

Научная статья

УДК 366.636:004.056

DOI: 10.35854/2219-6242-2025-2-184-195

Некоторые аспекты воздействия медиа на молодежь в контексте информационной безопасности

Евгения Петровна Шеболкина¹, Наталья Владимировна Красикова²✉

^{1, 2} Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия

¹ e.p.shebolkina@mail.ru

² december12@list.ru✉

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты воздействия медиа на студенческую молодежь СПбУТУиЭ в контексте информационной безопасности. Это исследование — продолжение научных проектов, связанных с изучением характера медиапотребления студенческой молодежи, оценкой молодыми людьми влияния медийных каналов и персон на их поведение, с осмыслением молодежью феномена «культуры отмены» в медиапространстве, с изучением аспектов интернет-коммуникаций и конструируемой сетевой идентичности.

Ключевые слова: информационная безопасность, медиатизация, медиавлияние, медиатехнологии, медиаманипуляции, манипуляция сознанием, пропаганда в сети Интернет, лидеры мнений, информационная политика, массмедиа, медиасоциология, социология молодежи, студенческая молодежь

Для цитирования: Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Некоторые аспекты воздействия медиа на молодежь в контексте информационной безопасности // Социология и право. 2025. Т. 17. № 2. С. 184–195. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2025-2-184-195>

Original article

Some aspects of the impact of media on young people in the context of information security

Evgenia P. Shebolkina¹, Natalia V. Krasikova²✉

^{1, 2} St. Petersburg University of Management Technologies and Economics,
St. Petersburg, Russia

¹ e.p.shebolkina@mail.ru

² december12@list.ru✉

Abstract. The article argues that in the context of the high rate of distribution of digital technologies, media availability, satisfaction of various social needs in the digital environment, as well as active communications networking, the interest in studying the role of media in the socialization of young people is growing. Research on the influence of media on the youth audience is conducted intensively, with their focuses and aspect angles being diverse. In particular, since 2022, the Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics (SPbUMTE) has been conducting research related to the study of the nature of media consumption by student youth, young people's assessment of the influence of media channels and persons on their behavior, with young people's understanding of the phenomenon of call-out culture in the media space, with the study of aspects of Internet communications and constructed network identity. This series was continued by another study of student youth of the Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics conducted

in December 2024 with a new focus on assessing the impact of media on youth in the context of information security.

Keywords: information security, mediatization, media influence, media technologies, media manipulation, manipulation of consciousness, propaganda on the Internet, opinion shapers, information policy, mass media, media sociology, sociology of youth, student youth

For citation: Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Some aspects of the impact of media on young people in the context of information security. *Sociology and Law. 2025;17(2): 184-195.* (In Russ.). <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2025-2-184-195>

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что, наряду с такими универсальными в глобальном смысле проблемами сетевой безопасности, как кибербуллинг, воровство данных и мошенничество, существует проблема перманентного ведения информационной войны против России и деструктивных медиаманипуляций сознанием молодых людей, обострившаяся после начала специальной военной операции (СВО).

Аспекты информационной безопасности уже находили отражение в нашем исследовании 2023 г. о сетевом поведении и сетевой самоидентификации студенческой молодежи, когда около 200 первокурсников университета в одном из вопросов оценивали информационные риски [1]. В другом исследовании 2023 г. студенты оценивали такой существенный аспект информационной войны, как пропагандистские попытки отмены русской культуры на Западе [2]. В исследовании 2022 г. при оценке трендов медиапотребления почти 400 молодых респондентов рефлексировали на тему пропаганды и манипуляций сознанием, что также относится к вопросам информационной безопасности [3].

В настоящем опросе приняли участие 100 студентов направлений подготовки «Медиакоммуникации» и «Реклама и связи с общественностью» института креативных индустрий и гостеприимства СПбУТиЭ. Это студенты, изучающие дисциплину «Теория и практика медиакоммуникаций», в содержании которой рассматриваются приемы информационных войн, пропаганды, вопросы информационной безопасности, что давало основание получить более квалифицированные оценки в ответах.

Цели исследования, гипотезы

В дизайне исследования — три блока вопросов. Первый блок вопросов — «Субъекты воздействия и лидеры мнений». Предполагалось, что этот блок позволит оценить влияние различных субъектов (средств массовой информации (СМИ), блогеров, друзей, родителей, политиков) на формирование/изменение жизненных установок и ценностей молодежи, продиагностирует общий уровень доверия медиаканалам, выявит «лидеров мнений» в медийной среде и установит причины доверия к ним. Данный блок важен в контексте информационной безопасности, поскольку дает возможность установить степень социальной конструктивности привлекательных для молодых людей медийных персон и медиаканалов, а также степень критического отношения респондентов к возможным деструктивным персоналиям и «повесткам» в Сети.

