение в структуре молодежи трех указанных категорий респондентов обусловлено не только сложившимися в возрастной психологии и социологии молодежи подходами к изучению данной социальной группы [Чупров, Зубок 2010; Артамонова 2017]. Современная молодежь, традиционно определяемая в возрастных границах 14–30 лет, с точки зрения теории поколений [Howe, Strauss 1991] включает в себя две поколенческие общности: миллениалов (Y), представленных средней и старшей возрастными когортами и составляющих большую часть молодежи, и хоумлендеров (Z), которая только находится в процессе формирования, но, судя по имеющимся в науке данным, уже обладает своей социальной и психологической спецификой [Радаев 2019; Воскресенский, Рабош, Суныгина 2018].

Результаты исследования и их интерпретация

По итогам анализа и интерпретации материалов проективных рисунков можно выделить как общие тенденции восприятия страны, определяющие гражданскую идентичность молодежи, так и особенности образа России у разных возрастных групп в структуре молодого поколения.

В первую очередь обращает на себя внимание отчужденное отношение молодых респондентов к своей стране, отсутствие заинтересованности в ее судьбе. Это выразилось в большом количестве рисунков, отнесенных в ходе обработки к следующим категориям: нейтральные, стереотипизированные, когнитивно бедные, рисунки с высокой степенью схематичности, не детализированные, рисунки небольшого размера. В равной степени были представлены изображения с позитивными и негативными сюжетами (24,2 % и 26 % соответственно), число амбивалентных по эмоциональному знаку изображений было невелико (7,1 %). Для большей части респондентов было свойственно изображать Россию в виде сельского дома (68 %), что свидетельствует о скорее эмоциональном, нежели рационализированном восприятии страны. Образ России в сознании молодежи выглядит скорее неконгруэнтным. Неоднозначными были оценки россиян по следующим тематическим кластерам: открытость дома (прорисовка дверей, заборов), взаимоотношения страны с миром (прорисовка дверей и окружающего дом пространства),

отождествление страны-дома с личным пространством (обжитость дома), проблемы и потенциал страны, стратегии ее развития (обустроенность дома).

Анализируя выявленные нами визуализированные (и нередко вербализированные, поскольку респонденты часто сопровождали свои изображения надписями) ассоциации по данным кластерам, можно выделить несколько взаимосвязанных направлений (контуров) структурирования образа своей страны, включающих в себя разные аспекты представлений о России в структуре гражданского самосознания молодых россиян.

Первый контур образа России – **лично-эмоциональный** – определяется как рационализированными оценками, так и неосознаваемыми психологическими импульсами молодых россиян. По эмоциональному знаку представления о стране в данном случае были выражены в самом широком диапазоне – от «самая лучшая страна в мире» до «разрушающийся страна-дом» или «страна-дом, падающий в бездну». В рамках данного контура Россия изображалась как «мой дом», «место, где я живу» или «вообще-то должен бы жить». Степень благоустройства дома, его обжитой или заброшенный вид символизировали характер удовлетворенности респондентов своей жизнью и жизнью российского общества. Проблемы самоидентификации молодых россиян с Россией были особенно заметны в непривлекательных сюжетах и изображениях. Важным моментом здесь является и слабая выраженность в рисунках географического компонента образа. Территория, являясь, несомненно, одной из фундаментальных категорий для формирования идентичности гражданского типа, не отражается в сознании молодых россиян как символически наполненный элемент образа страны.

Второй контур – **властно-государственный** – был представлен политизированными образами страны. В соответствующих изображениях чаще были представлены политические субъекты и властные институты. Нередко здесь были актуализированы темы размежевания власти и общества, темы политической стратификации. Символы и фреймы в рисунках нередко были посвящены общественному запросу к власти. Оценки эффективности работы политических институтов нередко сопровождалась отсылками к состоянию российской экономики, положением дел в российских регионах. Символы богатства России (*нефть, газ, лес*) выступают как своеобразные амбивалентные индикаторы, которыми молодые люди определяют как ресурсный потенциал страны (позитивный аспект), так и противоречия его использования и неэффективную

политику государства, обладающего огромными ресурсами (негативный аспект).

