

10. Кузьмина, Н. В. Психологическая структура деятельности учителя: (тексты лекций) / Н. В. Кузьмина, Н. В. Кухарев. – Гомель: ГГУ, 1976. – 57 с.

11. Психологические практики диагностики и развития самоэффективности студенческой молодежи: учебное пособие / О. М. Краснорядцева [и др.]. – Томск: Изд. дом ТГУ, 2014. – 274 с.

12. Медведская, Е. И. Педагогическая деятельность: сфера услуг или...? / Е. И. Медведская // Вопросы психологии. – 2012. – № 5. – С. 19–28.

13. Марищук, Л. В. Психодидактическая технология минимизации алекситимии студентов: монография / Л. В. Марищук, Е. В. Воронко // Гродно: ГрГМУ, 2020. – 247 с.

(Дата подачи: 28.02.2021 г.)

Е. И. Медведская

Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина,
Брест

E. I. Medvedskaya

Brest State University named after A. S. Pushkin, Brest

УДК 159.95

НОВОСТИ В РАЗНЫХ ВИДАХ КОММУНИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА ПОНИМАНИЯ СТУДЕНТАМИ ИНФОРМАЦИИ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

THE NEWS IN DIFFERENT TYPES OF COMMUNICATION: THE SPECIFICS OF UNDERSTANDING THE INFORMATION FROM SOCIAL NETWORKS BY THE STUDENTS

Статья посвящена проблеме влияния интернет-информации на сознание пользователей. Эмпирически выявлены иерархии информационных источников по частоте обращения студентов и по степени доверия к контенту. Представлены результаты сравнительного анализа оценок информации о текущих событиях и категорий их понимания для разных видов коммуникации: опосредованной (социальные сети) и непосредственной (другие люди). Предложено направление теоретического объяснения присутствующей у молодых людей когнитивной простоты в понимании информации из разных источников.

Ключевые слова: информационное разнообразие; новости; коммуникация; категории сознания; когнитивная простота.

The subject of this article is the problem of the impact of information from the Internet on the consciousness of the Internet user. The empirical research revealed the hierarchy of informational resources according to the frequency of referral and the trust level to the content. There are results of a comparative analysis of assessment of the information regarding current events and categories of their understanding of different communication: mediated (social

networks) and direct (other people). A direction of theoretical explanation of a cognitive simplicity of understanding the information from different sources by the young people has been proposed in this work.

Key words: informational diversity; news; communication; categories of the consciousness; cognitive simplicity.

Современная социокультурная ситуация характеризуется информационным многообразием, выражающемся не только в контенте, но, собственно, и в его носителях. Скорость распространения источников может выступать одним из объективных критериев измерения их популярности. Например, если телевидению для создания 50-миллионной аудитории потребовалось 13 лет, то Интернету всего 4 года. А такая онлайн-платформа, как социальные сети (на примере Facebook), включала в себя 100 миллионов пользователей менее, чем через 9 месяцев после своего появления [1].

Обмен информацией и общение в социальных сетях являются очень популярной целью выхода в Интернет и для белорусов разных возрастов. В таблице 1 содержатся выдержки из отчета Национального статистического комитета за соответствующие годы [2, с. 57; 3, с. 71; 4, с. 70]. Данные представлены в процентах от общего числа интернет-пользователей определенной возрастной категории.

Таблица 1

Численность пользователей социальных сетей белорусской интернет-аудитории

Год	Пользователи социальных сетей по возрастным категориями, лет					
	6–10	11–15	16–24	25–54	54–64	65–72
2017	39,9	86,6	95,9	80,7	66,4	57,5
2018	40,8	88,8	96,8	84,7	71,3	62,7
2019	37,5	86,1	97,4	86,8	74,2	65,4

Как следует из представленных в таблице 1 данных, наиболее активными пользователями социальных сетей выступают юноши и молодые люди от 16 до 24 лет. Интересно также отметить, что для более младших групп популярность подобной интернет-практики мало изменилась за три года, а вот у пользователей старше 25 лет можно зафиксировать устойчивую тенденцию к росту их численности.