При подготовке этого блока вопросов мы руководствовались представлением об ограниченных эффектах влияния медиа и идеей двухступенчатого информационного потока, когда оценка ситуации, событий «оформляется» посредством

лидеров мнений в близкой социальной среде (семья, друзья, референтный круг), а затем подкрепляется/поддерживается медиасообщениями. Не отрицая влияния на молодежь популярных блогеров, селебрити, диктующих определенные образцы поведения и создающих тренды, предположим их вторичную роль в ценностной ориентации молодежи, когда базовые жизненные установки и ценности формируются в семье, а медийные персоны помогают с самоопределением, «артикулируют» взгляды и «оформляют» интересы.

Студентам было предложено ответить на ряд вопросов:

1. Оцените степень влияния различных субъектов на Ваши жизненные установки и ценности (СМИ, друзья/одногруппники, семья/близкие, звезды/блогеры, политики): сильное, слабое или среднее.

2. Назовите авторитетных для Вас лидеров мнений в медийной среде (писатели, артисты, музыканты, ученые, политики, блогеры). Указать два-три имени.

3. Почему Вы доверяете тому или иному лидеру мнений?

4. Насколько Вы доверяете медиаканалам?

5. Наблюдаете ли Вы более осторожную позицию в последнее время у авторитетных для Вас СМИ или лидеров мнений?

6. Согласны ли Вы с утверждением о том, что медиа проектируют нужную власти повестку дня, учредитель или крупные спонсоры влияют на редакционную политику, некоторые невыгодные им темы не освещаются?

7. Чувствуете ли Вы себя субъектом манипулирования со стороны медиа?

8. Нравится ли Вам подбор искусственным интеллектом тем и сюжетов Ваших лент в социальных сетях?

Гипотеза: главным агентом в присвоении ценностей остается семья. При этом в условиях тотальной цифровой коммуникации сохраняется высокая степень воздействия на ценности, установки и поведенческие паттерны молодежи медийных персон. Относительно доверия медиаканалам существует предположение о значительной степени доверия при формирующемся представлении о необходимой в противоречивом и манипулятивном информационном потоке дополнительной верификации информации в других (альтернативных) источниках. Предполагается, что студенты (будущие профессионалы в медиакommunikациях) фиксируют тренды на ограничения информационной повестки дня, самоцензуры медиа, понимают роль этих ограничений для обеспечения безопасности общества. Будущие «медийщики» осознают себя в поле медиаманипуляций, но не фиксируют манипулятивного управления потребляемым контентом со стороны технологических платформ и искусственного интеллекта.

Второй блок вопросов — «Риски интернет-коммуникаций» — призван определить, каким образом молодежь оценивает риски общения в Сети, какие способы решения проблем интернет-коммуникаций выбирает, каких ролевых позиций в сетевой активности придерживается. Проектируя вопросы второго блока, мы опирались на исследование группы авторов (среди них — Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Р. В. Пырма, А. А. Азаров, Д. Н. Карзубов), определившее, что подобные риски стали для молодежи частью повседневности. Авторы прогнозируют, что с учетом институциональных особенностей развития глобальной сети загрязненность цифрового пространства деструктивным содержанием будет увеличиваться. Молодые люди оказываются фактически один на один с интернет-рисками в условиях дефицита альтернативных учительских/преподавательских/родительских информационных потоков и цифрового разрыва между поколениями. По мнению исследователей, задача формирования у молодежи антидеструктивных иммунитетов является базовой для системы образования и профессионализации новой генерации россиян [4].

В первом вопросе рассматриваемого блока участникам предложено оценить интернет-риски (буллинг/кибербуллинг, провоцирование на рискованные действия и поступки в реальной жизни, пропаганду опасных идей и моделей поведения, предоставление недостоверной/фейковой информации, стремление нарушить Вашу личную неприкосновенность, получение сообщений, содержащих ненормативные выражения, оскорбления, угрозы, вирусную атаку, фишинговые ссылки, распространение экстремистских материалов и призывов) по частоте (часто, нечасто, не сталкивался).

Следующий вопрос диагностировал попытки медиаканалов вовлекать молодежь в деструктивные сообщества. Важно было установить возможные действия студенческой молодежи после столкновения с проблемами в цифровой среде. Далее необходимо было выбрать одну, наиболее близкую ролевую позицию сетевой активности (от пассивного наблюдателя до активного инициатора проектов в Сети).

Гипотеза: студенческая молодежь осознает риски интернет-коммуникаций и старается их избегать (согласно данным наших предыдущих исследований).

