

Общая психология, психология личности, история психологии

УДК 159.923:366.636

Doi: 10.26456/vtspyped/2026.1.006

**Влияние средств массовой коммуникации
на информационно-психологическую безопасность студентов**

В.В. Волобуев

ФГБОУ ВО «Донбасская аграрная академия», г. Макеевка

Целью исследования ставилось изучение влияния средств массовой коммуникации (социальные сети, фильмы, средства массовой информации, информационная продукция и пр.) на информационно-психологическую безопасность у студентов. Были использованы следующие методики: Индивидуальный стиль медиапотребления Г.Н. Малюченко, В.М. Смирнова и А.С. Коповой, Методика измерения подростковой тревожности А. А. Хвана и Ю.А. Зайцева, Методика диагностики склонности к психологическому индуцированию С.В. Клаучека и В.В. Деларю и Методика диагностики иррациональных установок А. Эллиса. Проведенное исследование подтвердило гипотезу о наличии статистически значимых взаимосвязей между уровнем вовлеченности студентов в различные средства массовой коммуникации и их показателями информационно-психологической безопасности в виде повышенного уровня внушаемости, тревожности, а также сниженного уровня рациональности мышления и терпимости дискомфорта.

Ключевые слова: *информационно-психологическая безопасность, тревожность, внушаемость, медиапотребление, волевой самоконтроль.*

Введение. В условиях глобального распространения технологий проблема влияния средств массовой коммуникации на информационно-психологическую безопасность студентов становится всё более актуальной, так как динамика современных коммуникативных технологий, интегрированных в образовательные, социальные и бытовые сферы деятельности, создаёт ситуацию перманентного информационного давления [1].

В контексте современных научных изысканий рассматриваемая проблематика стала объектом пристального внимания со стороны представителей академического сообщества, что выразилось в формировании масштабного исследовательского поля, охватывающего многоуровневые концептуальные модели изучения информационно-психологической безопасности в связи с вовлеченностью в средства массовой коммуникации. Среди исследователей за последнее десятилетие можно выделить Е.И. Галяшину, изучавшую медиабезопасность в цифровой среде [2], А.И. Гордина, описавшего безопасное

информационное поведение [4], Г.О. Крылова, изложившего базовые понятия информационной безопасности [6], И.А. Шалаева, поднявшего актуальные проблемы обеспечения кибербезопасности в России [9].

Исследователи всё чаще отмечают, что на сегодняшний день средства массовой коммуникации играют важную роль в формировании мировоззрения, ценностей и поведения молодежи, оказывают глубокое влияние на повседневную жизнь молодых людей, меняя их социальную активность, интересы и способы общения [3].

В академической среде всё чаще активно дискутируют о том, что экраны гаджетов становятся основными средствами познания мира и коммуникации студентов. Студенческая молодёжь, проводящая значительную часть времени в виртуальном пространстве (от академических форумов до развлекательных ресурсов), сталкивается с необходимостью обработки гигантских объёмов данных. Эта нагрузка усугубляется незавершённостью процессов нейрокогнитивного развития, что повышает риск формирования искажённых поведенческих паттернов под воздействием агрессивного или противоречивого контента [7].

Общеизвестно, что алгоритмические системы, управляющие лентами новостей и персонализированными рекомендациями, искусственно формируют информационные пузыри, фильтруя контент по принципу эмоциональной вовлечённости. Видеоплатформы, микроблоги и мессенджеры превратились в площадки для экспериментов по вирусному распространению контента, где сенсационность превалирует над достоверностью. В таких условиях даже нейтральные образовательные материалы конкурируют с провокационными роликами, пропагандирующими различные радикальные идеи, что, как считают эксперты, ведёт к фрагментации картины мира у студентов [5].

Всё более и более часто в научной среде заявляют о том, что ключевая опасность кроется в эффекте влияния на психику: регулярное потребление контента с элементами насилия, стигматизации или катастрофизации провоцируют хроническую тревожность, повышение уровня внушаемости, снижение эмпатии или мотивации и т.д. [10].

Воздействие также проявляется в симбиозе технологий и деструктивных социальных трендов. Генераторы текста на базе искусственного интеллекта, используемые для создания на вид правдоподобных, но по факту фейковых новостей, цифровые «боты», распространяющие дезинформацию, – эти инструменты, как считают многие современные исследователи, размывают границы между реальностью и вымыслом. Особую сложность представляет латентность современных угроз: повсеместно деструктивный контент маскируется под юмористические сообщения, мотивационные послания или псевдонаучные статьи, подрывая доверие к формату подачи [10].

