

Гордынская Н.Г.

Влияние медиа-контента на эмоциональное состояние студентов...

ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ПСИХОЛОГИЯ. ПЕДАГОГИКА. ДЕФЕКТОЛОГИЯ, 2022, Т. 5, № 4, 6–13

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ

Научная статья

УДК 159.9.072.43

<https://doi.org/10.23947/2658-7165-2022-5-4-6-13>

Влияние медиа-контента на эмоциональное состояние студентов в условиях информационной реальности

Наталья Г. Гордынская

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

ngg13@yandex.ru

Аннотация

Во **Введении** представлены теоретические обоснования и практическое исследование реакции студентов на большой поток медиа-контента различной достоверности и значимости, связанный с нынешними событиями в обществе. В разделе **"Методы"** представлена разработанная анкета. Анонимный опрос включал два блока: субъективные и рефлексивные оценки. В исследовании приняли участие 142 студента первого года обучения в университете. Новизна исследования заключается в анализе эмоционального отклика студентов на происходящее в информационном пространстве, как новой области социальной реальности, формирующей отношение молодого поколения к действительности. В разделе **"Результаты"**, изложены данные исследования, целью которого выступает изучение степени воздействия медиа на эмоциональное состояние студентов. В разделе **"Обсуждение результатов"** представлены выводы об особенностях информационного воздействия на студентов в условиях современной социокультурной и политической ситуации. Выявлено наличие тревоги за будущее, интерес к происходящему, потребность в эмоциональной поддержке и получении достоверной информации. В разделе **"Заключение"** отражены направления дальнейшего исследования рассматриваемой проблематики. Представлены потенциальные возможности использования медиа с целью профилактики негативного воздействия информационного контента. Сделаны выводы о необходимости разъяснительной работы и повышении медиа грамотности в студенческой среде. Намечены цели для дальнейшего, более углубленного исследования и анализа отношения студентов к медиа-контенту, на расширенной выборке респондентов. Планируется провести подобный опрос студентов заочного отделения. Предполагается, что работающие студенты менее инфантильны в оценке происходящего в информационной среде и их ответы будут менее полярны.

Ключевые слова

медиа-контент, информационная реальность, манипуляция, медиаграмотность, эмоциональное состояние, студенты

Gordynskaya

The influence of media content on the emotional state of students in the conditions of information reality

INNOVATIVE SCIENCE: PSYCHOLOGY, PEDAGOGY, DEFECTOLOGY, 2022, Vol. 5, № 4, 6–13

GENERAL PSYCHOLOGY, PERSONALITY PSYCHOLOGY, HISTORY OF PSYCHOLOGY

Для цитирования

Гордынская, Н. Г. (2022). Влияние медиа-контента на эмоциональное состояние студентов в условиях информационной реальности. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 5(4), 6–13. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2022-5-4-6-13>

Research article

UDC 159.9.072.43

<https://doi.org/10.23947/2658-7165-2022-5-4-6-13>

The influence of media content on the emotional state of students in the conditions of information reality

Natalia G. Gordynskaya

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

ngg13@yandex.ru

Abstract

The **Introduction** presents theoretical justifications and practical studies of students' reactions to a large flow of media content of varying reliability and significance related to current events in society. The "**Methods**" section demonstrates a specially designed questionnaire. The anonymous survey consists of two parts: subjective and reflexive assessments. 142 first-year university students took a part in the study. The novelty of the study lies in the analysis of the students' emotional reactions to what is happening in the infosphere as a new area of social reality that forms the attitude of the younger generation to reality. The "**Results**" section presents the data of the study, the purpose of which is to study the degree of influence of the media on the emotional state of students. The "**Discussion of results**" section presents conclusions about the features of information impact on students in the current socio-cultural and political situation. The presence of anxiety for the future, interest in what is happening, the need for emotional support and obtaining reliable information were revealed. The "**Conclusion**" section reflects the directions of further research on the issues under consideration. Conclusions are drawn about the need for explanatory work and improving media literacy among students. The goals are outlined for further, more in-depth research and analysis of students' attitudes to media content on an expanded sample of respondents.

Keywords

media content, information reality, manipulation, media literacy, emotional state, students

For citation

Gordynskaya, N. G. (2022). The influence of media content on the emotional state of students in the conditions of information reality. *Innovative Science: psychology, pedagogy, defectology*, 5(4), 6–13. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2022-5-4-6-13>

Введение

Мы живем в стремительно меняющейся информационной реальности. Меняются источники и способы получения информации. Вопрос влияния медиа-контента на эмоциональное состояние людей – это достаточно новая проблема, как принято говорить, это новые вызовы, перед которыми мы стоим.