Третий блок вопросов — «Молодежь и информационно-психологическая война в сети Интернет» — нацелен на установление понимания молодежью сути явления «информационная война». В контексте дисциплины «Теория и практика медиакommunikаций», которую изучают опрашиваемые студенты, обсуждаются и понятие, и приемы ведения информационных войн, и результаты исследований в этой области. Студенты осведомлены об основных направлениях информационно-психологической войны Запада против России, Казахстана и других постсоветских стран (прежде всего в отношении молодежи), в круг которых входят мифологизация и фальсификация истории; меркантилизация межличностного и межпоколенного взаимодействия; популяризация культа «свободы сексуальной жизни», направленной на разрушение традиционной семьи и морально-нравственных устоев общества; культурная интервенция в форме вестернизации образа жизни и мышления; дискредитация властных институтов и пренебрежение к патриотическим проявлениям в социуме; распространение разнообразных форм девиантного и деликвентного поведения, служащих показателем социального неблагополучия в обществе [5]. На практических занятиях в рамках дисциплины рассматриваются инструменты и технологии воздействия: информационная манипуляция в комментариях к постам, при которой путем «подставных дискуссий» и фиктивных интернет-провокаторов (троллей и ботов) можно опорочить любую информацию и незаметно навязать ложное мнение; распространение популярных интернет-мемов в молодежной среде; накрутка позитивных или негативных «лайков» и создание искусственного общественного мнения; «троллинг» (часто коллективный) авторов позитивных патриотических публикаций, их оскорбительное высмеивание; массовый «вброс» на отдельных сайтах или группах информации, альтернативной официальной; использование приема «вброса» ложной и негативной информации, по объему подавляющей информацию позитивную, с целью вызвать недоверие к действующей власти [6]. В рамках дисциплины обсуждаются также направления актуальной информационной политики государства, ограничивающей подобный деструктивный контент.

Студентам было предложено ответить на ряд вопросов:

1. Чувствуете ли Вы себя в поле информационной войны?
2. Знакомы ли Вам приемы информационных войн? (выбор из перечня и возможность самостоятельного ответа).
3. Какие негативные мемы, сообщения и стереотипные утверждения чаще встречались Вам в Сети в последнее время?

4. Какие позитивные мемы, сообщения и стереотипные убеждения чаще встречались в Сети и были Вам интересны в последнее время?

Гипотеза: студенты-«медийщики» осознают себя в поле информационной войны, осведомлены о ее приемах, чувствуют воздействие пропаганды со стороны медиаперсон и медиаканалов, но владеют приемами защиты ментального и психического здоровья.

Результаты

Блок «Субъекты воздействия и лидеры мнений»

Оценивая влияние различных субъектов на жизненные установки и ценности, опрашиваемая студенческая молодежь сделала выбор в пользу преобладающего влияния семьи и близких (49 % оценили влияние как сильное, еще 35 % — как среднее). Далее следуют друзья и одноклассники (их влияние как сильное оценили 29 % респондентов, как среднее — 49 %). СМИ, как агент влияния, занимают срединное место между группами «семья» и «друзья» и группами «блогеры» и «политики» (на среднее влияние СМИ обратили внимание 40 % участников, на сильное — лишь 14 %).

Версия о сильном влиянии звезд и блогеров на «культурный код» молодежи не подтвердилась (их влияние посчитали слабым 53 % опрашиваемых, средним — 30 %, сильным — лишь 11 %). Примерно такие же позиции влияния имеют политики.

Говоря о «властителях дум» молодежи, любопытно сравнить результаты опроса, проведенного в 2022 г. [3], когда студенты СПбУТУиЭ на более широкой выборке в 400 человек во многом подтвердили прочные позиции «раскрученных» медийных персон на протяжении последних двух-трех лет: Дмитрий Куплинов, Руслан Усачев, Михаил Литвин, Егор Крид, Дима Масленников, Бустер, Utopia Show, Екатерина Шульман*, Максим Кац**, Шаман, Saluki, Хозяева, Энтони Юлай, Ксения Собчак, Павел Дуров, Хабиб, Ольга Бузова, TheBrianMaps, Юрий Дудь*. Однако в этом опросе ответ «авторитетов нет» указали почти 40 % студентов.

Многие медийные персоны из этого списка сохраняют лидирующие позиции в рейтингах исследовательского сервиса «Медialogия» за 2024 г.

В топ-10 блогеров Telegram в сентябре 2024 г. вошли: 1. Литвин. 2. Здесь живет броен. 3. Дима Масленников как блогер. 4. Kuplinov ► Play. 5. Exile. 6. Elena Raytman. 7. Влад Бумага А4. 8. Бустер. 9. Парадеевич. 10. Егор Крид (<https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/telegram/13473>).

Лидерами YouTube в 2024 г. стали: 1. Влад Бумага А4 и Дима Масленников. 2. TheBrianMaps. 3. Marmok. 4. EdisonPts. 5. MrLololoshka (Роман Фильченков). 6. Глент. 7. ExileShow. 8. Kuplinov ► Play. 9. Vanzai. 10. Егорик (<https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/youtube/13742>).