Проблема осложняется существованием определенных пробелов в рамках современных научных работ, предметно ориентированных на

всесторонний анализ мультифакторного влияния средств массовой коммуникации на формирование комплекса информационно-психологических угроз, адресованных молодому поколению. Примечательно, что в некоторых работах, посвящённых деструктивным информационным воздействиям, определённые концептуально значимые элементы данной парадигмы, как представляется, по-прежнему не раскрыты [10]. К примеру, современные исследования информационно-психологической безопасности студентов (преимущественно бихевиористской направленности) часто ограничиваются констатацией поведенческих маркеров – времени, проведённого в социальных сетях, частоты проверки уведомлений или количества подписок на определенные сообщества, однако такая фокусировка на внешних проявлениях игнорирует ключевые когнитивно-эмоциональные механизмы, лежащие в основе уязвимости [11].

Актуальность данной проблематики обусловлена целым комплексом взаимосвязанных факторов, ключевым из которых выступает возрастающее воздействие современных медиаканалов, включая цифровые платформы и социальные сети, на формирование информационных шаблонов сознания студенческой молодёжи, а также некоторыми недоработками в изучении комплексного воздействия цифровой среды на информационно-психологическую безопасность студентов.

Цель исследования: изучить влияние средств массовой коммуникации на информационно-психологическую безопасность у студентов.

Гипотеза исследования: средства массовой коммуникации, такие как компьютерные игры, социальные сети, фильмы, средства массовой информации, мессенджеры, информационная продукция и пр. оказывают негативное влияние на информационно-психологическую безопасность студента в виде повышенного уровня внушаемости, тревожности, а также сниженного уровня рациональности мышления и терпимости дискомфорта (способности индивида к устойчивому перенесению психофизиологического напряжения, возникающего в условиях неопределённости или стрессогенных факторов без дезадаптивного поведения).

Методы и материалы. Для изучения особенностей медиапотребления у студентов был использован опросник «Индивидуальный стиль медиапотребления» Г. Н. Малюченко, В.М. Смирнова и А.С. Коповой. Для исследования отдельных компонентов информационно-психологической безопасности у студентов были применены Методика измерения подростковой тревожности А.А. Хвана и Ю.А. Зайцева, Методика диагностики склонности к психологическому индуцированию С.В. Клаучека и В.В. Деларю и Методика диагностики иррациональных установок А. Эллиса.

С целью изучения влияния средств массовой коммуникации на информационно-психологическую безопасность использовался коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Понятия «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации», в силу их семантической близости и частого употребления в схожих контекстах, нередко воспринимаются как синонимичные. Их концептуальные границы, объясняемые как историей возникновения, так и функционально-технологическими характеристиками, демонстрируют достаточно чёткие, хотя и не всегда явно упоминаемые различия, требующие терминологического разграничения при анализе их роли в современном информационном пространстве.

Средства массовой информации – это организации или цифровые платформы, которые фокусируются на систематизированном сборе, многоуровневой обработке (выделяют верификацию, категоризацию и редакторскую адаптацию) и последующем масштабном распространении разнородного контента, например, оперативных новостей, аналитических материалов или продуктов, предназначенных для развлекательных целей [2]. Данная категория охватывает чрезвычайно широкий спектр форматов, от сохраняющих значимость печатных газет и глянцевого журналов до телевизионных программ, радиопередач с их уникальным акустическим воздействием, а также цифровых изданий и социальных сетей.

Средства массовой коммуникации, в свою очередь, включают в себя, помимо вышеупомянутых средств массовой информации, всю совокупность технологических инструментов передачи данных и каналов, посредством которых осуществляется трансмиссия информации от точечного источника к неопределённо большому количеству реципиентов; само это понятие является более объёмным, широким [4].

Важно подчеркнуть, что, в отличие от средств массовой информации, средства массовой коммуникации базируются не столько на содержательном наполнении, сколько на инфраструктурной составляющей. Речь идёт как о материальных объектах (телевизорах, компьютерных терминалах, смартфонах, спутниковых антеннах), так и о нематериальных системах (интернет-протоколах, алгоритмах цифрового вещания, облачных хранилищах и прочих компонентах подобного рода).