Безусловно, рост аудитории социальных сетей обуславливает и довольно обширные психологические исследования, которые относятся к определению новых форм идентификации и самопрезентации личности [5; 6]; анализу угроз психологической безопасности для пользователей разных возрастов [7; 8]; поиску детерминант зависимостей от социальных сетей [9

и др.]. Среди направлений последних исследований можно обозначить изучение их конструктивного потенциала в организации новых образовательных форм [10; 11] и форм психологических услуг населению [12]. Однако среди существующего массива работ фактически не обнаружено исследований, направленных на изучение понимания пользователем информации из различных онлайн-источников. Для ликвидации существующего дефицита было проведено специальное исследование, позволяющее установить особенности отношения молодых людей к информации из социальных сетей и специфику ее понимания.

В исследовании (добровольно и анонимно) принимало участие 100 студентов 1–4 курсов различных факультетов Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина. Возраст респондентов от 17 до 23 лет, среди них 58 девушек и 42 юношей. Сбор эмпирических данных осуществлялся в мае-июне 2020 г.

Эмпирическое исследование было направлено на решение нескольких задач, первой из которых выступал анализ выбора молодыми людьми в существующих условиях информационного многообразия источников о текущих событиях в стране и в мире. Этот выбор изучался по двум критериям: частота обращения к источнику и степень доверия к его содержанию. Для решения названной задачи была использована методика ранжирования. Обработка данных состояла в расчете среднего арифметического по каждому источнику, а затем проведении корреляционного анализа профилей с целью определения взаимосвязей между частотой обращения к информационному источнику и доверием к содержанию информации.

Итоги ранжирования студентами информационных источников по критериям «частота обращения» и «степень доверия» отражены в таблице 2, в которой наряду с усредненными оценками указан полученный общий ранг: от 1 (максимальный) до 7 (минимальный).

Данные таблицы 2 доказывают, что самыми популярными среди молодых людей являются цифровые носители информации (в первую очередь социальные сети и специализированные интернет-порталы), а также информация, передаваемая в непосредственной коммуникации с другими людьми. Наименее популярными выступают печатные СМИ, радио и отечественное телевидение. По степени доверия названные источники несколько меняются местами: на первое место выдвигаются новостные интернет-порталы (tut.by, onliner.by и др.), затем «сарафанное радио» и только потом социальные сети. Меньше всего доверяют студенты информации, транслируемой по отечественным телеканалам. Корреляционный анализ показал отсутствие взаимосвязи частоты обращения к источнику и степени доверия к нему ($r = 0,71$ при $r = 0,78$ для $p \leq 0,05$).

Результаты ранжирования студентами информационных источников

Информационный источник	Критерии ранжирования			
	Частота обращения		Степень доверия	
	М	Ранг	М	Ранг
Печатные СМИ	2,04	7	3,31	6
Телевидение (отечественное)	3,06	5	3,26	7
Телевидение (зарубежное)	3,11	4	3,36	5
Радио	2,44	6	3,42	4
Новостные интернет-порталы	5,86	2	5,18	1
Социальные сети	6,02	1	4,63	3
Другие люди (родственники, знакомые и др.)	5,42	3	5,05	2

Таким образом, в качестве источника новостей для молодых людей социальные сети являются лидером по частоте обращения, однако степень доверия к их контенту ниже, чем к новостным интернет-порталам и знакомым людям. Вероятно, основной причиной снижения доверия выступает собственный пользовательский опыт, выступающий несомненным доказательством возможности фальсификации информации (к примеру, фотошоп). Возможно, что информация из соцсетей проходит своеобразную проверку посредством ее сопоставления как с различными мнениями по конкретному вопросу, представленными на интернет-порталах, так и трактовкой значимых людей.

