

PSIHLOGIE SOCIALĂ ȘI ORGANIZAȚIONALĂ

CZU: 159.923.2: [659:070]

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В НОВОСТНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Ирина БОНДАРЕВСКАЯ

Институт социальной и политической психологии НАПН Украины

CITIZENSHIP IDENTITY OF A PERSON IN NEWS MEDIA SPACE

The present article deals with the description of citizenship identity as a type of social identity co-existing in the system of social identities. Citizenship identity model consisting of meaning content, citizenship activity and behavior in concrete situation of interaction is presented. Meaning content includes a system of citizenship values and citizenship attitudes. Psychological methods of citizenship identity research are offered taking into consideration their limitations. They include Schwartz Value Inventory, open-end statements, Color Test of Attitudes (Etkind, 1983), Citizenship Behavior Questionnaire (Zalewska & Krzywoz-Rynkiewicz, 2011), experiments. Training program of citizenship identity of a person in news media space is developed. The training is divided into two structural parts covering notions of citizenship identity and news media literacy implying reason-based trust. It is concluded that citizenship education is an important tool in formation of citizenship identity as belonging to civic society by showing values, attitudes and behavior patterns accepted in current civic society as a norm. News media is another powerful tool for citizenship identity formation or destruction. That is why citizenship education should include media literacy development programs in order to prevent destruction of citizenship identity by mass media. For a perspective of empirical studies, it could be especially interesting to compare results in multiethnic societies with different levels of economic prosperity, different levels of interethnic tension and peculiarities of political trust as well as taking into consideration different military situations and other threats which many states encounter at present.

Keywords: *citizenship identity, citizenship identity model, methods of research, media literacy, training program, trust, Ukraine.*

IDENTITATEA CIVICĂ A INDIVIDULUI ÎN CONTEXTUL MASS MEDIA

În articol identitatea civică este abordată drept un tip de identitate socială într-un sistem de identități sociale multiple. Modelul identității civice include semnificațiile atribuite cetățeniei (valori și atitudini civice), activitatea de cetățean și conduitele corespunzătoare unor situații interacționale concrete. Metodele de studiere a identității civice, cu limitele corespunzătoare fiecăreia, ar fi: Inventarul de valori al lui Schwartz, fraze neterminate, testul culorilor (Etkind, 1983), chestionarul pentru studiul comportamentului civic (Zalewska & Krzywoz-Rynkiewicz, 2011), experimentul. În acest context, propunem un program de training privind formarea identității civice în spațiul informațional, care conține două etape: dezvoltarea identității civice și formarea abilităților de analiză critică a informației din mass media. Se constată că dimensiunea educațională este un factor esențial în constituirea identității civice, prin transmiterea de valori, formare de atitudini și comportamente dezirabile într-un mediu social anume. Pe de altă parte, spațiul informațional este un alt factor important pentru construcția sau deconstrucția identității civice. În acest sens, educația civică trebuie să includă și formarea de abilități de analiză a informațiilor din mass media, în vederea prevenirii influențelor negative. Dintr-o perspectivă comparată, considerăm că studiile ulterioare ar urma să investigheze rezultatele înregistrate în societățile multietnice cu niveluri diferite de bunăstare economică, tensiuni interetnice, încredere în fenomenul politicului, prezența unor conflicte militare și alte amenințări ce pot fi întâlnite la etapa contemporană.

Cuvinte-cheie: *identitate civică, modelul identității civice, metode de studiu, analiză mass media, training, încredere, Ucraina.*

Введение

В контексте нынешних политических и экономических процессов разработка концепции гражданской идентичности становится всё более важной. Данные процессы приводят к формированию мультикультурных обществ, в которых возникает необходимость развития общей социальной идентичности. Такой общей социальной идентичностью может стать гражданская идентичность, основанная на чувстве принадлежности к гражданскому обществу. Гражданская идентичность может рассматриваться в качестве вида социальной идентичности, сосуществующей в системе социальных идентичностей наряду с другими социальными идентичностями, такими как гендерная идентичность, этническая идентичность, региональная идентичность, профессиональная идентичность и т.д.