Результаты и их обсуждение. Наше исследование проходило на базе ФГБОУ ВО «Донбасская аграрная академия». Выборку испытуемых составили 126 студентов очной формы обучения в возрасте 18-22 года.

По результатам опросника «Индивидуальный стиль медиапотребления» Г.Н. Малюченко, В.М. Смирнова, А.С. Копового, направленного на диагностику когнитивных и эмоциональных аспектов вовлеченности респондентов в медиaprостранство, были получены следующие результаты, отраженные на рис. 1.

Большинство участников (65,6%) демонстрируют средний уровень вовлеченности в медиaprостранство, что отражает умеренное и избирательное потребление информации, однако значительная доля респондентов (31,3%) склонна к чрезмерной зависимости от медиа,

сопровождающейся эмоциональной гиперреакцией и риском информационной перегрузки, тогда как низкий уровень (3,1%) подтверждает редкую ориентацию на традиционные источники знаний и минимальное влияние различных средств массовой коммуникации на повседневную жизнь.

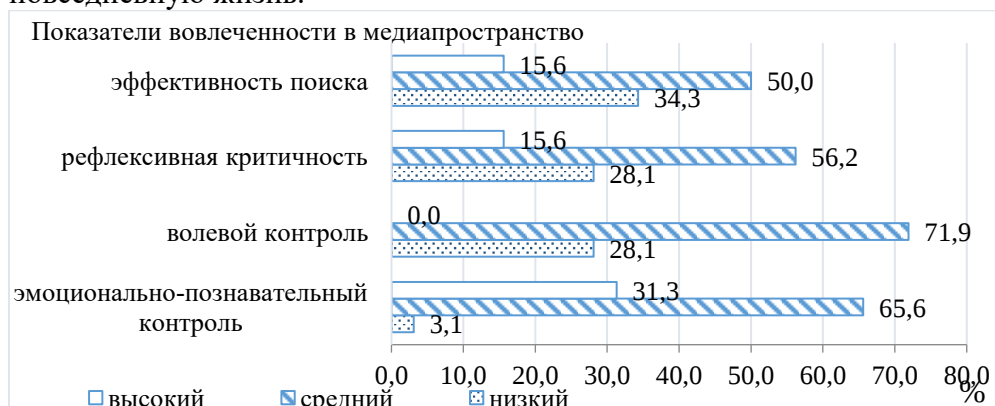


Рис. 1. Уровень вовлеченности респондентов в медиaprостранство по результатам опросника Г.Н. Малюченко, В.М. Смирнова, А.С. Коповой (в %)

Анализ также показал, что большинство респондентов (71,9%) демонстрируют нормальный уровень волевого самоконтроля в медиапотреблении, что свидетельствует об их способности осознанно управлять целями и временем взаимодействия с информацией, однако с периодическими ситуативными трудностями, тогда как почти треть участников (28,1%) имеют низкий уровень самоконтроля, что указывает на хаотичность медиапотребления, несбалансированность временных затрат и низкую продуктивность познавательной активности, при этом высокий уровень самоконтроля в выборке не выявлен.

Результаты исследования демонстрируют, что большинство участников (56,2%) обладают средним уровнем критичности при восприятии медиаинформации, проявляя способность к анализу, но испытывая сложности в эффективной обработке данных. Почти треть респондентов (28,1%) находятся на низком уровне, что указывает на существенные пробелы в умении дифференцировать достоверность информации и формулировать критерии её оценки. Лишь 15,6% участников демонстрируют высокий уровень рефлексивной критичности, эффективно отбирая и оценивая медиасообщения, однако даже эта группа может сталкиваться с трудностями при столкновении с информацией, противоречащей их ценностям. Полученные данные подчеркивают необходимость развития навыков медиаграмотности, особенно в контексте работы с недостоверными источниками и формирования гибкого подхода к оценке контента.

Анализ распределения участников по уровням медиакомпетентности показал, что половина респондентов (50%) демонстрирует нормальный уровень навыков поиска информации,

характеризующийся достаточной самостоятельностью, но затратами времени на обработку данных; при этом 34% участников имеют низкий уровень, что свидетельствует о значительных трудностях в фильтрации рекламного контента и формировании целостной информационной картины, тогда как лишь 16% обладают высоким уровнем, проявляя эффективное использование технологий для быстрого и целенаправленного поиска актуальной информации.

