



А. И. Лучинкина

УДК 316.6

СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРЫМСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Постнеклассическая эпоха характеризуется нарастающими потоками информации, динамичностью и символическостью. Реальные люди отходят на второй план, и на их место заступают образы, симулякры. Сегодня человек представляет из себя информацию. По ней встречают и по ней провожают. Основная характеристика личности в информационном пространстве – ее информативность. Личность при этом является производителем информации и ее потребителем одновременно. При этом свои страхи и актуальные потребности личность-производитель информации продуцирует в контент. Потребитель «заглатывает» произведенные тексты, содержание которых может полностью или частично резонировать с собственными мыслями, идеями потребителя. Личность потребителя и производителя информации формируются в одном информационном поле и под влиянием равноценного по формальным характеристикам контента. Однако географическая расположенность Крыма, близость Украины и жесткий прессинг, развернутый со стороны проукраинских СМИ, безусловно, оказывает влияние на формирование гражданской идентичности жителей полуострова. Собственно, формирование личности потребителя информации происходит в информационном пространстве, полном противоречивой информации о самих устоях гражданского общества. При этом существует категория людей, склонных полностью доверять любой информации о Крыме, если она появляется в информационном пространстве. Такое некритичное поведение свидетельствует

о психологической незрелости личности, однако на его формирование может оказать влияние и противоречивость потребляемой информации.

Научная проблема исследования заключается в изучении социально-психологической специфики крымского информационного пространства для профилактики возможных отклонений в процессе формирования личности.

Целью статьи является описание социально-психологической специфики крымского информационного пространства.

Основными носителями информации являются люди, телевидение, газеты как печатные, так и электронные, радио, Интернет. По сути, телевидение, газеты, радио и интернет объединяются одним понятием – СМИ. В иерархии СМИ первое место, безусловно, принадлежит телевидению. Очевидно, этим объясняется борьба предпринимателей и политиков за частоты и телеканалы.

С нарастанием объема информации людям все труднее ориентироваться в ее содержании, ограждать себя от ее избытка, выбирать нужное. Информация становится ценностью и необходимым условием существования человека. Она получает самостоятельность и может существовать вне человека.

Размывается национальная идентичность, создаются новые сленги, нивелируются одни морально-этические принципы и рождаются другие. Человек попадает в пространство, где главным социальным ресурсом становится информация, что влияет на социальные отношения, ценностную систему, мировоззрение. И. Сощенко предполагает, что особым отражением социокультурной реальности информационного общества выступает образ человека как выражение единства объективного и субъективного, синтез социальных и культурных достижений информационного общества. Система образов, символов, знаков, накопленных информационным пространством, воспроизводит воображаемую или виртуальную реальность, возникающие средством изменения реальной жизни общества и каждого его представителя в отдельности.