В отечественной, профессиональной литературе вопрос медиаграмотности и нивелирования эмоционального отклика на негативный и, в особенности фэйк-контент, освещен слабо. Лишь несколько лет назад ряд исследователей начали обращать внимание на распространение такого явления, как вирусные рассылки, треш-стримы, которые очень популярны в молодежной среде.

В западной науке вопросом манипуляцией массовым сознанием и методиками ведения информационных войн занялись в 30-е годы прошлого века. Так, Оксфордский словарь определяет манипуляцию как «акт влияния на людей или управления ими или вещами с ловкостью», то есть как скрытое управление или обработку. Английский писатель С. Батлер утверждал: «Общественность покупает свои мнения так же, как покупают молоко, потому что это дешевле, чем держать собственную корову. Только тут молоко состоит в основном из воды» (Кара-Мурза, 2022, С. 10). Американский журналист Г. Люс (1972) (основатель журналов «Тайм», «Лайф» и многих других) в своем обращении к сотрудникам журнала «Тайм» заявил: «Мнимая журналистская объективность, то есть утверждение, что автор подает факты без какой-либо ценностной оценки, является современной выдумкой, не более чем обманом. Я это отвергаю и осуждаю. Мы говорим: «К дьяволу объективность» (Кара-Мурза, 2022, С. 11). Это лишь некоторые выдержки, для понимания того, насколько актуальна сейчас для изучения, проблема влияния медийного контента. Наше исследование было проведено с целью понять того, как большой поток информационного контента воспринимается молодежью, какой это дает эмоциональный отклик.

Методы

Социально-политические и экономические изменения, рост социальной напряженности и неопределенности в обществе остро ставят перед нами задачу умения ориентироваться в медиа-контенте. Молодые люди, студенты теряются в потоке информации, что может стать источником многих проблем.

Для нас было важно узнать, какой эмоциональный отклик вызывает у студентов происходящее в обществе, определить степень их включенности в социальную жизнь и ответить на вопрос, как нивелировать информационное давление.

Исследование проводилось в марте 2022 года, в связи с социально-политическими событиями и внезапно появившимся сложно контролируемым медиа-контентом. В качестве наиболее подходящего метода исследования была выбрана психодиагностическая методика – опрос. С этой целью, был разработан опросник, в котором предложено ответить на следующие вопросы:

“Считаете ли вы происходящее в СМИ/ интернет ресурсах/ социуме «информационной войной»?”

“На кого происходящее оказывает большее влияние на Вас или на старшее поколение?”

“Какие эмоции вызывают у вас происходящие?” (интерес, тревогу, агрессию, равнодушие)

“Как можно, на Ваш взгляд, уменьшить влияние информационного давления на людей?”

(запрещать, разъяснить ситуацию, формировать идеологию государства, это личное дело каждого).

В исследовании приняло участие 142 студента первокурсника, средний возраст 18–19 лет. На наш взгляд, это новая формация студентов, которые два предыдущих года, большую часть учебного процесса перед поступлением в ВУЗ, в связи с коронавирусными ограничениями, проводили дистанционно. Исходя из этого, они обладают развитыми навыками работы с информационными ресурсами и большей лабильностью в информационной среде. В то же время, в условиях цифровизации образования, времени, проведенного не в сети, становится всё меньше. У студентов возникают проблемы с коммуникацией и социализацией, которые явно проявляются в новых для них условиях очного обучения в университете. Попадая в студенческую среду, первокурсники находятся в процессе формирования новых социальных групп, они чувствительны к внешним обстоятельствам и мнениям, и, конечно, активно реагируют на информационные вызовы.

На основании полученных данных, путем анализа, были выделены группы студентов, по-разному реагирующих на медиа-контент. Сравнительный анализ данных отражены в результатах исследования.

Результаты

Полученные результаты исследования позволяют сделать ряд выводов: 80 % студентов (113 человек) считает происходящее в инфо-пространстве Информационной войной. У 38 % респондентов это вызывает Интерес, 35 % -Тревогу, 22 % – Равнодушие (рис. 1).