Европейский Союз, например, расширяет границы, принимая новые страны, кроме того, сталкивается с интенсивной иммиграцией. Принятие различных культур требует развития общей идентичности «гражданина Европейского Союза». Очевидно, что процессы, требующие сосуществования различных культур на территории одного политического образования, происходят не только в Европейском Союзе, но и в различных частях мира со свойственными политическими, экономическими и культурными особенностями регионов.

В условиях гибридных войн, сопровождающихся информационными войнами, стабильная гражданская идентичность может рассматриваться в качестве основного ресурса государственной безопасности. В Украине недостаточно выраженная украинская гражданская идентичность среди крымского населения послужила одной из причин аннексии Крыма Российской Федерацией.

В свою очередь, одной из причин несформированной гражданской идентичности жителей Крыма стала небывалая коррупция органов государственной власти Украины на территории Автономной Республики Крым, в частности – прокуратуры и милиции. Так, прокурор Автономной Республики Крым в конце 1990-х, после ликвидации крымских организованных преступных группировок, вымогал у предпринимателей за возможность заниматься предпринимательской деятельностью суммы, почти в 7 раз превышавшие суммы, выплачиваемые организованным преступным группировкам на тех же условиях. Кроме того, покрывал заказные убийства предпринимателей.

Такие действия представителей украинской власти, которых в Крым прислали из других областей Украины, способствовали развитию среди жителей Крыма крайнего недоверия к Украине как к государству. Социальные, политические и экономические причины аннексии сопровождалась интенсивными пророссийскими медиакомпаниями в Крыму. На фоне ностальгии по историческому прошлому России, отсутствия адекватной политики образования, тиражируемых крымскими и российскими медиа псевдоугрозами со стороны украинских националистов, а также поддержки российских военных, пророссийским политическим силам не составило большого труда провести псевдореферендум в марте 2014 года. При этом, невозможно переоценить роль медиа в формировании политических предпочтений населения Крыма. Таким образом, власти Российской Федерации при аннексии Крыма воспользовались предпосылками, созданными коррумпированными украинскими властями.

Целями данной статьи является рассмотрение модели гражданской идентичности как вида социальной идентичности и социально-психологических методов исследования гражданской идентичности.

Обсуждение результатов

Политические, экономические, социальные вызовы, с которыми сейчас сталкиваются большинство обществ, требуют высокой медиаграмотности, с тем чтобы противостоять негативным эффектам медиа. Разрушение гражданской идентичности может рассматриваться в качестве одной из целей гибридной войны. Эту цель возможно достигнуть при помощи медиа, в особенности новостных медиа. Различные фейковые новости или перекрученные факты могут подорвать те основы гражданской идентичности, которые связаны с аттитюдами, и привести к дестабилизации гражданской идентичности.

В ситуации получения сомнительной информации, которая может быть результатом значительно перекрученных фактов, потребителям новостных медиа необходимо задуматься над целями распространения данной информации и тем, кто от этого выигрывает, в особенности в военное время. Во времена высоких скоростей, открытого доступа к знаниям и информации, а также сложных систем социальных отношений и социальных медиа, сознание потребителей информации перегружено настолько, что необходимы хотя бы базовые навыки, чтобы защитить себя от деструктивных влияний

медиа, принимая во внимание недостаток времени на проверку информации. Следовательно, неизбежно встаёт вопрос о доверии новостным медиа.

В условиях низкого доверия к медиа в Украине речь идёт скорее о виде доверия, чем об уровне. Чрезвычайное недоверие ко всем медиа вряд ли можно считать успешным достижением целей медиаграмотности. Вместо этого, формирование обусловленного доверия, связанного с рациональным принятием решения потребителями новостных медиа, может стать концептуальной основой для разработки тренингов медиаграмотности. Навыки актуализации обусловленного доверия являются необходимым условием медиаграмотности. Таким образом, можно предположить, что оптимизация вида доверия новостным медиа способствует сохранению гражданской идентичности в условиях деструктивных влияний новостных медиа.

Рассмотрим более подробно концепцию гражданской идентичности. Этнические основы гражданской идентичности становятся всё менее актуальными по сравнению с общими ценностями людей, проживающих на одной территории, в одном государстве. Другой причиной, подрывающей этнические основы гражданской идентичности, является миграция представителей различных этнических групп в связи с политическими, экономическими, социальными, военными причинами.