В топ-20 блогеров VK за 2024 г. вошли: 1. Veydi_rush. 2. Дмитрий Масленников. 3. Оксана Самойлова. 4. Samchuk_studio. 5. Рустам Набиев. 6. Yan Dilan. 7. SHAMAN. 8. Anyaischuk. 9. Lera_Danya. 10. Маша и Роберт | Thegerbers (<https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/vk/13740>).

По результатам текущего исследования (декабрь 2024 г.), при ответе на вопрос «Назовите авторитетных для Вас лидеров мнений в медийной среде (писатели, артисты, музыканты, ученые, политики, блогеры)», приведены как имена уже упоминавшихся лидеров мнений, так и менее раскрученные имена: Влад Бумага А4, Егор Крид, Куплинов, Кир Куле, Максим Тарасенко, Ксюша Айсберг, Серафим Сидорин, Катя Конасова, Юлия Боярова, Илья Варламов**, Ксения Собчак,

Анастасия Ивлеева, Василий Бейнарович (Фауст XXI в.), Симавец, Руслан Усачев, Ян Непомнящий, Николай Соболев, Booker (Федор Игнатьев), Слава КПСС (Вячеслав Машнов), Юрий Сергеевич Пивоваров, Лиза Монеточка**, Ирина Шихман**, mgk, Travis Barker, Алина Олишева, Игорь Владимирович Липсиц, Юрий Сергеевич Пивоваров, Надеждин, Паша-техник, Братишкин, Тони Паут, Askim Kapismak, Ethan Klein, D'Angelo Wallace, Nicki Minaj, Соня Хромова, Энтони Юлай, Брайн Мапс, Pyrokinesis — Андрей Игоревич Федорович, Стас Асафьев, Константин Заруцкий, Дима Масленников, Гио Пика, Артемий Лебедев, Хабиб Нурмагомедов, Владимир Соловьёв, Захар Прилепин. Трудно установить, в искреннем или ироничном доверии этим персонам признаются опрошиваемые.

Лидерами мнений в политике стали Владимир Путин (с большим отрывом), Владимир Жириновский, Дмитрий Медведев, Дмитрий Песков, Рамзан Кадыров, Сергей Лавров, Дональд Трамп, Си Цзиньпинь, Эльвира Набиуллина, Александр Беглов. Упомянуты Илон Маск, Джефф Безос, очевидно, в качестве мощных интеллектуальных созидателей глобальных IT продуктов и сетей. Ряд опрошенных указали в «лидерах мнений» и деятелей культуры. В их числе — Стивен Кинг, Леонардо да Винчи, Джоан Роулинг, Иван Тургенев, Олег Басилашвили, Константин Хабенский, Дмитрий Нагиев, Шаман, Григорий Чхартишвили**, Хаяо Миядзаки и даже Марк Аврелий.

В количественном аспекте лидером списка стали ответы «таких нет», «не могу выделить каких-либо», «отсутствуют» и т. п. (примерно 11 % всех ответов). Возможно, при этом срабатывает эффект третьего лица, согласно которому индивиды полагают, что медиа сильнее воздействуют на других, а на них не оказывают должного воздействия. Не исключен эффект юношеского максимализма: «я самодостаточен, мне не нужны авторитеты».

Полагаем, такая впечатляющая разница в ответах определена большей медийной вовлеченностью и профессиональной рефлексивностью студентов-«медийщиков» и, видимо, фиксирует тренд на все большую персонализацию информационного пространства, формирование индивидуального виртуального комьюнити в соответствии со своими ценностями и интересами.

Среди причин доверия к лидерам мнений студенты указали следующие: «Мои и его мысли по поводу различных событий и фактов совпадают» (65 %), «Этот человек и я преследуем одни и те же цели в жизни, у нас похожие принципы и ценности» (44,7 %). Тем самым подтверждается идея о том, что молодежь ищет медийные персоны со схожими ценностными ориентирами и выстраивает с ними виртуальную коммуникацию. Медийные персоны ввиду разного формата подачи информации, эмоциональных реакций, свободного выражения собственных субъективных мнений формируют у молодежи определенные предпочтения, подводят к тем или иным решениям и действиям, транслируют культурные нормы, но базовые ценностные установки уже сформированы в семье, в кругу друзей.

Отвечая на вопрос о доверии медиаканалам, большинство студентов выбрали ответ «в целом доверяю, но предпочитаю верифицировать информацию в нескольких источниках» (80 %). При этом 13,7 % участников опроса указали ответ «не доверяю». Это показатель того, что адаптация к жизни в медиапространстве сформировала навык критического отношения к распространяемым материалам и необходимость их верификации в других источниках.