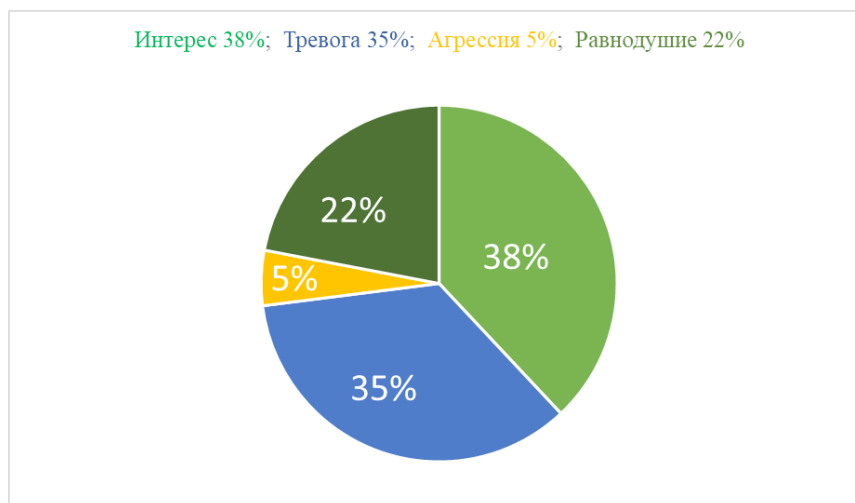


Рисунок 1. Реакция студентов на медиа-контент

Интересно, что небольшое количество респондентов отмечает малый уровень агрессии (5%). Высокие показатели по другим шкалам требуют расширенного анализа.

Повышенный *Интерес* к происходящим общественно-значимым может быть объяснен большим количеством появляющегося медиа-контента. В то же время, *Равнодушие* может говорить о недостаточной включенности студентов в социальную жизнь и отношении к происходящему, как к информации, лично их не касающейся.

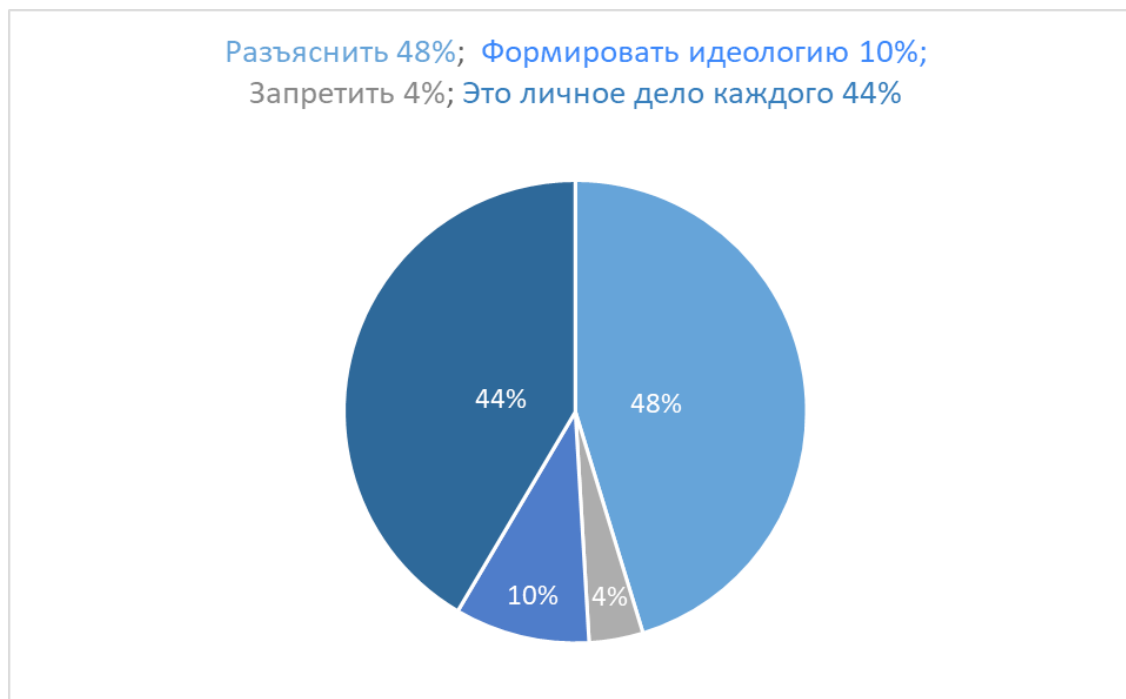


Рисунок 2. Ответы на вопрос: «Как уменьшить влияние информационного давления?»

