

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

## Образы лидеров общественного мнения в сознании молодёжи Москвы

Научный руководитель – Палитай Иван Сергеевич

*Стрельникова Виктория Игоревна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

*E-mail: v.strelnikova102@gmail.com*

Лидеры общественного мнения играют ключевую роль в формировании и изменении мировоззрения общества. В современном информационном обществе, насыщенном потоком новостей, мнений и данных, их влияние становится особенно заметным. Они способны собрать вокруг себя аудиторию, обладающую определенными ценностями и убеждениями, и повлиять на их взгляды и поведение.

Лидеров общественного мнения можно найти как среди политических лидеров, так и среди гражданских лидеров. Лидер мнения в теории коммуникации - это человек, который выступает в роли посредника между средствами коммуникации и группой населения, осуществляет выбор и интерпретацию транслируемой информации. Таким образом, лидеры общественного мнения могут быть как политическими деятелями, так и общественными деятелями, блогерами, журналистами или представителями других сфер. Их слова и поступки оказывают воздействие на формирование общественного мнения, могут вызывать дискуссии, влиять на политические решения, формировать тренды и модели поведения.

Современная молодежь является достаточно уникальной социальной группой. Политическая социализация проходила у неё в иных условиях, нежели у старших поколений. В первую очередь это связано с идеологическим вакуумом, сформировавшимся в России после распада Советского Союза. Увеличилось влияние интернета на формирование политических и идеологических представлений граждан. В целом, молодёжь разделяет и универсальные ценности, и те ценности, которые характерны для российской культуры. Однако они зачастую не имеют под собой идеологической подоплёки.

Важными агентами политической социализации для молодёжи являются семья, система образования; СМИ; органы политической власти; различные общественные организации; церковь. В отличие от предыдущих поколений заметно ослабла роль таких институтов как армия, профсоюзы, трудовые коллективы.

Стоит отметить, что для молодёжи традиционные средства массовой информации (пресса, телевидение, радио) теряют прежнюю актуальность. Связано это в первую очередь с тем, что они оказывают одностороннее воздействие и не предусматривают возможность обратной связи. Поэтому процесс политической социализации молодёжи преимущественно проходит в интернете. Обратную связь обеспечивает функция комментирования новостей, которая увеличивает интерес к информации. Интернет имеет большой манипуляционный потенциал для молодёжи. Сеть играет важную роль в консолидации протестных настроений и движений. Интернет следует рассматривать как канал преобразования политической реальности и платформу для формирования повестки.

Сейчас основной платформой для лидеров общественного мнения стали социальные сети. Социальные сети являются неотъемлемой частью жизни молодежи, и их влияние на политическое поведение молодых пользователей невозможно недооценить. Платформы социальных сетей предоставляют молодым людям возможность высказывать свои мнения,

обмениваться информацией, создавать сообщества и участвовать в обсуждениях политических тем. С развитием социальных сетей значительно меняется модель коммуникации. Онлайн-пространство становится новой коммуникативной системой, где, в отличие от модели двухступенчатой коммуникации, описанной Полом Лазарсфельдом, взаимоотношения между акторами нелинейны. Один из главных аспектов новой концепции лидеров общественного мнения в социальных сетях - наличие обратной связи от зрителей (слушателей, читателей). Таким образом, создается метасообщество, где происходит не только получение информации от лидера мнений, но и обсуждение контента. Такой формат коммуникации некоторые исследователи называют «экосистемой». Важно отметить, что в современную эпоху цифровизации, гаджетизации и развития социальных сетей традиционное понимание лидеров общественного мнения значительно трансформируется.

Одним из основных способов влияния социальных сетей на политическое поведение молодежи является формирование общественного мнения. Публикации, комментарии, репосты и обсуждения политических событий могут создавать определенную картину мира, влиять на восприятие политики и формировать политические убеждения.

Важное значение приобретает образ лидера общественного мнения, который закрепляется в сознании его последователей. Образ тесно связан с процессом восприятия. Если учесть, что восприятие представляет собой отражение в массовом и индивидуальном сознании власти, лидеров, партий, государств и других политических объектов, то базовыми строительными блоками этого процесса являются именно образы. Психологический термин «образ» отражает обобщенное представление о мире (объектах, явлениях), сформированное на основе обработки информации, поступающей через органы чувств. Интересно, что образ может соответствовать человеку, полностью совпадать с транслируемой им позицией, а может идти вразрез. Кроме того, крайне важно понимать, кто именно воспринимается молодежью как лидер, какие черты личности характеризуют его с этих позиций.