Для того чтобы измерить изменения в такой сложной структуре, как гражданская идентичность, её необходимо разделить на компоненты. Была разработана соответствующая социально-психологическая модель гражданской идентичности, отражающая её структуру [1]. Социально-психологическая модель гражданской идентичности представлена на приведенном рисунке. В соответствии с этой моделью, гражданская идентичность состоит из смыслового содержания, гражданской активности, в которой проявляется смысловое содержание, и поведения в конкретной ситуации взаимодействия. Смысловое содержание включает систему гражданских ценностей и гражданских аттитюдов. В то время как гражданские ценности расположены в центре (наиболее стабильный компонент), гражданские аттитюды (более подверженные изменениям) расположены в слое, следующем за центром. Третий слой, гражданская активность, ещё более подверженная изменениям, чем предыдущие. Внешний слой, поведение в конкретной ситуации взаимодействия, наиболее подверженное изменениям и влияниям.

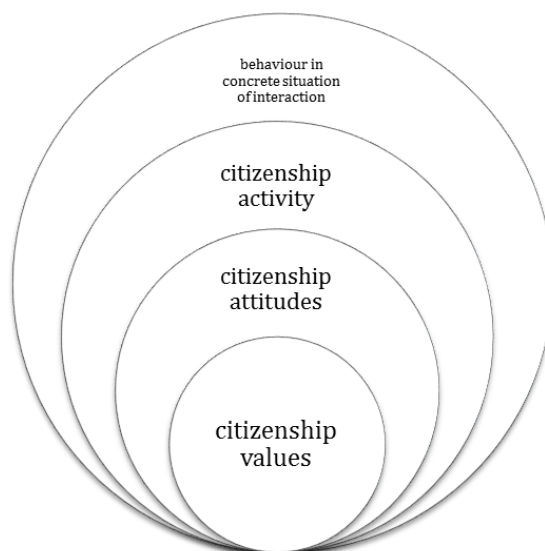


Рисунок. Социально-психологическая модель гражданской идентичности.

Следует подчеркнуть, что аттитюды, связанные с историей, составляют важную часть смыслового содержания гражданской идентичности. Именно эта часть гражданской идентичности зачастую становится мишенью для манипулирования посредством новостных медиа в гибридных войнах, к примеру – в сюжетах о героях и событиях второй мировой войны.

Эмпирическое исследование, проведенное в Украине в 2016 году на выборке, включавшей 371 подростка в возрасте 11, 14 и 17 – 18 лет, показало, что национальная идентичность этих подростков не связана с интересом к истории [2]. Даже если понимать национальную идентичность как отличную

от гражданской идентичности, результаты исследования говорят о необходимости развития исторической грамотности, предоставляя студентам факты и навыки критического мышления, которые помогут им справиться с воздействиями пророссийской пропаганды.

Перейдём к рассмотрению возможных социально-психологических методов исследования гражданской идентичности в соответствии с каждым компонентом модели: гражданскими ценностями, гражданскими аттитюдами, гражданской активностью и поведением в конкретной ситуации взаимодействия. Среди методов проведения эмпирических исследований назовём следующие: методика Шварца для изучения ценностей личности [3], незаконченные предложения, цветовой тест отношений [4], опросник гражданского поведения [5], эксперименты. Существующие методы, разработанные для социально-психологических исследований, не вполне подходят для измерения гражданской идентичности, однако на их основе могут быть разработаны более подходящие методы исследования гражданской идентичности.

Методика Шварца для изучения ценностей личности в значительной степени может выявлять гражданские ценности, однако не полностью, поскольку изначально была разработана для других целей. Первая часть опросника «Обзор ценностей» состоит из двух списков слов, характеризующих 57 ценностей (терминальные ценности). Вторая часть опросника «Профиль личности» состоит из 40 описаний человека (инструментальные ценности) [6].

Незаконченные предложения позволяют выявить когнитивный компонент аттитюдов. Примером такого незаконченного предложения может быть: «Нынешние судебные реформы ведут к ...». Такие незаконченные предложения могут использоваться для выявления смыслового содержания и являются особенно ценными на первом этапе исследования. В дальнейшем их можно заменить 5-балльной шкалой Лайкерта, которую часто используют в качестве одного из методов измерения аттитюдов.