На вопрос “Как уменьшить влияние информационного давления?” (рис. 2), 48 % студентов отмечают, что нуждаются в разъяснении контента, появляющегося в информационной среде. 10 % опрошенных предпочли формирование идеологии в обществе, что, на наш взгляд, коррелирует с разъяснительной деятельностью. 4 % посчитали необходимым запретить поток медиа-контента.

Требующей внимания является позиция «Это личное дело каждого» – так ответили 44 % респондентов. Предполагается, что такой большой процент скорее указывает на юный возраст респондентов, их возможную инфантильную позицию. Многие из первокурсников еще не в полной мере социализированы и не считают происходящее в обществе важным и влияющим непосредственно на их жизнь событием. Так, 68 % респондентов считают, что происходящее в информационной среде больше влияет на старшее поколение, нежели на них самих. Это подтверждает психологический эффект третьего лица (third person effect), который заключается в недооценке индивидом степени влияния медиа-контента непосредственно на него самого. Человек полагает, что другие, а не он сам, более подвержены влиянию извне. Такой способ восприятия информации ведет к обособлению индивида от общества, то есть от тех, кто подвержен влиянию медиа-контента, и к оценке других людей с позиции того, что они сами позволяют себе подвергнуться влиянию средств массовой информации. (Davison, 1983).

Таким образом, полученные данные исследования позволяют увидеть, что молодые люди активно реагируют на внешние информационные воздействия. У большинства это вызывает неподдельный интерес, и из этого факта вытекает необходимо уделять большее внимание разъяснительной и воспитательной работе. Это поднимает вопрос необходимости повышения медиаграмотности студентов.

Обсуждение результатов

Полученные данные исследования подтверждаются многочисленными работами по данной проблеме. Исследованием проблемы влияния медиа на сознание людей занимались как отечественные авторы (Абакумова, Анистратенко, Серикова, 2018; Астапенко, 2021; Арендачук, 2017; Жижина, 2016; Жилавская, 2007; Ильин, 2007; Кафтан, 2018; Коломиец, 2010; Мудрик, 2011; Шунейко, Авдеенко, 2020), так и зарубежные ученые (Davison, 1983; Elsayed, 2021; Liu, Suh, 2017; Nuñez-Rola, Ruta-Canayong, 2019). Исследователи сходятся во мнении, что очень важно приобретение навыков критического анализа и осмысления медиа-контента. Так А. В. Федоров (2004), считает, что *медиаграмотность* помогает учащимся/студентам общаться с медиа под критическим углом зрения, с пониманием значимости медиа в их жизни. Это умение, конечно, необходимо всем, но в большей степени стоит обратить внимание на работу со студентами, в особенности первых курсов, кому сложно противостоять информационному давлению. Первокурсники перенасыщены новой информацией, необходимостью включаться в самостоятельную жизнь и остро возникает вопрос ответственного подхода к получаемой информации.

Заключение

В данной работе мы предприняли попытку осуществить анализ влияния медиа-контента на эмоциональное состояние студентов в условиях информационной реальности. Нами было установлено направление дальнейшего исследования этой проблемы. Планируется сделать анализ полярности в оценках происходящего от «интереса» к «равнодушию», проанализировать зависимость возраста родителей респондентов и оценки влияния на них медиа-контента. Кроме того, будет произведено расширение выборки респондентов за счет студентов первого курса заочного отделения. Мы делаем предположение, что работающие студенты могут дать менее полярные и менее инфантильные оценки происходящему в информационной среде, в связи с более ощутимой ответственностью за свою жизнь и свой эмоциональный отклик на переполненный, в последнее время, медиа-контент.

Литература

- Абакумова, И. В., Анистратенко, Т. Г., Серикова, И. Б. (2018). *Методическое руководство по проведению эмпирического психологического исследования: учебное пособие*. Ростов-на-Дону: Фонд науки и образования.
- Арендачук, И. В. (2017). Самоотношение в структуре самосознания подростков и юношей. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 17(4), 434–438.
- Астапенко, Д. В. (2021) Особенности самосознания подростков и информационного поведения в условиях цифровизации образования. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 4(5), 23–36.
- Жижина, М. В. (2016). Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности. *Медиаобразование*, 4, 47–65.
- Жилавская, И. В. (2007). От медиаобразовательной среды – к образованным медиа. В А. П. Короченский (ред.): *Журналистика и медиаобразование. Сборник трудов II Международной научно-практической конференции в 2 т., 1* (С. 233–238). Белгород: Издательство Белгородского государственного университета.
- Ильин, В. И. (2007). *Потребление как коммуникация: российский и американский контексты*.