Другой исследовательской задачей являлась реконструкция категориальной структуры сознания, опосредующей понимание молодыми людьми информации из разных источников. Предметом проводимого сравнительного анализа выступает информация о текущих событиях, циркулирующая в разных формах коммуникации: опосредованной (социальные сети) и непосредственной (другие люди). Для сбора эмпирических данных был использован авторский вариант семантического дифференциала. Дескрипторами выступали 30 характеристик информации, представленных в различных словарях русского языка. Шкалы представляли собой однополярные конструкции, поскольку их использование «дает дополнительную “степень свободы” в проекции когнитивных структур испытуемых на экспериментальный материал, так как позволяет выделить субъективную синонимию и антонимию описываемых признаков, не обязательно совпадающую с нор-

мативно-языковой» [13, с. 206]. Чтобы избежать формирования у респондентов установки на определенные ответы характеристики информации были заданы как позитивной, так и негативной валентности. По заданным шкалам семантического дифференциала по 7-балльной шкале (от 1 (минимум) до 7 (максимум)) участникам исследования предлагалось оценить информацию о происходящих событиях, получаемую посредством социальных сетей и коммуникаций с другими людьми.

Итоги первичной обработки данных семантического дифференциала, заключающиеся в построении групповых усредненных профилей характеристик информации, представлены в таблице 3.

Таблица 3

Усредненные оценки информации из разных источников

Характеристика информации	Социальные сети	Другие люди
1. Быстрая	6,1277	4,8947
2. Сложная	3,4894	3,2316
3. Структурированная	4,5000	3,4947
4. Аналитическая	4,1383	3,5895
5. Реальная	4,6383	4,6737
6. Квалифицированная	4,0000	3,0947
7. Исчерпывающая	4,5426	4,1474
8. Правдивая	4,5638	4,5895
9. Секретная	3,3191	3,7158
10. Краткая	4,6702	4,1579
11. Содержательная	4,7234	4,3368
12. Качественная	4,2553	3,9684
13. Нужная	5,2234	4,7579
14. Полная	5,0106	4,0632
15. Свежая (оперативная)	5,7872	4,9368
16. Противоречивая	4,6702	4,4842
17. Существенная	4,7021	4,4842
18. Скучная	3,2766	3,4632
19. Объективная	4,5638	4,5579
20. Побуждающая к выводам	5,1809	4,9053
21. Побуждающая к действиям	4,9043	4,6000

Характеристика информации	Социальные сети	Другие люди
22. Необработанная	4,1489	5,0000
23. Описательная	5,1064	5,1368
24. Критическая	4,3191	4,1263
25. Точная	4,3191	3,8526
26. Проверенная	4,2553	3,6105
27. Негативная	4,6489	4,0842
28. Пустая	3,9787	3,7474
29. Надежная	4,0851	3,8526
30. Скандальная	5,2660	4,1474

Анализ данных таблицы 3 показывает, что информация из соцсетей оценивается студентами как более быстрая (1), структурированная (3), квалифицированная (6), полная (14), скандальная (30). Выигрывает информация от значимых лиц только по немногим параметрам, а именно как более секретная (9), но в то же время скудная (18) и менее обработанная (22). Сравнение профилей оценок информации о новостях из разных источников с помощью критерия Стьюдента доказало достоверность различий между ними: $t = 8,01$ при критическом $t = 2,75$ для $p \leq 0,01$.

Для установления категорий сознания, опосредующих восприятие и понимание молодыми людьми информации из разных источников, был проведен факторный анализ: центроидный метод с извлечением главных компонент, включающий подпрограмму поворота факторных структур *varimax* (программа SPSS v. 16). Результаты факторизации двух исходных матриц данных (30 характеристик информации на 100 респондентов) показали, что категориальная структура информации из соцсетей представлена в сознании студентов 10 категориями, значимыми по критерию Кайзера, а информации от других людей – 8 категориями. Но поскольку часть выявленных конструкторов имеют очень низкую субъективную значимость и малый объем (по две шкалы), то для дальнейшего обсуждения представляется целесообразным ограничиться теми из них, которые не случайны по своей валентности для студентов (т. е. имеют процент общей дисперсии, который превышает границу порога случайности).