Политический образ - это, так же как и любой другой образ, во-первых, отражение реальных особенностей объекта восприятия, таких как политическая власть, личность лидера, особенности различных политических партий, страны и т.д. Эти характеристики образа формируются на основе объективных факторов и во многом определяют его политическое содержание. С другой стороны, образ представляет собой отражение ожиданий субъекта восприятия, то есть граждан. В политическом образе проявляются потребности и мотивы, знания и представления, мнения, оценки и стереотипы, ожидания, эмоции, требования массового сознания к власти. Эти элементы образа определяются субъективными факторами. Например, кто-то может воспринимать только сильного человека, транслирующего "hard skills", а для кого-то ключевым является навыки дипломатии.

Исследование образов лидеров общественного мнения в сознании молодежи является чрезвычайно актуальным в современном обществе по ряду причин.

Во-первых, молодежь представляет собой ключевую часть общества, будущее которого зависит от формирования их ценностей, убеждений и взглядов на общественные процессы. Понимание того, какие образы лидеров общественного мнения присутствуют в их сознании, поможет более точно выстроить взаимодействие между молодежью и лидерами, понять, как наиболее эффективно донести до молодежи свои идеи и ценности.

Во-вторых, современная молодежь активно использует социальные сети, медиа и информационные платформы, где образы лидеров общественного мнения имеют большое значение. Анализ того, какие лидеры являются наиболее влиятельными среди молодежи, какие качества и характеристики они ценят, может помочь в эффективной коммуникации с этой аудиторией.

Кроме того, в условиях быстрого информационного обмена и разнообразия источников новостей, понимание того, как формируются образы лидеров общественного мнения в

сознании молодежи, позволит лучше прогнозировать и воздействовать на политические и социальные процессы, ориентируясь на потребности и интересы молодых людей.

Таким образом, исследование образов лидеров общественного мнения в сознании молодежи является важным шагом к пониманию механизмов формирования ценностей и политических убеждений нового поколения, а также к разработке стратегий взаимодействия с молодежью в современном информационном обществе.

В рамках изучения этого вопроса, мною были проведены исследования методом фокус-групп, которые демонстрируют разницу между восприятием основных фигур лидеров общественного мнения у разных социальных групп внутри молодежи.

Таким образом, изучение образов лидеров в сознании молодежи является важной и актуальной темой для научных исследований.

### Источники и литература

- 1) Палитай И. С. Средства массовой коммуникации как фактор формирования образа страны // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2018. №41.
- 2) Шестопал, Е. Б. Идеальные представления как фактор восприятия реального политического лидера / Е. Б. Шестопал, Н. Н. Рогач // Полис. Политические исследования. – 2020. – № 4. – С. 166-180.
- 3) Шестопал Е. Б. Особенности использования психологических методов для изучения политического восприятия // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. No 3. С. 81–90.
- 4) Рябченко, Н. А. Модель коммуникации «Говорящий — Слушающий» в условиях цифровизации лингвистического поворота: опыт сетевого и лингводискурсивного анализа контента видеохостинга «YouTube» / Н. А. Рябченко, О. П. Малышева, В. В. Катермина, А. А. Гнедаш // Политическая лингвистика. — 2021. — No 1 (85). — С. 81-94. — DOI 10.12345/1999-2629\_2021\_01\_07.
- 5) Ефанов А. А. Инфлюенсер как особый тип лидера общественного мнения // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inflyuenser-kak-osobyu-tip-lidera-obschestvennogo-mneniya> (дата обращения: 26.02.2023).
- 6) Селезнева А. В., Смулькина Н.В. и Яковлева А. Ф. (2021). Образ России в структуре гражданского самосознания молодежи: визуальное измерение. ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. – 2021– № 2 – 110-129., с. 110
- 7) Домбровская А. Ю. Гражданский активизм молодежи в современной России: особенности проявления в онлайн- и офлайн-средах (по результатам эмпирического исследования) // Власть. – 2020. – №2., с. 52
- 8) Самсонова Т. Н. О становлении политической субъектности российской молодежи в процессе политической социализации // Общество: социология, психология, педагогика. – 2018. – №7, с. 4