Проведённое исследование по Методике измерения подростковой тревожности выявило, что преобладающая доля респондентов демонстрирует средний уровень тревожности с тенденцией к высокому (40,6%), что отражает особенности эмоционального состояния в ключевых сферах жизни (общение со сверстниками, отношения с родителями, самооценка и отношение к будущему).

В результате анализа полученных данных по методике определения степени внушаемости (В.В. Деларю и С.В. Клаучек) было выявлено преобладание высокого уровня внушаемости (43,7%) и среднего уровня (40,6%), при этом низкий уровень продемонстрировали 15,6% участников, что указывает на вариативность когнитивных профилей в исследуемой группе.

Результаты диагностики иррациональных установок по методике Эллиса (рис. 2) показали, что у большинства участников (56,2%) преобладает средний уровень рациональности мышления, что свидетельствует о наличии у них частично неадаптивных убеждений, требующих коррекции. Низкий уровень, связанный с выраженными иррациональными установками, выявлен у 28,1% испытуемых, что подчеркивает необходимость целенаправленной психологической работы для снижения деструктивных паттернов мышления. При этом лишь 15,6% участников продемонстрировали высокий уровень рациональности, что отражает низкую распространенность устойчивых адаптивных убеждений в выборке. Данное распределение соответствует теоретическим положениям А. Эллиса о широкой представленности иррациональных установок в популяции и их значимой роли в формировании эмоциональных нарушений [8].

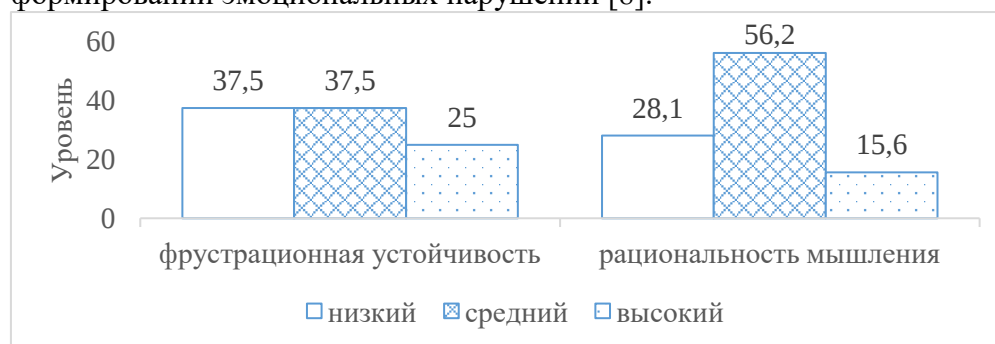


Рис. 2. Уровни фрустрационной устойчивости и рациональности мышления по результатам «Теста Эллиса» (в %)

Результаты диагностики фрустрационной толерантности по методике А. Эллиса выявили, что 37,5% участников демонстрируют низкий уровень сопротивляемости фрустрации, что может свидетельствовать о выраженных иррациональных установках, таких как катастрофизация, требовательность к себе и окружающим или низкая гибкость мышления. Ещё 37,5% респондентов находятся в зоне среднего уровня, что указывает на ситуативные трудности в преодолении фрустрирующих ситуаций, требующие профилактической работы. Лишь 25% участников обладают высоким уровнем толерантности, отражающим рациональное восприятие препятствий и адаптивные стратегии поведения. Полученные данные подчеркивают важность развития когнитивной гибкости и коррекции дезадаптивных установок у значительной части испытуемых для повышения их психологической устойчивости.

Далее осуществим статистический расчет по методу ранговой корреляции Спирмена между уровнем вовлеченности в медиапространство, найденным у испытуемых с помощью опросника Индивидуальный стиль медиапотребления (ИСМ), и уровнями тревожности, внушаемости, рациональности мышления и фрустрационной устойчивости (табл. 1).