Для удобства сравнительного анализа итоги моделирования отражены в таблице 4, в которой указаны категории с образующими их дескрипторами, получившими статистически высоко значимую нагрузку как образующие фактора (для 30 переменных $r = 0,36$ для $p \leq 0,05$ и $r = 0,47$ для $p \leq 0,01$). Названия категорий даны в соответствии с универсальными координатами

человеческого сознания: «Оценка», «Сила» и «Активность». Универсальность названных координат, впервые описанных Ч. Осгудом и его сотрудниками, была подтверждена в многочисленных экспериментальных работах, проводимых с представителями разных языковых культур, разного уровня образования и категорий психического здоровья [13–15 и др.]. Универсальность этого глубинного кода категоризации действительности обусловлена универсальностью человеческих эмоций, точнее их сигнальной функцией, обеспечивающей адаптацию к окружающему миру. Более сложные, развитые формы категоризации возникают по мере знакомства с некоторой содержательной областью, т. е. по мере усвоения человеком системы обобщений-эталонов, принятых в определенной культуре. Это усложнение выражается как в увеличении числа категорий, так и в изменении принципа их организации уже не столько по коннотативным (эмоциональным), сколько по денотативным (предметным) основаниям. Таким образом, знание предмета приводит к расщеплению универсальных категорий, что делает пространство более многомерным.

Таблица 4

Категориальная структура понимания информации из разных источников

Социальные сети		Другие люди	
«Позитивная оценка» (26,75 %)		«Позитивная оценка» (29,43 %)	
точная	0,802	проверенная	0,894
объективная	0,764	надежная	0,837
правдивая	0,762	точная	0,825
надежная	0,760	правдивая	0,759
проверенная	0,696	полная	0,650
реальная	0,677	реальная	0,582
качественная	0,661	существенная	0,573
нужная	0,573	качественная	0,548
существенная	0,562	объективная	0,533
исчерпывающая	0,546	описательная	0,483
полная	0,523	свежая (оперативность)	0,461
аналитическая	0,469		
«Сила воздействия» (9,77 %)		«Активность» (9,61 %)	
побуждающая к действиям	0,792	быстрая	0,737
скандальная	0,773	содержательная	0,618
свежая (оперативная)	0,632	исчерпывающая	0,580
побуждающая к выводам	0,610	структурированная	0,536

Социальные сети		Другие люди	
«Негативная оценка» (7,46 %)		«Сила воздействия» (5,75 %)	
негативная	0,803	побуждающая к действиям	0,791
противоречивая	0,695	побуждающая к выводам	0,697
пустая	0,532	нужная	0,530
«Активность» (5,05 %)		«Негативная оценка» (5,57 %)	
сложная	0,791	негативная	0,865
квалифицированная	0,582	скандальная	0,731
структурированная	0,502	пустая	0,682
		секретная	0,503

Первое, что обращает на себя внимание при анализе данных таблицы 4, это в общем-то небольшая когнитивная сложность студентов в понимании информации, поскольку в ее моделях для разных типов СМИ фактически отражены только три базовых категории сознания. Очень незначительное усложнение этой базовой модели произошло за счет расщепления ведущей категории оценки на два фактора: позитивной и негативной оценки.

Наиболее значимая по валентности категория «Позитивной оценки» имеет и самое объемное наполнение. В первую очередь оно включает в себя различные свойства информации, а именно: объективность (реальная, существенная и др.), достоверность (проверенная, надежная, точная, правдивая), полнота (полная, исчерпывающая). Иначе данный фактор можно было бы обозначить «Свойства информации».

Универсальной категории «Силы» соответствует взаимосвязь характеристик информации, отражающих ее мотивационно-регуляторную функцию. Большая сила воздействия приписывается молодыми людьми информации, поступающей из социальных сетей (вторая категория), по сравнению с информацией, передаваемой в непосредственной коммуникации (третья категория).

