

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2021, №6, Том 9 / 2021, No 6, Vol 9 <https://mir-nauki.com/issue-6-2021.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/14PSMN621.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Тудупова, Т. Ц. Отношение студенческой молодежи к материалам СМИ в контексте информационно-психологической безопасности личности / Т. Ц. Тудупова, А. Ю. Воронин // Мир науки. Педагогика и психология. — 2021. — Т. 9. — № 6. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/14PSMN621.pdf>

**For citation:**

Tudupova T.T., Voronin A.Yu. Attitude of student youth to media materials in the context of information and psychological security of the individual. *World of Science. Pedagogy and psychology*, 9(6): 14PSMN621. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/14PSMN621.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

**Тудупова Туяна Цибановна**

ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова», Улан-Удэ, Россия  
Заведующая кафедрой «Общей и социальной психологии»

Кандидат психологических наук, доцент

E-mail: [tuyanatu@mail.ru](mailto:tuyanatu@mail.ru)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8844-6661>

**Воронин Александр Юрьевич**

ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова», Улан-Удэ, Россия  
Преподаватель кафедры «Возрастной и педагогической психологии»

E-mail: [voron-s\\_post@mail.ru](mailto:voron-s_post@mail.ru)

## Отношение студенческой молодежи к материалам СМИ в контексте информационно- психологической безопасности личности

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению особенностей отношения студенческой молодежи к материалам СМИ в контексте информационно-психологической безопасности личности. Подчеркивается возрастающая роль средств массовой информации в жизни студенческой молодежи и, как следствие, значимость формирования информационной среды, отвечающей критериям нравственности и безопасности. Проведенное исследование позволило выявить некоторые аспекты отношения представителей молодежной аудитории к материалам СМИ. В исследовании использован качественный метод исследования — метод фокус-групп. В ходе исследования выявлено, что не только интернет, как наиболее предпочитаемый источник получения информации, но и другие СМИ оказывают на молодежную аудиторию определенное воздействие. Выявлено, что молодые люди с недоверием относятся к традиционным или официальным СМИ, отдавая предпочтение блогерам или альтернативным источникам информации. Получены результаты, позволяющие понять особенности взаимодействия молодежной аудитории с информационной средой, раскрыть характер их отношения к СМИ, уровень понимания угроз и выстраивания стратегий психологической безопасности. Показано, что молодежная аудитория в качестве обязательного условия для адекватного и безопасного взаимодействия с информационной средой выделяет наличие критического мышления. Данные исследования позволяют более комплексно изучить проблему влияния СМИ на молодежную аудиторию в контексте информационно-психологической безопасности личности, а также наметить подходы, способствующие снижению давления негативной информационной нагрузки, с одной стороны, а с другой — формированию более здорового информационного поля, отвечающего критериям безопасности. Базой для проведения исследования послужил Бурятский государственный

университет имени Доржи Банзарова. В исследовании приняли участие молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет. В качестве метода исследования использовался метод фокус-групп. Всего было проведено четыре фокус-группы за период с 2019 по 2021 г. Общее количество участников фокус-групп — 41 человек.

**Ключевые слова:** безопасность личности; психология отношения; информационно-психологическая безопасность; молодёжная аудитория; средства массовой коммуникации; информационная среда; телевидение; радио; пресса; интернет; качественные методы исследования

## Введение

Рассуждая о приметах современности, можно без опаски утверждать, что одной из ярких и значимых черт нашего времени является его информационный характер. Современный мир носит информационный характер, когда проникновение средств массовой информации и коммуникации в жизнь общества и отдельного человека носит тотальный характер. Современный человек ежедневно сталкивается с огромными информационными потоками. Современные масс-медиа формируют своего рода виртуальную реальность, которая, порой, становится более важной и значимой, чем реальность настоящая. Средства массовой информации ориентируют нас в происходящих событиях, становясь своего рода навигатором в социальной действительности. Нахождение в такой среде стало обыденностью и даже необходимостью. Перефразируя известное изречение мыслителя прошлого, про современного человека можно сказать: «я информирован, следовательно, я существую». При этом, под информированностью понимается не только получение какой-то значимой и практически полезной информации, но также и простая включенность в информационный поток, будь то работа радиоприёмника или телевизора в фоновом режиме, или бесцельное пролистывание ленты соцсетей. Существующее количество всех видов и типов средств массовой информации, рассчитанных на аудитории с разными возрастными, вкусовыми, финансовыми и прочими характеристиками, позволяют каждому человеку сформировать свой круг каналов, отвечающий его информационным потребностям. Свой вклад в информационное воздействие вносят также и различные рекламные технологии и технологии по связям с общественностью. Вся эта сеть формирует глобальную информационную среду, которая как бы обволакивает всё общество, так или иначе, погружая в себя каждого его члена.