Третий контур образа России, который условно можно назвать **цивилизационным**, характеризуется смещением акцентов на историко-культурные и международные аспекты. В рисунках молодых россиян актуализируются ретроориентации, представление России во временной перспективе «*прошлое – настоящее – будущее*», обозначаются социокультурные особенности страны и ментальная исключительность народа.

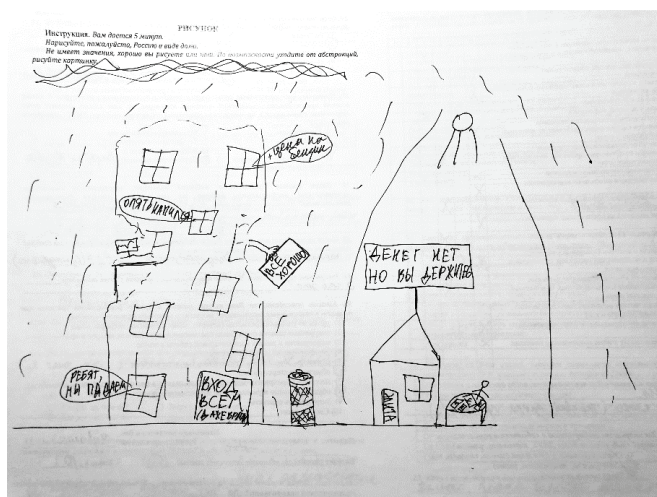
В рисунках респондентов присутствовали две разнонаправленные тенденции восприятия геополитического статуса России, оптимальных стратегий ее взаимодействия с международным сообществом. Так, в первом случае наблюдалось желание видеть нашу страну открытой миру, ориентация молодых респондентов на западные ценности, усиление международных контактов. Стремление отгородиться (*на рисунках – заборами, решетками, рвами с поднятыми мостами, неприступными лесами*) оценивалось респондентами в данном случае негативно, как символ застоя, отставания в развитии, эгоистичных планов власти, непросвещенности общества. Во втором случае изображения демонстрировали ориентацию молодежи на изоляционизм России. *Заборы и крепостные стены* представлены как символы защиты, решетки на окнах России-дома не удерживали жильцов внутри, а защищали, обозначая стремление отгородить себя от внешних вызовов и угроз. Нередко в данном случае звучали упоминания ментального потенциала нашей страны, поднималась тема самодостаточности России, ее ресурсного потенциала, способности (и необходимости) сохранить свою самобытность и не пасть жертвой опасных западных веяний.

Образ России у разных возрастных групп молодежи

Рассмотрим три небольших кейса, посвящённых особенностям политического восприятия своей страны молодыми россиянами разных возрастных групп и связанных с выявленными особенностями тенденции формирования у молодежи гражданской идентичности.

Образ России у респондентов в возрасте **15–17 лет** был неконгруэнтен и размыт по многим параметрам. Он имел скорее социально-культурную, а не политическую окраску. Властные образы были слабо персонифицированы, нередко власть ассоциировалась с абстрактными политическими группами, тайным закулисным, серыми

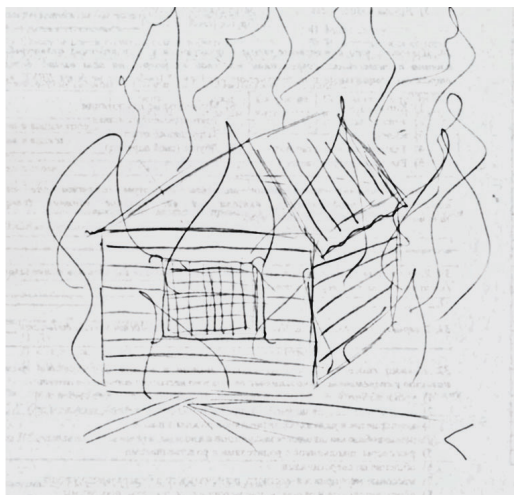
кардиналами, силовиками, о которых сами респонденты имели весьма смутное представление. Интерес к самой стране в данном кейсе был наименее выражен (по параметрам расположения рисунка на листе, прорисованности и детализации изображений). В своих изображениях школьники представляли типичные социально-экономические темы, тревожащие все российское общество. Однако, в сравнении с рисунками респондентов других возрастных групп, здесь тема социального неравенства была наименее актуализирована. При этом именно в данном случае наблюдалось и наиболее отчужденное отношение к своей стране. Указанный тезис подтверждает, например, зафиксированная тенденция рисовать Россию в виде не одного, а двух домов (дом элиты, власти и дом простого народа, общества), например, на ил. 1.