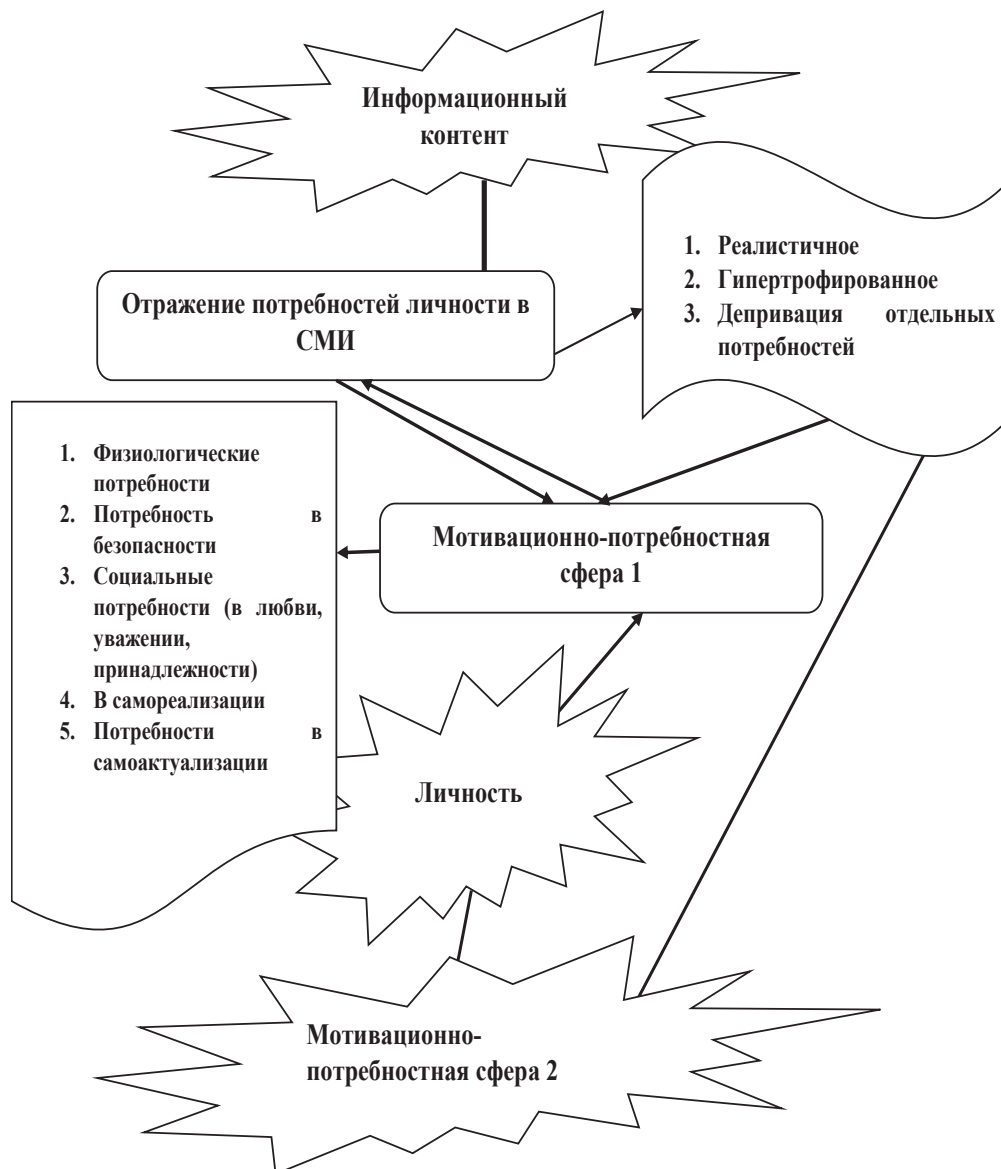


Рис.1 Модель влияния информационного контента на мотивационно-потребностную сферу личности

Учитывая, что Крым населяют народы и представители 175 национальностей, речь, по нашему мнению, должна идти об этнической составляющей информации. Почему информация, преподносимая СМИ, так важна? Прежде всего, необходимо учитывать, что телевидение смотрят 83,7% населения, читают пе-

чатные СМИ – 21% жителей Крыма, просматривают новостные порталы в Интернете – 46% населения полуострова. При этом большая часть населения имеет возможность смотреть и читать не только крымские СМИ, но и СМИ дальнего и ближнего зарубежья. Анализ информации показал, что в СМИ усили-