Вместе с тем, следует отметить, что всепроникающая информационная среда не только отражает действительность в своих многочисленных материалах, но и оказывает значительное влияние на ценностную и мировоззренческую сферу как всего общества, так и отдельных его личностей. И, надо признать, что эти процессы далеко не всегда носят положительную окраску и зачастую происходят бесконтрольно. Особенно это касается содержания материалов социальных сетей и различных мессенджеров. В связи с этим, изучение аксиологической составляющей деятельности средств массовой коммуникации является одной из актуальных задач на сегодняшний день. Изучение данной проблемы носит междисциплинарный характер и может представлять интерес для специалистов различного профиля. Несмотря на то, что подобная проблема уже находится в поле зрения научного сообщества и неравнодушной общественности, она не только не теряет своей злободневности, но и напротив, становится всё более важной и значимой. Дальнейшее исследование данной проблемы и выработка мер по её решению имеет огромное значение для формирования безопасной информационной среды, отвечающей критериям нравственности и безопасности, что в конечном итоге отразится на

всём обществе, будет иметь положительное влияние на общественные процессы. В то же время нельзя рассматривать проблемы массовых коммуникаций изолированно от других общественных процессов и проблем, поскольку, несмотря на своё колоссальное влияние на общество, во многом являются отражением процессов в нём происходящих. Массовую коммуникацию метафорически можно представить как магистраль с двусторонней направленностью. С одной стороны, она отражает то, что происходит в обществе, а, с другой, сама оказывает влияние на эти процессы. Проблемы массовой коммуникации тесно связаны и переплетены с проблемами экономики, социальными проблемами, культурой и т. д. Данное обстоятельство не только не снижает значимость изучения вопросов, связанных с деятельностью массовой коммуникации, но и существенно повышает её. Проблема влияния средств массовой информации на личность и общество поднимается в работах Е.Е. Прониной, Г.В. Грачёва, Л.В. Матвеевой, Е.В. Лавровой, С.В. Крайнюкова, В.В. Миронова, О.Н. Фёдоровой, И.Н. Карицкого и др.

Вопрос разработки проблемы психологической безопасности личности в контексте информационных воздействий является одной из граней общей проблематики масс-коммуникационного влияния. Подчёркивая важность этой проблемы, исследователь Г.В. Грачёв указывает, что «выделение информационно-психологической безопасности в качестве самостоятельного предмета теории и социальной практики связано также с тем, что процессы и технология воздействия информационной среды на духовную сферу обладает качественной спецификой, которая определяет необходимость рассмотрения этой проблематики в концептуальном, методологическом и методическом плане» [2]. Информационно-психологическую безопасность можно представить как защищённость психики от воздействия факторов информационного характера, способные оказать дезорганизовывающее влияние или вызвать дисфункциональные социальные процессы. Содержание данного понятия распространяется не только на индивидуальную психику, но и на групповую и общественную психологию. Говоря об информационно-психологической безопасности личности, Грачёв Г.В, отмечает, что её «можно рассматривать как состояние защищённости ее психики, от действия многообразных информационных факторов, препятствующих или затрудняющих формирование и функционирование адекватной информационно-ориентировочной основы социального поведения человека (и в целом, жизнедеятельности в обществе), а также адекватной системы его субъективных (личностных, субъективно-личностных) отношений к окружающему миру и самому себе» [2]. Вопросы, связанные с изучением информационно-психологической безопасности, рассматривались в работах В.Д. Аносова, В.Е. Лепского, И.Ф. Кефели, А.В. Костюка, А.В. Брушлинского, Г.В. Грачёва, К.В. Титова<sup>1</sup>, Е.Е. Прониной и др.