Ил. 1. Образ России в виде двух домов (мужчина, 16 лет).
Фото рисунка сделано авторами

Примечательно, что ни один дом при этом не воспринимается рисующим как собственный, что является иллюстрацией серьезных проблем с идентификацией себя в качестве гражданина. Стоит обратить внимание и на более актуализированную в рисунках тему заколоченных дверей, символизирующих заброшенность здания. Концепция «не мой дом» наиболее ярко проявляла себя именно в данном кейсе.

Еще одним нетипичным для остальных респондентов сюжетом, проявившимся в рисунках 15–17-летних граждан, было изображение дома в огне (ил. 2).



Ил. 2. Россия-дом в огне (мужчина, 17 лет).
Фото рисунка сделано авторами

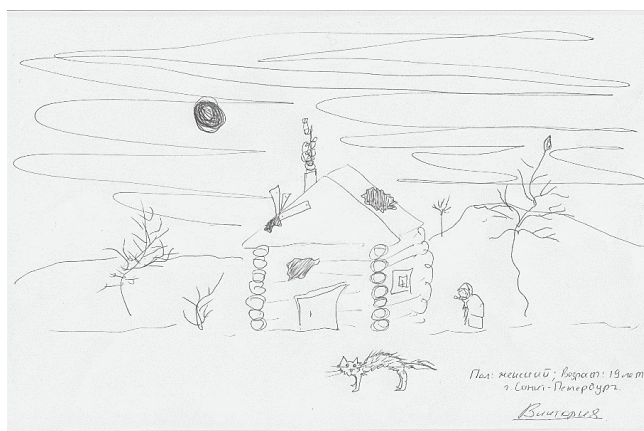
Склонность рисовать Россию в пламени может быть связана как с возрастными особенностями старшеклассников и свидетельствовать о стремлении к подростковой демонстративности. Однако она может говорить и о восприятии молодыми людьми России в состоянии «на грани», быть индикатором бессознательного восприятия точки бифуркации, перелома, опасного положения. Эта тенденция может иллюстрировать сформированные на уровне массового сознания непривлекательные образы кризисного будущего страны и неосознаваемое нежелание соотносить личное будущее с глобальными угрозами стране. Редко респондентами данной возрастной группы изображались символы открытости страны (*распахнутые окна, двери, ворота, дорожки*), при этом и символы изоляции, отчуждения (*заборы, закрытые двери*) также отсутствовали. Очевидно, юные россияне с трудом представляют себе стратегию выстраивания нашей страной взаимоотношений с другими государствами на мировой арене.

Страна как политическое образование интересует россиян **18–23 лет** в большей степени. Непривлекательные образы страны встречались чаще обычного. Особенно заметно были актуализированы темы несправедливости во взаимоотношениях власти и общества, ограничений свободы и вмешательства государства в частные дела граждан (*народ и власть изображались в рисунках на разных этажах, переходы между этажами нередко отсутствовали*). Образ власти был в наибольшей степени персонифицирован, ее ключевыми субъектами являлись политические лидеры (в первую очередь Президент

РФ). К политическим акторам относили также формализованные политические институты (Правительство РФ, министерства, силовые ведомства), а также РПЦ.

Наиболее упоминаемые в рисунках сюжеты были связаны с обсуждаемыми в обществе и СМИ тематиками, носили скорее ситуативный характер. В восприятии страны этой категорией молодежи в наибольшей степени была заметна реакция на информационную повестку.

Оценки благоустройства России-дома выстраивались вокруг существующих социальных проблем. Тема ветхих домов встречалась чаще, чем у респондентов других возрастных групп (ил. 3).