Таблица 1

Ранговая корреляция Спирмена между вовлечённостью в медиапространство и показателями информационно-психологической безопасности

№	Показатели	r_s	p
1	Общая тревожность	0,558	<0,05
2	Внушаемость	0,684	<0,05
3	Рациональность мышления	-0,675	<0,05
4	Фрустрационная устойчивость	-0,623	<0,05

r_s – (коэффициент ранговой корреляции); p – (уровень достоверности)

Проведенный статистический анализ с использованием метода ранговой корреляции Спирмена, направленный на выявление взаимосвязей между уровнем вовлеченности в медиапространство и ключевыми психологическими характеристиками, такими как тревожность, внушаемость, рациональность мышления и фрустрационная устойчивость, позволил выявить ряд значимых закономерностей, требующих детального осмысления.

Прежде всего, обращает на себя внимание выраженная положительная корреляция между медиапотреблением и общей тревожностью ($r_s=0,558$), что, вероятно, свидетельствует о возрастании эмоциональной напряженности в условиях интенсивного взаимодействия с информационными потоками, которые, являясь насыщенными конфликтными или негативными сообщениями, способны выступать триггерами хронического стресса.

Еще более значимой оказалась связь с внушаемостью ($r_s=0,684$), что, несомненно, подчеркивает роль медийной среды как фактора,

формирующего повышенную восприимчивость к внешним воздействиям: индивиды с высокой вовлеченностью демонстрируют склонность к некритичному усвоению транслируемых установок, что может объясняться как когнитивной перегрузкой, так и эффектами повторяемости контента.

Напротив, отрицательные корреляции с рациональностью мышления ($r_s = -0,675$) и фрустрационной устойчивостью ($r_s = -0,623$) рисуют тревожную картину постепенного снижения способности к системному анализу информации и адаптации к стрессовым ситуациям, что, вероятно, связано с фрагментарностью восприятия, присущей цифровым коммуникациям, и эмоциональной истощаемостью от постоянного пребывания в информационной среде.

Интегративно полученные данные позволяют предположить, что активное медиапотребление, вопреки декларируемым преимуществам доступа к знаниям, сопряжено с глубокими трансформациями когнитивной сферы личности, где рост тревожности и податливости внешним влияниям сочетается с деградацией аналитических и адаптивных ресурсов.

В табл. 2 показано: между волевым самоконтролем и общей тревожностью обнаружена умеренная отрицательная корреляция ($r_s = -0,462$), что свидетельствует о тенденции к снижению тревожности при высоком уровне самоконтроля. Аналогичная отрицательная связь выявлена с внушаемостью ($r_s = -0,495$), что позволяет предположить, что лица с развитым волевым самоконтролем менее склонны к некритичному принятию внешних установок. Напротив, рациональность мышления демонстрирует сильную положительную корреляцию ($r_s = 0,591$), указывая на взаимосвязь самоконтроля со способностью к аналитической обработке информации. Умеренная положительная связь с фрустрационной устойчивостью ($r_s = 0,422$) подтверждает, что высокий самоконтроль может способствовать адаптивному преодолению стрессовых ситуаций.

Таблица 2

Ранговая корреляция Спирмена между волевым самоконтролем в медиапотреблении и показателями информационно-психологической безопасности

№	Показатель	r_s	p
1	Общая тревожность	$-0,462$	$<0,05$
2	Внушаемость	$-0,495$	$<0,05$
3	Рациональность мышления	$0,591$	$<0,05$
4	Фрустрационная устойчивость	$0,422$	$<0,05$

r_s – (коэффициент ранговой корреляции); p – (уровень достоверности)

Полученные данные согласуются с теоретическими представлениями о волевом самоконтроле как ресурсе, который не только ограничивает импульсивное поведение, но и усиливает когнитивную регуляцию [8].

Выявлены значимые связи рефлексивной критичности в медиапотреблении с психологическими характеристиками (табл. 3).

Ранговая корреляция Спирмена между рефлексивной критичностью в медиапотреблении и показателями информационно-психологической информации

№ п/п	Показатель	r_s	p
1	Общая тревожность	-0,685	<0,05
2	Внушаемость	-0,760	<0,05
3	Рациональность мышления	0,804	<0,05
4	Фрустрационная устойчивость	0,803	<0,05

r_s – (коэффициент ранговой корреляции); p – (уровень достоверности)

Наибольшие отрицательные корреляции обнаружены с общей тревожностью ($r_s = -0,685$) и внушаемостью ($r_s = -0,760$). Это указывает, что критический анализ контента связан со снижением тревожных состояний и меньшей подверженностью внешнему влиянию. Такие люди реже испытывают неопределённость при восприятии информации и устойчивы к манипуляциям.