Особенно интересно измерить аффективные компоненты аттитюдов. Зачастую когнитивные компоненты гораздо более нейтральны и гораздо менее негативны, чем аффективные. Причинами такой нейтральности когнитивных компонентов могут быть социально желаемые ответы и защитные механизмы. Аффективные компоненты можно измерить при помощи проективной методики цветового теста отношений, разработанного в 1980-х гг. в Ленинграде А.М. Эткиндоном на основании 8-цветового теста Люшера [7].

Опросник гражданского поведения [8] измеряет активное, полуактивное и пассивное гражданское поведение у школьников в возрасте 11 – 17 лет. Опросник состоит из 34 вопросов, измеряемых по 4-балльной шкале. Каждая из трёх шкал содержит субшкалы: активное гражданское поведение – политическая активность, активность ради изменений, социальная активность, личная активность; полуактивное гражданское поведение – преданность, голосование, общественное благо и честная работа; пассивное гражданское поведение – национальная идентичность и патриотизм.

Вышеперечисленные методы помогают изучить компоненты гражданской идентичности, однако необходима разработка их согласованности. Кроме того, интересно сравнивать результаты в мультиэтнических обществах с различными уровнями экономического благосостояния, различными уровнями межэтнической напряженности и особенностями политического доверия, принимая во внимание военные ситуации и другие угрозы, с которыми в настоящее время сталкиваются многие государства.

Выводы

В заключение необходимо отметить, что гражданское образование является важным инструментом формирования гражданской идентичности как принадлежности к гражданскому обществу посредством демонстрации ценностей, аттитюдов и моделей поведения, принятых в современном гражданском обществе в качестве нормы. Новостные медиа выступают другим мощным инструментом формирования или разрушения гражданской идентичности. Поэтому гражданское образование должно включать программы развития медиаграмотности, помогающие избежать разрушения гражданской идентичности посредством массовой информации.

Доверие или недоверие властям напрямую связано со многими видами гражданской активности как важной компоненты гражданской идентичности. Каждый представитель властей несёт ответственность не только за прямые последствия своих действий в краткосрочной перспективе, но и за долгосрочные последствия, одним из которых является недоверие властям. Недоверие властям, в свою

очередь, ведёт к сепаратизму и потере территорий. Т.Матусевич [9] отмечает, что каждое политическое решение, политика и закон должны быть основаны на универсальных ценностях гуманизма, ценности человеческой жизни, ответственности.

Литература:

1. BONDAREVSKAYA, I. Citizenship identity model. In: *Proceedings of the 4th international scientific and practical seminar: Psychology of political and economic self-constitution*, 20th May 2016. Kyiv: Advance, p.18-23.
2. BONDAREVSKAYA, I., KRZYWOSZ-RYNKIEWICZ, B., BONDAR, E. Young people's citizenship activity in times of war threat: Case of Ukraine. In: *Citizenship Teaching and Learning*, 2017, no12(2), p.189-206.
3. КАРАНДАШОВ, В.Н. *Методика Шварца для изучения ценностей личности*. Санкт-Петербург: Речь, 2004.
4. ЭТКИНД, А.М. *Цветовой тест отношений: методические рекомендации*. Ленинград: Ленинградский научно-исследовательский психоневрологический институт им. В.М. Бехтерева, 1983.
5. ZALEWSKA, A.M., KRZYWOSZ-RYNKIEWICZ, B. *Psychologiczne portrety mlodych obywateli*. Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica, 2011.
6. КАРАНДАШОВ, В. Н. *Op. cit.*
7. ЭТКИНД, А.М. *Op. cit.*
8. ZALEWSKA, A.M. and KRZYWOSZ-RYNKIEWICZ, B. *Op. cit.*
9. MATUSEVYCH, T. Values transformation in transitional societies: Revolution or eclecticism? In: *Annals of the University of Craiova. Philosophy Series*, 2016, no38(2), p.142-149.

Date despre autor:

Irina BONDAREVSKAYA, doctor în psihologie, cercetător la Institutul de Psihologie Socială și Politică, NAES (Kiev, Ucraina) și conferențiar universitar la Universitatea de Management Educațional (Kiev, Ucraina).

Email: ibondarevskaya@yahoo.com

Prezentat la 15.10.2018