Опираясь на исследования АКОС о трендах современных медиа российского рынка 2024 г., попытаемся установить корреляции с оценкой будущими специалистами трендов в функционировании российской информационной среды. Ведущим трендом 2024 г., по мнению 61 % респондентов (участников исследо-

вания АКОС), стала потеря традиционными СМИ монополии на новость вследствие перехода аудитории в мессенджеры, рост конкуренции между блогерами и медиа, рост конкуренции по оперативности предоставления информации. Вторым по значимости трендом более половины участников опроса (51 %) назвали усиление цензуры и, как следствие, осторожную позицию редакций, сужение тем для экспертной журналистики. Оба тренда стали ключевыми и по данным исследования, проведенного в 2023 году [7].

Установленная профессионалами оценка подтвердилась в студенческой аудитории: 72,6 % опрошенных наблюдают более осторожную позицию на протяжении последних лет у авторитетных СМИ или лидеров мнений. С утверждением о том, что «медиа проектируют нужную власти повестку дня, учредитель или крупные спонсоры влияют на редакционную политику, некоторые невыгодные им темы не освещаются», согласны 42,6 % участников студенческого опроса, а еще 52,1 % считают, что такое происходит «отчасти/иногда».

Эти результаты показывают, что студенты — будущие профессиональные медиакommunikаторы — понимают роль официальной информационной политики и транслируемой в медиа государственной идеологии. В условиях жесткого противостояния России и стран коллективного Запада неизбежны ограничения в информационной политике для обеспечения стабильности и безопасности общества.

На вопрос «Чувствуете ли Вы себя субъектом манипулирования со стороны медиа?» получены следующие ответы: 49,5 % указали, что «отчасти/иногда», твердое «да» — у 15,8 %, твердое «нет» — у 34,7 %. Выскажем осторожное предположение относительно того, что будущие «медийщики» неплохо осознают прямые попытки манипуляций со стороны медиаперсон, медиаканалов, в том числе рекламных, но пока не фиксируют в достаточной степени опасности относительно нового медиатренда, то есть манипуляций при помощи технологий (подбор тем и ранжирование медиаканалов и источников под «интересы» не только пользователя, но и заказчика, приемы и «ответы» нейросетей, др.). Так, на вопрос «Нравится ли Вам подбор искусственным интеллектом тем и сюжетов Ваших лент в социальных сетях?» 50 % ответили, что «отчасти/иногда», ответ «да» указали 30,9 %, «нет» — 19,1 %.

Необходимо понимать, что одним из следствий технологических алгоритмов сети Интернет, в частности работы искусственного интеллекта, становится создание «инфопузырей», при которых алгоритмы социальных сетей показывают пользователям только информацию, соответствующую их предпочтениям и интересам. Это служит одним из действенных приемов манипуляции сознанием: пользователь Сети оказывается в своего рода эхо-камере, и ему предлагают только одну точку зрения или узкое видение мира. Это может приводить к укреплению сложившихся убеждений и исключению других точек зрения [8]. Возникновение подобных информационных пузырей можно объяснить бессознательным стремлением человека к психологическому комфорту в условиях соразмерного и удобного интернет-контента. Погруженный в социальные сети и массмедиа молодой человек невольно становится рабом гаджета. Более того, каждое его действие как пользователя — «лайк», комментарий или репост — формирует персональный контент, так называемый информационный пузырь (filter bubble), отфильтрованный специальными алгоритмами нейросети сообразно его интересам, ценностным установкам и образовательному багажу [9].

Это новое явление, своего рода технологическая цензура, которую тяжело обойти. К тому же, чтобы ее обнаружить как проблему, требуется высокий уровень профессионального медийного самосознания и опыта. В связи с этим моло-

дые люди, которые много времени проводят в сети Интернет, оказываются в группе особенного риска.

Блок «Риски интернет-коммуникаций»

Ответы на первый вопрос анкеты о рисках интернет-коммуникаций показали, что чаще всего участники опроса встречаются с предоставлением недостоверной/фейковой информации (50 ответов), получением сообщений, содержащих ненормативные выражения, оскорбления, угрозы (18 ответов), буллингом/кибербуллингом (14 ответов). Минимальны риски в аспекте распространения экстремистских материалов и призывов, в частности 60 ответов «не сталкивался/ась», а также в аспекте провоцирования на рискованные действия и поступки в действительности: «не сталкивался/ась» — 58 ответов.

Второй вопрос диагностировал попытки медиаканалов вовлекать молодежь в деструктивные сообщества. Большинство участников опроса (88,4 %) ответили «нет».

Третий вопрос диагностировал возможные действия респондентов, столкнувшихся с проблемами в цифровой среде. Лидируют в ответах такие позиции: «стал/а более избирательно/осторожно подходить к веб-серфингу» и «отписался/ась/ от опасного/неприятного контента, заблокировал/а контакт» (по 68 % на каждый ответ).