Ил. 3. Пример ветхого России-дома (женщина, 19 лет).
Фото рисунка сделано авторами.

Среди непривлекательных визуальных образов страны вторым по популярности после *России-ветхой избушки* был типаж *России-замка, крепости*, отгородившейся от всего мира и ограничивающей свободу своих жителей-граждан. На таких рисунках жители замка (власть и народ) находились в своеобразной конфронтации. Элита с верхних этажей дома не позволяла разбежаться жителям нижних этажей, подняв мосты и установив решетки в нижних ярусах. При этом она же изображалась «...готовой бросить дом и улететь в любой момент на личном вертолете, подготовленном на крыше в случае чего...».

Анализ рисунков молодых респондентов 18–23 лет позволяет говорить о том, что у представителей этой группы менее актуализирована потребность в безопасности, чем у юных россиян. Склонность к удовлетворению данной потребности, согласно полученным

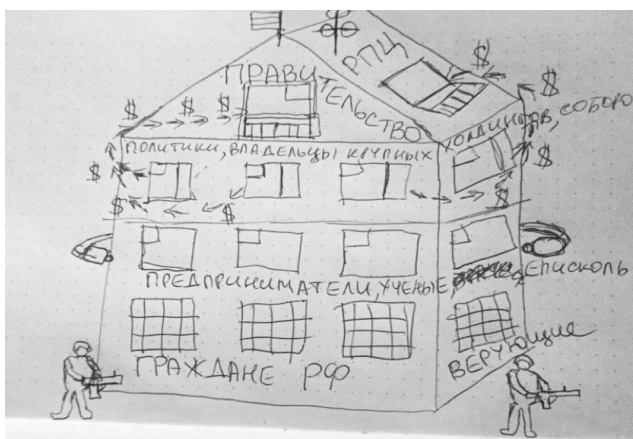
нами результатам, усиливалась при увеличении возраста респондента. При этом наиболее значимой респондентам студенческого возраста виделась ценность самовыражения, возможность влиять на власть, быть услышанной, понятой и принятой ею.

Наблюдаемые тенденции объяснимы. Респонденты 18–23 лет в наибольшей степени включены в обсуждение политической тематики и разные формы социально-политической активности. Студенческий статус представителей этой возрастной группы определяет фокус их внимания на свою страну через оценки реализации разных направлений государственной политики (например, образовательной), деятельности общественных организаций, развития молодежного активизма. Восприятие ими своей страны осуществляется через две ключевые модальности – «идеальное» (представления о реальном объекте формируются сквозь призму идеального образа) и «отчуждение» (нежелание отождествлять себя с проблемными процессами в стране, рационализированная отстраненность от политики и власти). Здесь в наибольшей мере было заметно декларативное восприятие своей страны. Гражданская идентичность в данном случае не сформирована вокруг осознания себя как политического субъекта.

У респондентов в возрасте 24–30 лет в большей степени был заметен интерес к теме России (в рисунках встретились 35,7 % изображений с позитивным, 31,4 % – негативным, 11,4 % – амбивалентным эмоциональным знаком).

Россия-дом у респондентов 24–30 лет выглядела как результат симбиоза государственной и социальной подсистем. Для молодых респондентов старшей возрастной группы образ политической элиты соотносился с образами различных государственных органов. В отличие от рисунков 15–17-летних респондентов, в которых чаще обычного изображались заколоченные и брошенные дома, и рисунков 18–23-летних, где дома были ветхими и разрушающимися, в данном кейсе проявляла себя тема захламленного дома (со свалками как внутри дома, так и снаружи). В сценах жизни жильцов России-дома встречались не только непривлекательные образы власти (общая тенденция восприятия), но и непривлекательные образы народа. Молодые «взрослые» чаще обращали внимание на социальные проблемы общества – *алкоголизм, наркоманию, лень народа, его безразличное отношение к политике и общественной жизни, к своим соседям, нежелание работать*. Кроме того, именно здесь оригинальным сюжетом было не просто отчуждение власти от общества, но и расслоение самого народа по уровню дохода, профессии и статусу, образу жизни.