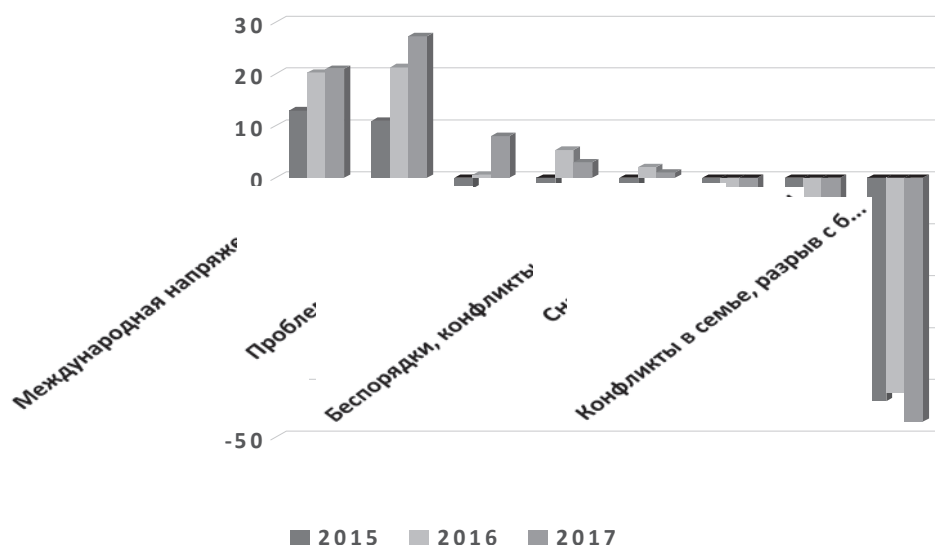


Рис. 2 Динамика индексов страхов россиян

ваются тенденции раздела общества по этническому или конфессиональному признаку. Наиболее обсуждаемые сообщения СМИ делят читателей и зрителей на сторонников и противников разных точек зрения, намеренно или неосознанно связываемых коммуникаторами с этничностью. Расшатывание этнических и конфессиональных чувств может негативно влиять на массовое сознание [1; 2; 3; 4]. Однако такие исследования нередко заводят в тупик самого исследователя: простой подсчет коммуникативных актов – метод разумный, но не объясняет всю глубину формирования личности в современном обществе.

В научной литературе информационное пространство исследуется скорее с социологической и политической точек зрения. Влияние информационного пространства на формирование личности, удовлетворение ее базовых потребностей изучено мало. Учитывая вышеизложенное, мы представляем влияние информационного пространства СМИ на личность следующим образом (рис. 1).

Как показано на рисунке 1, личность и информационный контент находятся в постоянном взаимодействии. Потребности, выступающие индикаторами нехватки чего-либо и мотивы, рожденные на фоне актуальных потребностей, в целом определяют саму лич-

ность. Так, потребность в безопасности может проявляться в желании укрепить свое жилище, поставить пароли на страницы в социальных сетях, в потреблении информации о криминогенной ситуации. При этом неудовлетворенная потребность способствует развитию мотива и совершению последующего действия. Например, мотив безопасности жилища может привести к покупке бронированной двери, супернадежного замка. Следует отметить, что взаимодействие актуальных потребностей с информационным контентом создает зону ближайшего развития потребностей личности в новые мотивы. Так, актуальная для личности подростка потребность в принадлежности при перенасыщении информационного пространства информацией о различных группах с девиантными характеристиками и умалчивании о социально значимых молодежных группах может привести к формированию устойчивого мотива вступления в одну из девиантных групп. Как указано на рисунке 1, СМИ может подавать информацию, так или иначе затрагивающую базовые потребности личности реалистично, без искажений; гипертрофированно – чрезмерно преувеличенно; полностью игнорировать данную потребность. В результате взаимодействия информационного контента актуализируются или депривированы имеющиеся потребности, или