Четвертый вопрос «замерял», какая из ролевых позиций активности в Сети ближе для участников исследования. 48,4 % участников «увязали» себя с «пассивной» позицией (не отзываюсь на сомнительные предложения и не следую за призывами, исходящими из интернет-пространства), 34,7 % соотнесли себя с позицией «рационализатор» (критично отношусь к поступающей из интернета информации, принимаю взвешенное решение относительно собственной активности, инициированной в Сети). Еще 12,6 % предложили «осторожную» позицию (готов к инициированной в интернете совместной активности, но осознаю риски данных призывов и форм взаимодействия). Позиции «агитатора» и «активиста» остались без внимания.

Это совпадает с данными двух ранее проведенных исследований [1; 3], в которых студенты также демонстрировали высокую информированность о рисках интернет-коммуникации и опасностях сети Интернет, указывая, в частности, на опасность недостоверной информации, манипуляции сознанием и пропаганды в социальных сетях как существенную проблему безопасности информационного пространства. И, как и ранее, опрошенные выбирают, скорее, пассивные и осторожные методы самозащиты, в том числе снижение информационной активности, избегание и блокировку опасного контента. Значительная доля респондентов верифицирует информацию в разных источниках, прежде чем принять ее к сведению.

Блок «Молодежь и информационно-психологическая война в сети Интернет»

На вопрос «Чувствуете ли Вы себя в поле информационной войны?» 67,4 % ответили отрицательно, 32,6 % — положительно. С одной стороны, это может свидетельствовать об успехах государственной информационной политики, ограничивающей деструктивный контент. С другой — о том, что война ведется искусно, профессионально, и молодые люди могут не замечать ряда манипулятивных воздействий.

С учетом того, что в опросе участвует подготовленная аудитория студентов, изучающих тему информационных войн, решено было продиагностировать знание и понимание респондентами темы через вопрос «Знакомы ли Вам приемы информационных войн?», когда в ответах нужно было выбрать те или иные приемы.

Студенты показали в ответах знание приемов «преувеличение или преуменьшение с целью дезинформации» и «навешивание ярлыков» (по 65,3 %). Прием «сокрытие существенной информации («говорить правду, но не всю»)» осознают 56,8 % респондентов, прием «смещение / подмена понятий» указали 53,7 %. 17,9 % ответили, что не слышали о таких приемах.

Интересно, что в опросе 2022 г. большинство респондентов, которым не известны приемы информационной войны, тем не менее сообщили, что почувствовали себя в поле недобросовестной пропаганды и стали искать способы защиты от ментального и психологического давления (кто-то стал верифицировать информацию в разных источниках, кто-то свел к минимуму потребление подобной информации, кто-то отказался от «политического» контента) [3].

В перечень мемов для вопроса «Какие негативные мемы, сообщения и стереотипные утверждения чаще встречались Вам в Сети в последнее время?» авторы включили не только мемы, связанные с информационной войной России и коллективного Запада, но и деструктивные мемы, способные вызывать напряжение и агрессию в обществе, которые впоследствии можно «канализировать» в протесты.

Интересен тот факт, что лидерами позиций стали «негативные гендерные стереотипы о женщинах и мужчинах и их социальном поведении» (48,4 %), на второй позиции — «антиамериканские, антизападные и антиукраинские мемы и сообщения» (их в Сети наблюдают до 43,2 % опрошенных), «пропаганда межнациональной розни (мемы и негативные высказывания о мигрантах, представителях национальных меньшинств)» — 32,6 %, «негативные стереотипы о представителях разных поколений» — 30,5 %. Эта последовательность наблюдений позволяет сделать вывод о равной, даже преобладающей значимости для молодых людей давления деструктивных стереотипов и воздействий в области гендерной и межнациональной информационной политики. Такая тематика беспокоит молодежь, находится в фокусе внимания, прямо влияет на их картину мира.

В этой связи интересно было проследить, какие позитивные и конструктивные мемы, сообщения и стереотипные убеждения в интернет-пространстве наблюдает наша молодежь в своих информационных «эхо-камерах» и на каких из них чаще фокусируется интерес. В частности, лидируют следующие позиции: «рассказы о здоровых отношениях между людьми, истории любви и дружбы, выручки и взаимопомощи» (58,9 %), «пропаганда здорового образа жизни» и «позитивные примеры саморазвития и самовыражения людей в разных сферах» (по 52,6 %), «продвижение принципов толерантности, веротерпимости и дружбы народов» (45,3 %), «продвижение важности внимания к ментальному здоровью, к своему психологическому состоянию» (44,2 %).