В изображениях респондентов данной возрастной группы в большей мере были актуализированы символы силы, агрессии, насилия. Популярными в рисунках символами замков и решеток на окнах, высоких заборов иллюстрировали большую склонность молодых россиян к изоляционистским настроениям, наличие неосознанных страхов, стремление отгородиться от разного рода вызовов, защитить себя и свою семью. Если для респондентов 18–23 лет решетки на окнах выступали символом государственного принуждения, то для молодежи старшего возраста они были символом защиты от угроз извне. У респондентов 24–30 лет в большей мере, чем у респондентов остальных возрастных групп, была заметна неудовлетворенная потребность в безопасности (см. ил. 4).

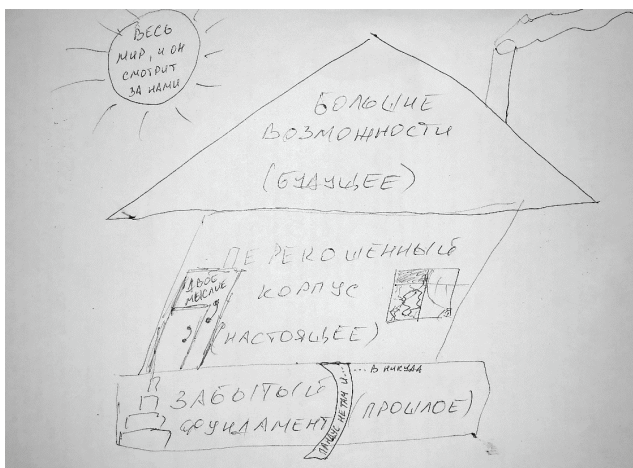


Ил. 4. Социальная стратификация в образе России (мужчина, 25 лет).
Фото рисунка сделано авторами.

Гражданская идентичность молодых россиян данной когорты в большей степени основана на ретроориентациях, образах прошлого (фундаментом дома выступали советское прошлое, наша история, позитивный и негативный опыт народа). У нарисованного России-дома не всегда был крепкий фундамент. Подпорки, трещины в стенах изображались своеобразными символами требуемых перемен. Тема ремонтирующегося России-дома у респондентов 24–30 лет пришла на смену темы ветхого дома 18–23-летних граждан. Ответственность за строительство кривоватого дома-страны возлагалась не только на власть, но и на народ (см. ил. 5).

Очевидно, что молодые россияне старшей возрастной когорты рассматривают страну и формируют свою идентичность сквозь призму личного опыта. Именно они в наибольшей степени взаи-

модействуют с институтами власти, что определяет их заинтересованность в политике и в решении общественных проблем. Респонденты данной группы активнее всего включены в трудовую деятельность, для них более актуальна проблема защиты своей семьи (собственных детей и родителей), взаимодействия с государственными структурами. Их гражданская идентичность опирается на более реальное восприятие текущих процессов и социальной реальности в целом. Образ себя (народа) у них при этом более оптимистичен, запросы к власти менее глобальны. Считая себя гражданами, молодые «взрослые» признают и происходящие в стране перемены, отмечают сложность задачи «отремонтировать» целую страну. Имея большой социальный опыт, обладая личными воспоминаниями о России ранних 2000-х и даже 90-х годов, они больше других готовы видеть Россию-дом не просто здесь и сейчас, а в широком пространственно-временном континууме. Соответственно, у россиян 24–30 лет уже отсутствует столь характерная младшим группам идеализация путей решения проблем, перед которыми стоит Россия. В большей степени выражены изоляционистские настроения. По их мнению, прежде чем вершить судьбы мира, Россия должна «вымести сор из своей избы», начинать преобразования нужно с себя. Следует отметить, однако, что установка на собственную активность в непростом деле ремонта России не была явно зафиксирована в рисунках. Активными гражданами, готовыми проявить себя в созидательном труде на благо страны, молодые россияне 24–30 лет воспринимают себя нечасто.



Ил. 5. Ретроориентации в образе России (мужчина, 30 лет).
Фото рисунка сделано авторами.