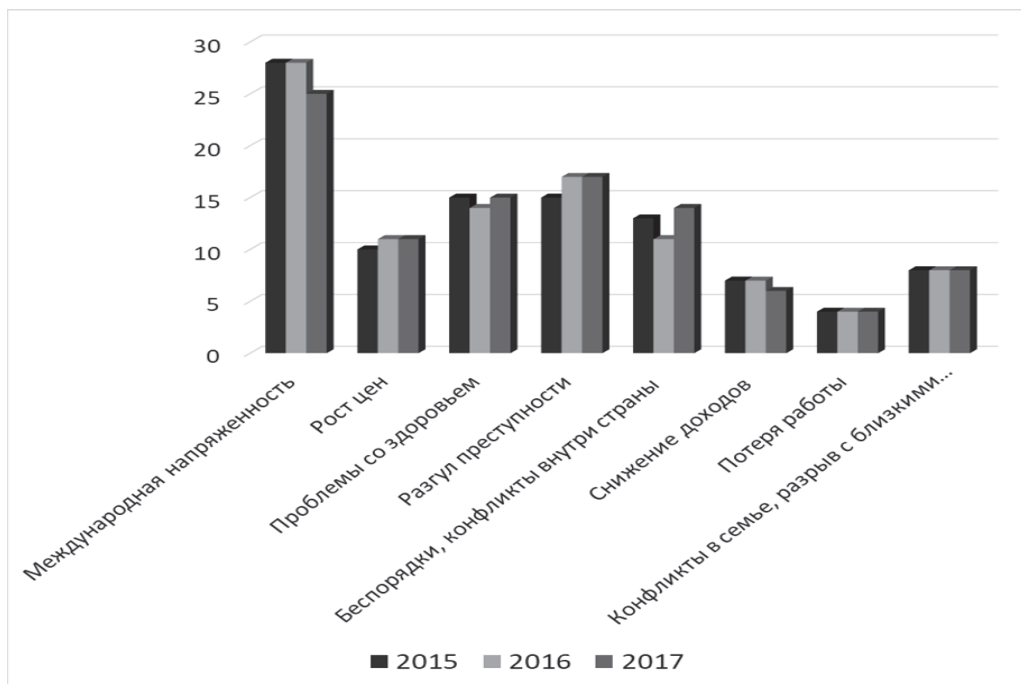


Рис. 3 Частота встречаемости интенции в информационном пространстве

рождаются новые. Это может привести к появлению других мотивов поведения нежели те, которые были сформированы у личности изначально.

Эмпирической базой исследования выступило крымское информационное пространство. Нами анализировался контент печатных СМИ (Крымская Газета, Крымская Правда, Моя Семья), интернет-контент социальных страниц за 2014–2017 гг. и телеконтент крымских телерадиокомпаний. Кроме этого, на квотной выборке 780 человек нами исследовался уровень удовлетворенности потребностей в динамике с 2015 по 2018 гг. В статье используются данные ВЦИОМ (Всероссийского Центра исследования общественного мнения) по изучению индекса страхов. Более того, выделенные страхи стали определяющими интенциями для изучения информационного контента.

По данным ВЦИОМ за 2015–2017 гг. (рис. 2), выявлено возрастание страха, актуализирующего потребность в безопасности – разгул преступности (снижен), беспорядки в стране (снижен индекс), страх международной

напряженности; физиологические – рост цен, проблемы со здоровьем, снижение доходов (индекс снижен).

Есть существенные изменения в индексах, характеризующие социальные потребности – страх потери работы уменьшился, страх конфликтов с близкими возрос.

Следует отметить, что социальные потребности в человеческом обществе являются ведущими и их депривация может привести к изменению самой человеческой природы и базовых ценностей человечества (рис. 3).

Анализ информационного контента СМИ и социальных сетей в течение указанного периода 2015–2017 гг. показал, что наиболее популярными темами стали международная напряженность, беспорядок в стране и криминальная ситуация – гипертрофированно актуализируется потребность в безопасности; проблемы со здоровьем – гипертрофированно актуализируется потребность с подменой понятий. Так, в ряде СМИ, не специализирующихся на проблемах со здоровьем, на первой странице подается информация о различного рода заболеваниях. Рост цен удерживает вни-



мание в СМИ стабильно высоко. Тема снижения доходов стала подниматься меньше.

При этом следует отметить, что существует устойчивая связь между частотой встречаемости интенции в популярных СМИ и ростом показателей отмеченного интенцией социального явления (табл. 1).

Таблица 1.

Статистические данные в приведенных единицах

Год	2015		2016		2017
	СМИ	ИС	СМИ	ИС	СМИ
Интенция					
Здоровье	7	1	15	8	13
Преступность	15	5	17	3	17
Снижение доходов	4	-12	7	-3	7
Конфликты в семье	6	-41	8	-47	8

ИС – индекс страха

Приведенные в таблице 1 результаты свидетельствуют о роли информационного контента в формировании индексов страха. Так, устойчивое информирование о проблемах со здоровьем отражается на страхе потребителя этой информации. При этом наблюдается рост индекса страха при большом показателе контента о болезнях.

В отношении преступности наблюдается аналогичная тенденция: с увеличением доли информации о преступлениях возрастает индекс страха, что актуализирует потребность в безопасности личности. Устойчиво низкий интерес СМИ к проблеме конфликтов в семье, снижает проблему принадлежности личности, делая ее незначимой, что выражается в низком индексе страха.

Сравнительный анализ актуальных базовых потребностей личности и их удовлетворенность в информационном пространстве позволил сделать следующие выводы:

1. Наиболее актуальными потребностями респондентов являются потребность в безопасности и социальные потребности.

2. Потребности самореализации и самоактуализации в исследуемой выборке выражены слабо.