Всё вышеуказанное приобретает особую значимость в контексте влияния средств массовой информации на молодёжную аудиторию. В силу возрастных особенностей именно эта категория может быть наиболее подвержена воздействию СМИ, в том числе и негативному. Конечно, средства массовой информации, пользующиеся популярностью у молодёжи и содержание их материалов имеют определённую специфику, и могут иметь существенное различие с материалами, предназначенными для более старших аудиторий. Клиповый и мозаичный характер, образность материалов СМИ, особое содержание этих материалов и т. д. образуют замысловатую картину, с которой сталкиваются молодые люди. Отсюда необходимо понимание того, каким образом это отражается на психике современной молодёжи.

---

<sup>1</sup> Титов К.В. Вопросы информационно-психологической безопасности личности [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.psychademy.ru/pages/379> (дата обращения: 05.07.2021).

## Методы исследования

Исходя из этого, нами было проведено исследование по выявлению отношения к содержанию материалов средств массовой информации и коммуникации представителями молодёжной аудитории. Базой для проведения исследования послужил Бурятский государственный университет. В исследовании приняли участие молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет. В качестве метода исследования использовался метод фокус-групп. Всего было проведено четыре фокус-группы за период с 2019 по 2021 г. Общее количество участников фокус-групп — 41 человек. Качественные методы исследования были выбраны исходя из того, что они направлены на изучение максимального широкого спектра феноменологии изучаемого явления, на анализ его процессуальных характеристик. Качественные методы рассматривают единичные случаи и штучные ситуации. В ходе проведения качественных методов больше внимания уделяется смысловым, а не поведенческим характеристикам, делается попытка увидеть мир глазами испытуемого<sup>2</sup>. Всё это побудило нас обратиться именно к качественным методам и наиболее оптимальным нам представляется метод групповой дискуссии, т. е. метод фокус-групп.

## Результаты исследования и их обсуждение

По итогам проведения исследования были получены следующие результаты. Так, несмотря на то, что интернет является основным источником получения информации для представителей молодёжной аудитории, молодые люди в достаточной степени информированы о содержании материалов других средств массовой информации (телевидение, радио, пресса). Данное обстоятельство указывает на тот факт, что и эти виды СМИ оказывают определённое влияние на молодёжную аудиторию.

Согласно данным, полученным в ходе проведения фокус-групп, большинство респондентов демонстрируют недоверительное и скептическое отношение к материалам официальных и центральных средств массовой информации. В большей степени такое негативное отношение касается телевизионных каналов. Участники дискуссий выражали явное недоверие к материалам телевизионных каналов, особенно к новостным и аналитическим материалам. С гораздо большим доверием респонденты относятся к материалам различных блогеров, а также к материалам иностранных и оппозиционных средств массовой информации. Согласно их мнению, для того, чтобы составить более или менее адекватную картину происходящих событий, необходимо сопоставить материалы из различных СМИ и уже на основе такого сопоставления делать определенные выводы.

В качестве обязательного фактора, необходимого для адекватного и безопасного взаимодействия с информационной средой, участники исследования выделяют критическое мышление. Именно критическое мышление позволяет сопоставлять информацию из различных источников и формировать картину действительности, близкую к объективной. Оно также позволяет противостоять различного рода манипуляциям и потенциально опасным информационным воздействиям. Выделение критического мышления как фактора определённой информационно-психологической безопасности, безусловно, имеет положительный характер и говорит о понимании участниками дискуссии тех угроз, которые может содержать в себе современная информационная среда. Вместе с тем, следует отметить, что уровень критичного осмысления некоторых аспектов информационных воздействий зависит от уровня развития личности, от её общего культурного уровня и эрудированности.

---

<sup>2</sup> Мельникова О.Т. Качественные методы в практической социальной психологии // Методы практической социальной психологии: Диагностика. Консультирование. Тренинг: Учебное пособие для вузов / Ю.М. Жуков и др.; Под ред. Ю.М. Жукова. — М.: Аспект Пресс, 2004. С. 68–94.

Конечно, формирование всесторонне развитой личности не является функцией лишь средств массовой информации, несмотря на то, что в современных условиях они играют в этом процессе достаточно значимую роль.