Выводы

Рассмотрение образа страны в структуре гражданского самосознания молодежи на визуальных данных – материалах проективных рисунков – позволило подтвердить наличие зависимости гражданской идентичности от соотношения молодыми людьми себя с воспринимаемой общностью – Россией как социокультурным и политическим образованием. Проведенное исследование позволяет утверждать, что специфика восприятия своей страны молодежью зависит, с одной стороны, от возрастных и психологических особенностей респондентов, от осознания себя как гражданина, осмысления окружающей социально-политической реальности, от специфики постепенного формирования политического сознания и гражданского самосознания в молодом возрасте. С другой стороны, отношение к России определяется особенностями политической социализации разных когорт в структуре молодежи, спецификой социального опыта, приобретенного в ходе взаимодействия с социальными, политическими институтами, государственными структурами.

Обобщение эмпирических данных в поколенческом разрезе позволяет увидеть специфику восприятия своей страны представителями разных когорт. Образ России у старшеклассников 15–17 лет – неполитизированный и идеализированный с явно выраженной социокультурной проекцией. Отношение к стране как политическому сообществу характеризуется объективной вынужденной отчужденностью: респонденты не ассоциируют себя с системой отношений «власть – народ», поскольку в силу возраста и социального статуса не включены полноценно в политические процессы. Образ России у молодых людей 18–23 лет политизированный и идеализированный, формируется сквозь призму субъективной рациональной отчужденности от власти и народа. Образ страны у представителей старшей возрастной группы – наиболее политизированный и реалистичный (неидеализированный). Респонденты 24–30 лет отождествляют себя с народом, который в их глазах выглядит непривлекательно и сильно дистанцирован от власти.

Наибольшие сложности формирования гражданской идентичности проявляются у младшей возрастной группы исследуемых россиян. У юных респондентов 15–17 лет слабо развито гражданское самосознание, основанное на самоидентификации со своей страной и определяющее специфику формируемого в массовом сознании образа России. Самосознание россиян данной возрастной

группы в меньшей степени опирается на кристаллизованные мировоззренческие концепты «я и мой выбор», «я и моя ответственность», «я и мои действия». Соответственно, и образ России в данном случае в меньшей степени опирается на эти установки, а на неосознаваемом уровне имеет нечеткие смысловые связи с другими конструктами (мой народ, моя власть, моя культура, моя территория).

Изучение образа России в его визуальном измерении с применением проективных методов имеет важное научное междисциплинарное значение, поскольку существенно расширяет концептуально-методологический потенциал социогуманитарных наук в направлении исследования гражданского самосознания молодежи. Полученные нами данные не только подтверждают выявленные ранее закономерности восприятия своей страны ее молодыми гражданами [Палитай, Селезнева 2019], но и в значительной мере дополняют и уточняют их. Использование визуальных методов в исследованиях молодежи представляется тем более актуальным в силу особого «клипового» характера восприятия ею социально-политической реальности и значительной роли визуальных средств в ее коммуникации в социальной среде и виртуальном пространстве.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Алмазова, Чернявская 2010 – Алмазова Н. И., Чернявская В. Е. Коммуникация в поликодовом пространстве: лингвосемиотический и дидактический аспекты // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета (Общество. Коммуникация. Образование). 2010. № 105. С. 173–177.
- Артамонова 2017 – Артамонова Е. Г. Подростки «цифрового поколения»: штрихи к портрету // Образование личности. 2017. № 4. С. 28–34.
- Браун, Аркузин 2017 – Браун О. А., Аркузин М. Г. Подходы к определению и структурно-содержательные характеристики понятия «гражданское самосознание личности» // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2017. № 4 (28). С. 176–180.
- Воскресенский, Рабош, Сунягина 2018 – Воскресенский А. А., Рабош В. А., Сунягина А. Г. Постматериальные ценности поколения Z на пути к обществу знаний – к постановке проблемы // Общество. Среда. Развитие. 2018. № 1. С. 84–87.