Универсальная категория «Активность» имеет варьируемое содержание для разных источников информации. Она скорее отражает активность не столько самого сообщения, сколько работу его создателя над формой и содержанием информации (структурированная, квалифицированная, сложная, содержательная, исчерпывающая), а также определенные усилия по ее передаче (характеристика «быстрая» в модели информации, получаемой от других людей). В контексте обсуждаемой проблематики данную категорию можно было бы конкретизировать как «Активность автора сообщения».

Категория «Негативной оценки» довольно проста в интерпретации, объединяя в себя характеристики информации отрицательной валентности.

Полученные в итоге сравнительного анализа эмпирические данные позволяют сделать следующие основные обобщения.

1. У молодых людей отсутствует взаимосвязь между частотой обращения к источнику информации и степенью доверия к его содержанию. Хотя наиболее частым источником информации о текущих событиях для молодых людей являются социальные сети, степень доверия к ним несколько ниже по сравнению с новостными интернет-порталами и сообщениями, передаваемыми в непосредственной коммуникации со знакомыми людьми.

2. Студенты статистически достоверно различно оценивают характеристики информации о новостях из социальных сетей и от значимых людей. При этом опосредованная интернет-информация оценивается выше фактически по всем параметрам, а информация от непосредственных собеседников воспринимается как более скудная, но в то же время секретная.

3. Содержание категорий, опосредующих понимание студентами информации из разных каналов коммуникации, довольно близко друг другу. В первую очередь оно представлено категориями «Свойства информации», «Сила воздействия» и «Активность автора сообщения». Особо следует отметить, что большая сила влияния на образ мышления и поведение пользователя информации студентами приписывается информации из социальных сетей (несмотря на меньшую степень доверия к ним, по сравнению со знакомыми людьми).

В целом результаты проведенного исследования демонстрируют невысокую когнитивную сложность молодых людей в понимании информации, поскольку, во-первых, сама категориальная структура их знаний в данной области фактически соответствует трем универсальным координатам человеческого сознания; во-вторых, все выявленные категории представляют собой простые по внутренней организации, однополярные конструкты. С учетом того, что все участники исследования являются представителями поколения Z (или поколения Google и т. п.), которое с рождения погружено во все усиливающиеся по интенсивности информационные потоки, подобная когнитивная простота является довольно парадоксальной. Думается, что для теоретического объяснения эмпирически установленной простоты продуктивна идея о сущности сознания, высказанная еще Э. Клапаредом (сознание включается при сопротивлении материала, невозможности приспособиться к нему) и активно развиваемая в современной русскоязычной психологии Ш. А. Тхостовым (концепция «зонда сознания» [16]). Погружение молодых людей в информационный поток для них давно привычно (причем, немаловажно, этот поток все легче управляется благодаря постоянным технологическим усовершенствованиям). Однако именно эта привычная процессуальность соприкосновения с большими объемами информации, которую можно метафорично характеризовать как «обыденность погружения в информационный поток», оставляет мало шансов для само-

стоятельного выхода из него, без чего невозможна рефлексия над его содержанием и качеством.