Заслуживают внимания те данные, согласно которым респонденты, осознающие негативное влияние современных СМИ, всё же считают вполне допустимым и нормальным использование нецензурной лексики в ряде известных юмористических программ, трансляция которых идёт на федеральных каналах. Кроме этого, положительные оценки получил один из популярных мультипликационных сериалов («Симпсоны»), предназначенный для взрослых. Его содержание далеко от процессов воспитания или образования, но некоторые из участников обсуждения усмотрели в нём декларацию семейных ценностей. Приведённые факты мы расцениваем как определённое снижение уровня культурной планки, осуществляемое в том числе и с помощью материалов средств массовой информации низкого качества. Основываясь на приведённых примерах, несмотря на то, что они носят частный характер, мы можем сделать вывод о том, что угрозы негативного воздействия медиа-продукции, в том числе и через влияние на ценностные и мировоззренческие установки реципиента, имеют под собой реальное основание. А при долгосрочном и массивном воздействии подобное влияние может иметь достаточно деструктивные последствия для общества в целом.

В рамках проведённого исследования получены результаты, содержащие определённые противоречия. Противоречия заключаются в том, что, с одной стороны, участники обсуждения фиксируют и осознают наличие манипуляций со стороны некоторых материалов средств массовой информации, их негативный характер и негативные последствия, которые могут иметь воздействия подобного рода. Но, с другой стороны, они не всегда замечают того, как сами становятся объектами таких воздействий, и того, что именно под их влиянием у них формируются определённые установки, вкусы и т. д. Всё это демонстрирует неоднозначный, сложный, многофакторный и динамический характер воздействия средств массовой информации, в том числе и на мировоззренческую сферу личности.

Наибольшее психологическое воздействие негативного характера респонденты связывают с материалами, содержащими сцены насилия, жестокости, жестокого обращения с животными, натуралистическую демонстрацию последствий и жертв катастроф, несчастных случаев и т. д. Подобные материалы способны вызывать негативные переживания, тревожный эмоциональный фон, пониженное настроение и т. д. Также негативную реакцию вызывает не только сама по себе демонстрация подобных материалов, но и положительное или даже глумливое отношение к жертвам демонстрируемых происшествий со стороны некоторых пользователей интернета, оставляющих соответствующие комментарии. Подобные материалы, в отличие от материалов развлекательной и другой направленности, единогласно оцениваются всеми участниками дискуссии крайне негативно и характеризуются как потенциально опасные и вредные.

Респонденты также считают, что основным способом психологической защиты от негативного воздействия информационной среды, кроме критического мышления, упоминавшегося выше, является избегание или блокирование нежелательных материалов. Однако подобные действия не всегда помогают предотвратить возникновение психологического дискомфорта, наступающего после контакта с подобными материалами. Для нейтрализации дискомфорта и нормализации психологического состояния требуются дополнительные действия и усилия. Чаще всего они заключаются в переключении внимания на другие материалы более позитивного содержания. Однако в некоторых случаях, по мнению респондентов, требуется рациональная проработка переживаний или обращение к социальному окружению, то есть необходимы некие активные действия.