- Евгеньева, Селезнева 2017 – *Евгеньева Т. В., Селезнева А. В.* Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз.* 2017. № 4. С. 48–64.
- Евгеньева, Титов 2010 – *Евгеньева Т. В., Титов В. В.* Формирование национально-государственной идентичности российской молодежи // *Полис. Политические исследования.* 2010. № 4. С. 122–134.
- О Стратегии 2015 – *О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации* // Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683. URL: <https://rg.ru/2015/12/31/nac-bezopasnost-site-dok.html>
- Об утверждении 2017 – *Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования* // Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 (ред. от 29.06.2017). URL: <http://base.garant.ru/70188902/>
- Психология политического восприятия 2012 – *Психология политического восприятия в современной России* / под ред. Е. Б. Шестопал. М.: РОССПЭН. 2012. 423 с.
- Малахов 2012 – *Малахов В. С.* Вообразить «народ» // *Отечественные записки.* 2012. № 2 (47). С. 283–295.
- Марченко 2017 – *Марченко А. В.* Применение проективных методик в маркетинговых исследованиях // *Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право.* 2017. № 1 (7). С. 86–98.
- Мельникова, Мезенцева 2018 – *Мельникова О. Т., Мезенцева А. С.* Визуальные методы в социально-психологическом исследовании // *Социальная психология и общество.* 2018. Т. 9. № 3. С. 42–52. DOI: 10.17759/sps.2018090305
- Селезнева 2013 – *Селезнева А. В.* Политико-психологические особенности политического сознания современной российской молодежи // *Вестник Томского университета. Философия. Социология. Политология.* 2013. № 3. С. 128–136.
- Самаркина 2011 – *Самаркина И. В.* Молодежь и формирование ее политической картины мира в современных социально-гуманитарных исследованиях // *Теория и практика общественного развития.* 2011. № 8. С. 17–21.
- Селезнева, Сафошкина 2020 – *Селезнева А. В., Сафошкина Е. А.* Эмоциональный компонент гражданственности российских старшеклассников: политико-психологический анализ // *Русская политология.* 2020. № 1. С. 26–35.
- Семененко, Лапкин, Пантин 2010 – *Семененко И. С., Лапкин В. В., Пантин В. И.* Идентичность в системе координат мирового развития // *Полис. Политические исследования.* 2010. № 3. С. 40–59.

- Смутькина 2020 – Смутькина Н. В. Представления россиян о роли избирателя в электоральном процессе: опыт применения проективных техник в политическом исследовании // Русская политология. 2020. № 1 (14). С. 110–119.
- Палитай, Селезнева 2019 – Палитай И. С., Селезнева А. В. Восприятие своей страны российской молодежью: ценностно-символический и политико-культурный аспекты // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки (Общество. Коммуникация. Образование). 2019. Т. 10, № 2. С. 123–135. DOI: 10.18721/JHSS.10211
- Палитай 2016 – Палитай И. С. Методология политико-психологического исследования массового политического сознания в трансформирующихся обществах // Политическая наука. 2016. Спецвыпуск. С. 193–203.
- Радаев 2019 – Радаев В. Миллениалы: Как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 2019. 224 с.
- Фокина 2010 – Фокина И. В. Ценностные ориентации и гражданское самосознание молодежи как взаимодействующие психологические феномены // Система ценностей современного общества. 2010. № 16. С. 240–245.
- Чупров, Зубок 2010 – Чупров В. И., Зубок Ю. А. Социология молодежи: учебник. М.: Норма: ИНФРА-М, 2010. 336 с.
- Abdelal, Herrera, Johnston, McDermont 2006 – Abdelal R., Herrera Y., Johnston A. I., and McDermont R. Identity as a Variable // *Perspectives on Politics*. 2006. Vol. 4, No 4. pp. 695–711. DOI: 10.1017/S1537592706060440.
- Bodenhause, Morales 2013 – Bodenhause G. V., Morales J. R. Social cognition and perception. In I. Weiner (Ed.) *Handbook of psychology*. Hoboken, NJ: Wiley. 2nd ed. pp. 225–246.
- Herrmann 2013 – Herrmann R. Perception and Image Theory in International Relations. In D. O. Sears, L. Huddy, R. Jervis (Ed.) *Oxford Handbook of Political Psychology*. New York: Oxford University Press, 2013. pp. 334–363.
- Howe, Strauss 1991 – Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.

Материал поступил в редакцию 01.09.2020

Материал поступил в редакцию после рецензирования 28.12.2020