Таким образом, можно заключить, что студенты университета находятся в общем русле актуальных социокультурных трендов медиасферы, выявленных исследователями [10; 11]. Речь идет в первую очередь о сбалансированной заботе о себе как физической, психологической и ментальной самозащите, выстраивании здоровых межгендерных, межпоколенческих и межнациональных отношений, росте патриотизма и трезвом осознании рисков информационной манипуляции, поиске внутренней и внешней поддержки за счет формирования максимально близкого и поддерживающего комьюнити.

Выводы

Исследование позволило определить некоторые аспекты воздействия медиа на молодежь в контексте информационной безопасности, оценить эффекты реализуемой информационной политики государства.

Установлено, что основными агентами влияния в контексте формирования норм, ценностей, поведенческих стратегий для молодых людей выступают прежде всего семья и друзья, то есть личный, ближний круг офлайн. Роль медиа 40 % опрошенных осознают как среднюю, почти 20 % — как слабую. Роль блогеров и политиков оказалась низкой. Отвечая на уточняющий вопрос о причинах авторитетности тех или иных медийных персон, большинство молодых людей отвели им роль верификатора уже имеющихся взглядов, позиций, принципов и целей.

Чаще всего опрошенные ощущают как существенную профессиональную проблему распространение фейковой и манипулятивной информации, но вместе с тем наблюдают более осторожную позицию СМИ и тренды усиления всех видов цензуры. При этом не осознают в полной мере функционал и давление новой технологической цензуры алгоритмов. Большая часть респондентов имеет представление об информационной войне, различает ее основные приемы, но не чувствует ее прессинга.

В основном опрошенные осознают риски интернет-коммуникаций, учатся защищать свои ментальные и психические границы, как правило, выбирая пассивную позицию неучастия в разного рода информационных «атаках» и сомнительных вовлекающих проектах. Большинство респондентов выработали привычку верификации информации в разных источниках, ввиду множества фейков и недобросовестных сообщений в Сети.

Важным фактом считаем то, что студенты видят в Сети мало действительно деструктивного контента и призывов к деструктивному поведению. Это, на наш взгляд, говорит и об успешной информационной политике государства в сети Интернет, и о правильной собственной стратегии подбора информации. Кроме того, среди позитивных и негативных трендов и мемов сети Интернет молодые люди указывают в первую очередь на негативные мемы межгендерного и межнационального взаимодействия. Оценка мемов информационного противостояния России и коллективного Запада свидетельствует об успехах в отечественной медиасреде условного патриотического дискурса. Выбор позитивных мемов и трендов позволяет подтвердить глобальные поколенческие социокультурные тренды на защиту своих ментальных и физических границ и здоровья, поиск внутренних и внешних ресурсов, доверие личным малым комьюнити, запрос на формирование здоровых экологических межгендерных, межнациональных и межпоколенческих отношений.

Список источников

1. Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Интернет-коммуникации студенческой молодежи: аспекты конструирования сетевой идентичности (на примере студентов-первокурсников Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики) // Социология и право. 2024. Т. 16. № 3. С. 358–371. DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-358-371
2. Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Оценка феномена «культуры отмены» студенческой молодежью // Социология и право. 2023. Т. 15. № 2. С. 217–229. DOI: 10.35854/2219-6242-2023-2-217-229
3. Шеболкина Е. П., Красикова Н. В. Тренды и мотивационные факторы медиапотребления студентов Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики в 2022–2023 гг.: результаты пилотного социологического исследования // Социология и право. 2023. Т. 15. № 1. С. 70–78. DOI: 10.35854/2219-6242-2023-1-70-78
4. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Пырма Р. В., Азаров А. А., Карзубов Д. Н. Формирование у современной российской молодежи антидеструктивных иммунитетов в цифровой среде // Среднерусский вестник общественных наук. 2019. Т. 14. № 3. С. 45–56. DOI: 10.22394/2071-2367-2019-14-3-45-56

5. Тесленко А. Н., Колыванова Л. А., Дудина Е. В., Глубокова М. Н. Молодежь в фокусе информационно-психологической войны // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2023. Т. 25. № 91. С. 121–129. DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-91-121-129
6. Воронова О. Е., Трушин А. С. Молодежь России как объект информационного противоборства: новые угрозы // История РФ. Главный исторический портал страны. 2021. 20 мая. URL: <https://histrf.ru/magazine/article/molodezh-rossii-kak-obekt-informacionnogo-protivoborstva-novye-ugrozy> (дата обращения: 20.04.2025).
7. Медиа-тренды современного рынка // АК ОС. URL: <https://akospr.ru/issledovaniya/mediatrendy-sovremennogo-rynka> (дата обращения: 20.04.2025).
8. Крупенко М. А. Социальное манипулирование российской молодежью в социальных сетях // Гуманитарий Юга России. 2024. Т. 13. № 2. С. 67–74. DOI: 10.18522/2227-8656.2024.2.6
9. Тесленко А. Н. «Информационные пузыри» молодежного сознания // Северный регион: наука, образование, культура. 2023. № 2. С. 54–62. DOI: 10.35266/2312-377X-2023-2-54-62
10. Королева А., Баранова В. Социокультурные тренды 2023 от Group4Media // TenChat. 2023. URL: <https://tenchat.ru/media/1151152-sotsiokulturnyye-trendy-2023-ot-group4media> (дата обращения: 20.04.2025).
11. Шлегель Е. В. Поколение Z: типические черты и ценностные ориентации // Вестник Гуманитарного университета. 2022. № 2. С. 122–130. DOI: 10.35853/vestnik.gu.2022.2(37).12