### Выводы

Проведённое исследование позволило выявить некоторые аспекты влияния средств массовой информации и коммуникации на молодёжную аудиторию, а также аспекты отношения представителей молодёжной аудитории к материалам СМИ. Поскольку проведённое исследование осуществлено с помощью качественных методов, мы не можем распространять полученные данные на всю молодёжную аудиторию и, такую её часть, как студенчество. Однако всё же полученные результаты позволяют понять особенности взаимодействия молодёжной аудитории с информационной средой, раскрыть характер её влияния, уровень понимания угроз и выстраивания стратегий психологической безопасности. Конечно, для более глубокого понимания этих процессов с учётом всех задействованных факторов, требуются многочисленные исследования с применением разнообразной исследовательской методологии. Подытоживая, отметим, что полученные результаты позволили выявить особенности отношения студенческой молодёжной аудитории к средствам массовой информации в контексте информационно-психологической безопасности личности.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии // Проблемы медиапсихологии — М. РИП-Холдинг, 2002 г. — 160 стр.
2. Грачёв Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. — М.: Изд-во РАГС, 1998 — 125 с.
3. Грачёв Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 2002. — 288 с.
4. Матвеева Л.В. Актуальные проблемы медиапсихологии // Человек как субъект и объект медиапсихологии. — М.: МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 151–169.
5. Лаврова Е.В., Матвеева Л.В. Изменение представления об опасности у мужской и женской аудитории под влиянием новостного телевизионного контента // Коммуникация. Медиа. Дизайн. 2017. Том 2. № 1. С. 86–100.
6. Крайнюков С.В. Влияние современных информационных технологий на картину мира человека // Социальная психология и общество. 2019. Том 10. № 4. С. 23–41. doi: 10.17759/sps.2019100403.
7. Миронов В.В. Поп-культура как продукт глобального информационного пространства // Человек как субъект и объект медиапсихологии. — М.: МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 216–230.
8. Фёдорова О.Н. Информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе // Вестник Дальневосточного государственного технического университета. 2011. № 2. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-lichnosti-v-informatsionnom-obschestve-1> (дата обращения 04.07.2021).
9. Карицкий И.Н. Эпоха тотального господства СМИ: воспитание и саморазвитие — манипуляция и потребление? // Человек как субъект и объект медиапсихологии. — М.: МГУ имени М.В. Ломоносова / Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 595–610.

10. Аносов В.Д., Лепский В.Е. Исходные посыпки проблематики информационно-психологической безопасности / Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А.В. Брушлинского и В.Е. Лепского. — М.: Институт психологии РАН, 1996. С. 7–11.
11. Лепский В.Е. Информационно-психологическая безопасность субъекта в изменяющемся обществе // Индивидуальный и групповой субъекты в изменяющемся общества. — М.: Институт психологии РАН, 1999. — С. 98–99.
12. Информационно-психологическая и когнитивная безопасность. Коллективная монография / Под ред. И.Ф. Кефели, Р.М. Юсупова. ИД «Петролис», Санкт-Петербург, 2017. — 300 с.
13. Костюк А.В., Примакин А.И. Информационно-психологическая безопасность личности: проблемы и подходы // Вестник Санкт-Петербургского Университета МВД России. — СПб., 2018. — С. 227–230.

**Tudupova Tuyana Tsibanovna**

Buryat State University named after Dorzhi Banzarov, Ulan-Ude, Russia  
E-mail: [tuyanatu@mail.ru](mailto:tuyanatu@mail.ru)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8844-6661>

**Voronin Alexander Yurievich**

Buryat State University named after Dorzhi Banzarov, Ulan-Ude, Russia  
E-mail: [voron-s\\_post@mail.ru](mailto:voron-s_post@mail.ru)

## **Attitude of student youth to media materials in the context of information and psychological security of the individual**

**Abstract.** The article is devoted to identifying the features of the attitude of student youth to media materials in the context of information and psychological security of the individual. The growing role of the media in the life of student youth and, as a consequence, the importance of the formation of an information environment that meets the criteria of morality and safety is emphasized. The study made it possible to identify some aspects of the attitude of representatives of the youth audience to media materials. The study used a qualitative research method — the focus group method. The study revealed that not only the Internet, as the most preferred source of information, but also other media have a certain impact on the youth audience. It was revealed that young people mistrust traditional or official media, giving preference to bloggers or alternative sources of information. The obtained results allow us to understand the peculiarities of the interaction of the youth audience with the information environment, to reveal the nature of their attitude to the media, the level of understanding of threats and building strategies of psychological safety. It is shown that the youth audience emphasizes the presence of critical thinking as a prerequisite for adequate and safe interaction with the information environment. These studies allow a more comprehensive study of the problem of the influence of the media on the youth audience in the context of the information and psychological security of the individual, as well as outline approaches that help reduce the pressure of the negative information load, on the one hand, and, on the other hand, the formation of a healthier information field that meets safety criteria. The research was based on the Buryat State University named after Dorzhi Banzarov. The study involved young people aged 18 to 24 years. The focus group method was used as a research method. In total, four focus groups were held for the period from 2019 to 2021. The total number of focus group participants is 41 people.

**Keywords:** personal security; psychology of attitudes; information and psychological security; youth audience; mass media; information environment; television; radio; press; Internet; qualitative research methods