Список использованных источников

1. Агадуллина, Е. Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования / Е. Р. Агадуллина // Современная зарубежная психология. – 2015. – Т. 4. – № 3. – С. 36–46.
2. Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Минск: Национальный статистический комитет, 2018. – 71 с.
3. Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Минск: Национальный статистический комитет, 2019. – 70 с.
4. Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Минск: Национальный статистический комитет, 2019. – 72 с.
5. Войскунский, А. Е. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко // Психология. Журнал ВШЭ. – 2013. – № 2. – С. 98–121.
6. Кондрашихина, О. А. Особенности личностной идентичности пользователей социальных сетей поколений Y и Z / О. А. Кондрашихина, М. В. Бодалова, А. И. Терентьева // Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Психология», 2020. – Т. 31. – С. 34–55. DOI: <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2020.31.43>.
7. Айсина, Р. М. Психологическая безопасность взрослых интернет-пользователей: анализ современных исследований / Р. М. Айсина // Вестник Омского университета. – 2019. – № 1. – С. 28–38. Сер. «Психология».
8. Гнатюк, М. А. Специфика сетевых рисков информационной социализации молодежи в пространстве социальных сетей / М. А. Гнатюк, А. А. Булатов // Национальное здоровье. – 2018. – № 2. – С. 221–228.
9. Зотова, Д. В. Патологическое использование и зависимость от социальных сетей – анализ с позиций феноменологии аддиктивного поведения / Д. В. Зотова, В. А. Розанов // Вестник СПГУ. Психология. – 2020. – Т. 10, Вып. 2. – С. 158–180.
10. Новиков, С. В. Мониторинг социальных сетей как средство трансформации методов воспитания подростков / С. В. Новиков, Л. Н. Макарова // Вестник Томского университета. Сер. «Гуманитарные науки». – 2017. – Т. 22. – Вып. 5 (169). – С. 45–51.
11. Арсентьева, М. В. Использование социальных сетей как средство воспитания студентов / М. В. Арсентьева // Известия ТулГУ. Технические науки. – 2017. – Вып. 11. – Ч. 2. – С. 211–213.
12. Воробьева, А. Е. Использование социальных сетей практическими психологами во время пандемии COVID-19 / А. Е. Воробьева, С. И. Скипор // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2020. – № 5. – С. 109–114.
13. Петренко, В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с.
14. Osgood, C. E. The measurement of meaning / C. E. Osgood, G. Suci, P. Tannenbaum. – Urbana, 1957. – 342 p.

15. Bentler, P. M. An Extension of semantic Space / P. M. Bentler, A. L. LaVoie // Journal of Verbal Learning and Verbal Behaviour. – 1972. – Vol. 109. – P. 123–144.

16. Емелин, В. А. Психологические последствия развития информационных технологий / В. А. Емелин, Е. И. Рассказова, А. Ш. Тхостов // Национальный психологический журнал. – 2018. – № 1(7). – С. 81–87.

(Дата подачи: 16.02.2021 г.)

Е. А. Микодина

Витебский государственный университет имени П. М. Машерова,
Витебск

E. A. Mikodina

Vitebsk State University named after P. M. Masherov, Vitebsk

УДК 316.627:37.018.1

РОЛЬ ПРОСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В СЕМЕЙНОЙ СИСТЕМЕ

THE ROLE OF PROSOCIAL BEHAVIOR IN THE FAMILY SYSTEM

В статье рассматривается анализ зарубежных источников просоциального поведения на микроуровне. Охарактеризовано понятие просоциальности. Прослежены психологические и физиологические детерминанты просоциального поведения. Рассмотрены причины проявления помогающего поведения начиная с раннего, заканчивая подростковым возрастом. Определены физиологические предпосылки просоциальности. Осуществлена систематизация механизмов формирования просоциальности в семейной системе, уровней просоциальности и семейной системы в целом. Проанализированы исследования отечественных и зарубежных авторов в области просоциального поведения семейной системы.

Ключевые слова: просоциальное поведение; просоциальная направленность; помогающее поведение; семейная система; супружеские отношения; детско-родительские отношения; сиблинговые отношения.

The article deals with the analysis of foreign sources of prosocial behavior at the micro level. The concept of prosociality is characterized. Psychological and physiological determinants of prosocial behavior are traced. The reasons for the manifestation of helping behavior from early to adolescence are considered. Physiological prerequisites of prosociality are defined. The systematization of the mechanisms of formation of prosociality in the family system, the levels of prosociality and the family system as a whole is carried out. The research of domestic and foreign authors in the field of prosocial behavior of the family system is analyzed.

Keywords: prosocial behavior; prosocial orientation; helping behavior; family system; marital relations; child-parent relations; sibling relations.