References

1. Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Internet-communications of student youth: Aspects of network identity construction (on the example of freshmen students of St. Petersburg University of Management Technologies and Economics). *Sotsiologiya i pravo = Sociology and Law*. 2024;16(3):358-371. (In Russ.). DOI: 10.35854/2219-6242-2024-3-358-371
2. Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Assessment of the phenomenon of “cancellation culture” by student youth. *Sotsiologiya i pravo = Sociology and Law*. 2023;15(2):217-229. (In Russ.). DOI: 10.35854/2219-6242-2023-2-217-229
3. Shebolkina E.P., Krasikova N.V. Trends and motivational factors of media consumption of students of the St. Petersburg University of Management and Economics Technologies in 2022-2023: Results of a pilot sociological study. *Sotsiologiya i pravo = Sociology and Law*. 2023;15(1):70-78. (In Russ.). DOI: 10.35854/2219-6242-2023-1-70-78
4. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Pyrma R.V., Azarov A.A., Karzubov D.N. Forming antidestructive immunity of modern Russian youth in a digital environment. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk = Central Russian Journal of Social Sciences*. 2019; 14(3):45-56. (In Russ.). DOI: 10.22394/2071-2367-2019-14-3-45-56
5. Teslenko A.N., Kolyvanova L.A., Dudina E.V., Glubokova M.N. Youth in the focus of information and psychological war. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'nye, humanitarnye, mediko-biologicheskie nauki = Izvestiya of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. Social Sciences, Humanities, Biomedical Sciences*. 2023;25(91):121-129. DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-91-121-129
6. Voronova O.E., Trushin A.S. Russian youth as an object of information warfare: New threats. History of the Russian Federation: The main historical portal of the country. May 20, 2021. URL: <https://histrf.ru/magazine/article/molodezh-rossii-kak-obekt-informacionnogo-protivoborstva-novye-ugrozy> (accessed on 20.04.2025). (In Russ.).
7. Media trends of the modern market. Association of Consulting Companies in the Sphere of Public Relations (AKOS). URL: <https://akospr.ru/issledovaniya/mediatrendy-sovremennogo-rynka> (accessed on 20.04.2025). (In Russ.).
8. Krupenko M.A. Social manipulation of Russian youth in social networks. *Gumanitarii Yuga Rossii = Humanitarians of the South of Russia*. 2024;13(2):67-74. (In Russ.). DOI: 10.18522/2227-8656.2024.2.6

9. Teslenko A.N. "Filter bubbles" of youth consciousness. *Severnyi region: nauka, obrazovanie, kul'tura*. 2023;(2):54-62. (In Russ.). DOI: 10.35266/2312-377X-2023-2-54-62
10. Koroleva A., Baranova V. Sociocultural trends 2023 from Group4Media. TenChat. 2023. URL: <https://tenchat.ru/media/1151152-sotsiokulurnyye-trendy-2023-ot-group4media> (accessed on 20.04.2025). (In Russ.).
11. Shlegel E.V. Generation Z: Typical traits and value orientations. *Vestnik Gumanitarnogo universiteta = Bulletin of Liberal Arts University*. 2022;(2):122-130. (In Russ.). DOI: 10.35853/vestnik.gu.2022.2(37).12

Информация об авторах

Е. П. Шеболкина — кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью; 190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а;

Н. В. Красикова — аспирант, начальник управления рекламы и информационного продвижения; 190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а.

Information about the authors

E. P. Shebolkina — PhD in Philology, Associate Professor of PR and Advertising Department; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020, Russia;

N. V. Krasikova — postgraduate student, Head of Advertising and Information Promotion Department; 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190020, Russia.

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

Статья поступила в редакцию 05.05.2025; одобрена после рецензирования 07.06.2025; принята к публикации 20.06.2025.

The article was submitted 05.05.2025; approved after reviewing 07.06.2025; accepted for publication 20.06.2025.

* Внесен(-а) Минюстом России в реестр СМИ, выполняющих функции иностранного агента.

** Внесен(-а) Минюстом России в реестр физических лиц, выполняющих функции иностранного агента.