СПб.: Интерсоцис.

Кара-Мурза, С. (2020). *Манипуляция сознанием*. М.: Алгоритм.

Кафтан, В. В. (2018). *Теория и практика массовых коммуникаций*. М.: КНОРУС.

Коломиец, В. П. (2010). Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе. *Социологические исследования*, 1(309), 58–66.

Мудрик, А. В. (2011). *Социализация человека: Учебное пособие. 3-е изд., испр и доп.* М.: МПСИ.

Федоров, А. В. (2004). *Медиаобразование и медиаграмотность: Учеб. пособие для вузов*. Таганрог: Кучма.

Шунейко, А. А., Авдеенко, И. А. (2020). *Теория и практика эффективной коммуникации: учебное пособие*. М.: ФЛИНТА.

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1–15.

Elsayed, W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7(2), e06327. <https://www.doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06327>

Liu, R., Suh, A. (2017). Self-Branding on Social Media: An Analysis of Style Bloggers on Instagram. *Procedia Computer Science*, 124, 12–20.

Nuñez-Rola, C., Ruta-Canayong, N. J. (2019). Social Media Influences to Teenagers. *International Journal of Research Science & Management*, 6(6), 38–48.

References

Abakumova, I. V., Anistratenko, T. G., Serikova, I. B. (2018). *Methodological guide to conducting empirical psychological research: textbook*. Rostov-on-Don: Foundation for Science and Education. (in Russ.).

Arendachuk, I. V. (2017). Self-perception in the structure of self-consciousness of adolescents and young men. *Proceedings of the Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 17(4), 434–438. (in Russ.).

Astapenko, D. V. (2021). Features of adolescents' self-consciousness and information behavior in the conditions of digitalization of education. *Innovative science: psychology, pedagogy, Defectology*, 4(5), 23–36. (in Russ.).

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1–15.

Elsayed, W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7(2), e06327. <https://www.doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06327>

Fedorov, A. V. (2004). *Media-education and media literacy: Textbook for universities*. Taganrog: Kuchma. (in Russ.).

Ilyin, V. I. (2007). *Consumption as Communication: Russian and American Contexts*. St. Petersburg: Intersocis. (in Russ.).

Kaftan, V. V. (2018). *Theory and practice of mass communications*. Moscow: KNORUS. (in Russ.).

Kara-Murza, S. (2020). *Manipulation of consciousness*. Moscow: Algoritm. (in Russ.).

Kolomiets, V. P. (2010). Media-environment and media consumption in modern Russian society. *Sociological Studies*, 1(309), 58–65. (in Russ.).

Liu, R., Suh, A. (2017). Self-Branding on Social Media: An Analysis of Style Bloggers on Instagram. *Procedia Computer Science*, 124, 12–20.

- Mudrik, A. V. (2011). *Human Socialization: Textbook. 3rd ed., edited & add.* Moscow: Moscow Psychological and Social University. (in Russ.).
- Nuñez-Rola, C., Ruta-Canayong, N. J. (2019). Social Media Influences to Teenagers. *International Journal of Research Science & Management*, 6(6), 38–48.
- Shuneiko, A. A., Avdeenko, I. A. (2020). *Theory and practice of effective communication: textbook.* Moscow: FLINTA. (in Russ.).
- Zhilavskaya, I. V. (2007). From media-educational environment to educated media. In A. P. Korochenskiy (ed.): *Journalism and media-education. Collection of works of II International scientific-practical conf. in 2 vols, 1* (pp. 233–238). Belgorod: Publishing house of Belgorod State University. (in Russ.).
- Zhizhina, M. V. (2016). Media literacy as a strategic goal of media education: about criteria for assessing media competence. *Media education*, 4, 47–65. (in Russ.).

Информация об авторах

Наталья Геннадьевна Гордынская – психолог, кандидат экономических наук, доцент кафедры "Психология образования и организационная психология" ДГТУ, заместитель директора КИБИ МЕДИА ЦЕНТР ЮФУ.

Information about the authors

Natalia Gennadievna Gordynskaya – psychologist, Candidate of Economic Sciences, associate Professor of the Department of "Psychology of Education and Organizational Psychology" of DSTU, deputy Director of the KIBI MEDIA CENTER of SFU.

Информация о конфликте интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.