Положительные корреляции с рациональностью мышления ($r_s = 0,804$) и фрустрационной устойчивостью ($r_s = 0,803$) позволяют предположить, что рефлексивная критичность способствует системному анализу данных, логическим выводам и эмоциональной стабильности в условиях информационного давления. Это может снижать уровень стресса при столкновении с противоречивыми данными.

Выводы. Таким образом, гипотеза исследования подтвердилась: существует связь между влиянием средств массовой коммуникации и показателями информационно-психологической безопасности студентов. Высокая вовлеченность в средства массовой коммуникации коррелирует с повышенной тревожностью и внушаемостью, а также демонстрирует отрицательную связь с рациональностью мышления и устойчивостью к дискомфорту. Полученные результаты исследования позволяют скорректировать теоретические модели в области цифровой социализации, а также разработать практические рекомендации в отношении снижения дезадаптивных эффектов медиавоздействия. Перспективами дальнейших исследований является разработка психотехнологии по оптимизации информационно-психологической безопасности студентов в эпоху цифровизации.

Список литературы

1. Астахова Л.В., Харлампьева Т.В. Герменевтический психологический метод исследования в деятельности по обеспечению информационной безопасности: педагогический аспект // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2010. № 4. С. 5–11.
2. Галяшина Е.И., Богатырев К.М., Антонян Е.А., Кокурин А.В. Медиабезопасность в цифровой среде: роль сведущих лиц: монография. М.: Проспект, 2024. 288 с.
3. Гафнер В.В. Информационная безопасность. Ростов-н/Д: Феникс, 2010. 330 с.

4. Гордин А.И., Гордина О.В. Безопасное информационное поведение человека: учебное пособие для СПО. Санкт-Петербург: Лань, 2025. 259 с.
5. Кисляков П.А. Социальная безопасность и здоровьесбережение учащейся молодежи. М.: Логос. 2011. 236 с.
6. Крылов Г.О., Ларионова С.Л., Никитина В.Л. Базовые понятия информационной безопасности: учебное пособие. М.: КноРус, 2025. 257 с.
7. Сарычев Н.В., Мельниченко Д.В. Внешние и внутренние угрозы информационной безопасности России // Российский психологический журнал. 2010. Т. 7. № 5-6. С. 108–114.
8. Франова И.В. Теоретико-методологические основания рационально-эмотивной поведенческой терапии А. Эллиса // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 305. С. 174–177.
9. Шалаев И.А. Актуальные проблемы обеспечения кибербезопасности в России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2024. № 23. С. 129–133.
10. Mills J., Aronson E. Opinion change as a function of the communicator's attractiveness and desire to influence // Journal of Personality and Social Psychology. 1965. V. 1(2). P. 173–177. doi: 10.1037/h0021646.
11. Smith E., Mills J., Samson L. Out of the loop: Taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women // Body Image. 2024. № 49. DOI: 10.1016/j.bodyim.2024.101715

Об авторе:

ВОЛОБУЕВ Вахтанг Вячеславович – кандидат медицинских наук, доцент кафедры психологии ФГБОУ ВО «Донбасская аграрная академия» (286157, ДНР, г. Макеевка, ул. Островского, 16); e-mail: gooodpsychologist@gmail.com

The influence of mass media on the information and psychological security of students

V.V. Volobuyev

Donbass Agrarian Academy, Makeyevka

The purpose of the study was to examine the impact of mass media (social networks, movies, mass media, information products, etc.) on the informational and psychological security of students. The following methods were used: Individual media consumption style by G.N. Malyuchenko, V.M. Smirnova, and A.S. Kopova, A.A. Khvan and Yu.A. Zaitsev's method for measuring adolescent anxiety, S.V. Klauchek and V.V. Delaryu's method for diagnosing susceptibility to psychological induction, and A. Ellis's method for diagnosing irrational attitudes. The study confirmed the hypothesis of statistically significant correlations between the level of student involvement in various mass media and their indicators of informational and psychological security in the form of increased suggestibility, anxiety, and reduced rationality of thinking and tolerance of discomfort.

Keywords: *information and psychological security, anxiety, suggestibility, media consumption, volitional self-control.*

Принято в редакцию: 30.07.2025 г.

Подписано в печать: 06.02.2026 г.