3. Крымское информационное пространство содержит контент, соответствующий ба-

зовым потребностям личности, но при этом контент может иметь разную направленность: позитивную или негативную (рис. 4)

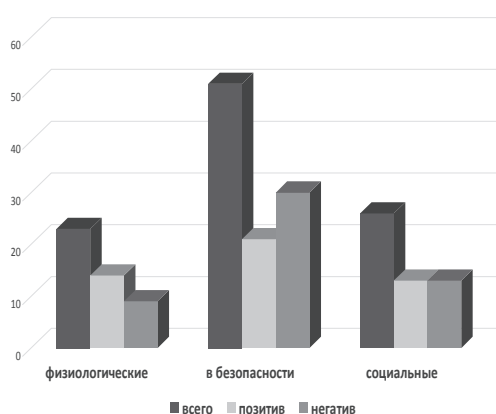


Рис. 4 Удовлетворение базовых потребностей личности в информационном пространстве

Как показано на рисунке 4, большая часть информационного контента содержит характеристики, соответствующие потребности в безопасности. При этом остальные группы потребностей освещаются меньше. Следует отметить, что в крымском информационном пространстве подается контент, характеризующий потребность в самореализации и самоактуализации, но его вес невелик.

Таким образом, информационное пространство СМИ Крыма имеет свою специфику: преобладание контента, связанного с удовлетворением потребности безопасности, социальных потребностей. На актуализацию этих потребностей может оказывать влияние географическая расположенность Крыма, агрессивность проукраинских СМИ. Основными интенциями крымского информационного пространства остаются международная напряженность, преступность, экономика, здоровье.

АННОТАЦИЯ

В статье описана социально-психологическая ситуация, сложившаяся в крымском информационном пространстве, выделены его основные интенции. Автор анализирует удовлетворенность базовых потребностей личности в информационном контенте СМИ. Ин-



формационное пространство СМИ Крыма имеет свою специфику: преобладание контента, связанного с удовлетворением потребности безопасности и социальных потребностей. На актуализацию этих потребностей может оказывать влияние географическая расположенность Крыма, агрессивность проукраинских СМИ. Основными интенциями крымского информационного пространства остаются международная напряженность, преступность, экономика, здоровье.

Ключевые слова: информационное пространство, личность, контент. СМИ, контент, потребности.

SUMMARY

The article describes the social and psychological situation that has developed in the Crimean information space, its main intentions have been singled out. The author analyzes the satisfaction of the basic needs of the individual in the information content of the media. The information space of the Crimean media has its own specifics: the predominance of content related to the satisfaction of security needs, social needs. The actualization of these needs can be influenced by the geographic location of the Crimea, the aggressiveness of pro-Ukrainian media. The main intentions of the Crimean information space remain international tension, crime, economics, health.

Key words: information space, personality, content. Media, content, needs

ЛИТЕРАТУРА

1. Лучинкина А. И. Восприятие политической власти жителями Крыма / А. И. Лучинкина, А. Э. Поднебенная // Гражданское общество: проблемы и перспективы-сборник научных статей по материалам круглого стола. – Издательство: ИП Хотеева Л. В., 2017 – С. 12–16.

2. Лучинкина А. И. Социально-психологические маркеры гражданского общества Крыма / А. И. Лучинкина, А. Э. Поднебенная, И. М. Челеби // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия Педагогика. Психология – С. 6–10.

3. Попова В. А. Этнокультурные взаимодействия как маркер гражданского общества

// Гражданское общество: проблемы и перспективы-сборник научных статей по материалам круглого стола. Издательство: ИП Хотеева Л. В., 2017 – С. 30–33.

4. Турмасова А. А. Роль некоммерческих организаций в формировании гражданского общества республики Крым // Гражданское общество: проблемы и перспективы-сборник научных статей по материалам круглого стола. Издательство: ИП Хотеева Л. В., 2017 – С. 34–38.



Н. В. Нижегородцева, Е. А. Яшкина

УДК 159

ФОРМИРОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ МОТИВОВ УЧЕНИЯ У УЧАЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Актуальность исследования обусловлена изменением требований к содержанию и организации обучения в современном образовании. В Федеральных государственных образовательных стандартах начального общего образования в качестве приоритетной выделена задача формирования учебной деятельности («научить детей учиться») у учащихся младшего школьного возраста. Эффективность учебной деятельности и успешность ее формирования во многом обусловлены степенью сформированности и структурой мотивов учения, побуждающих и направляющих активность ребенка на усвоение содержания начального образования.