



a medium level of hardiness is necessary to develop the activity in group of the victim - the need to nurture altruism, to teach people not to fixate on the suffering, to develop the senses.

**Key words:** hardiness, resiliently, viability, schoolchildren, stress, behavior.

## References

1. Bonanno G. A. Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely adverse events. *American Psychologist*, 2004, vol. 59, pp. 20–28.
2. Bonanno G. A., Mancini A. D. The Human capacity to thrive in the face of potential trauma. *Journal Pediatrics*, 2008, vol. 121, no. 2, pp. 369–375.
3. Maddi S. R. Hardiness: An operacionalisation of existential courage. *Journal of Humanistic Psychology*, 2004, vol. 44, no. 3, pp. 279–298.
4. Leontev D. A., Rasskazova E. I. *Test zhiznestoykosti* (Test hardiness). Moscow, 2006. 63 p.
5. Odintsova M. A. *Tipy povedeniya zhertvy. Oprosnik rolevoy viktimmnosti* (The types of conduct of the victim. Questionnaire role of the victimization). Samara, 2013. 160 p.
6. Vodopyanova N. E. *Psikhodiagnostika stressa* (Psychodiagnosics of stress). St.-Petersburg, 2009. 336 p.
7. Odintsova M. A. Problema viktimmnogo lichnostnogo tipa v psikhologii (Problem of a victim personality type in psychology). *Izv. Saratov Univ. (N.S.), Ser. Phylosophy. Psychology. Pedagogy*, 2014, vol. 14, iss. 2, pp. 73–79.

УДК 316.648

## ОСОБЕННОСТИ ДЕЙСТВИЯ УСТАНОВКИ ПРИ ВОСПРИЯТИИ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

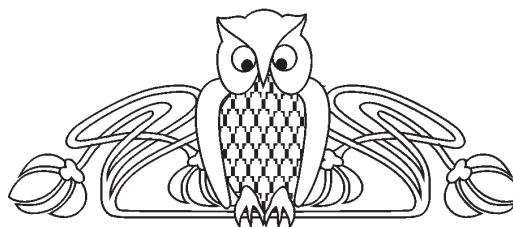
**Привалова Ирина Владимировна** — доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка как иностранного, Саратовский государственный медицинский университет имени В. И. Разумовского. E-mail: ivprivalova@mail.ru

**Купцова Наталья Вадимовна** — старший преподаватель кафедры правовой психологии, судебной экспертизы и педагогики, Саратовская государственная академия права. E-mail: kupcovanv@mail.ru

В статье обсуждаются особенности восприятия информации, представленной в современных российских электронных медиа. Изложенные в статье данные были получены в результате интервью, проведенных с 503 студентами экономических вузов г. Саратова и г. Москвы в период с 2011 до 2013 г. Отмечается, что для молодежной аудитории в возрасте от 17 до 24 лет информация, полученная из интернет-ресурсов, является основным источником; вместе с тем уровень доверия к данной информации постоянно снижается. Констатируется, что личностные установки предопределяют процесс восприятия информации, а социальное поведение личности регулируется при участии социальных установок. Предлагается использовать термин «интернет-обусловленное коммуникативное поведение» для описания поведения «языковой личности» — пользователя Интернета. Делается вывод, что интернет-обусловленное коммуникативное поведение культурно и социально специфично, поэтому может изучаться как сфера проявления личностных и социальных установок реципиентов, а несогласованность в действии установочного механизма может являться причиной снижения доверия к информации, которую молодые реципиенты получают с экранов мониторов своих компьютеров.

**Ключевые слова:** установки, восприятие, информация, современные электронные медиа, интернет-обусловленное коммуникативное поведение

DOI: 10.18500/1819-7671-2016-16-2-198-202



В XXI в., с возникновением новых технологий, стало правомерным говорить о появлении нового коммуникативного пространства, в котором процесс создания информации, ее передача и восприятие происходят иначе, чем это было всего несколько десятилетий назад. В новых информационных условиях действие психологических механизмов также отличается своеобразием. Можно предположить, что восприятие электронной информации имеет свои психологические особенности, и в различных возрастных группах они проявляются по-разному. Современное коммуникативное пространство, представленное в Интернете, информационно избыточно, а эмоциональный фон субъекта напрямую зависит от того, получает ли он информацию в излишнем объеме или испытывает ее недостаток. По нашему мнению, это напрямую зависит от установок, поскольку они предопределяют способность к эффективной переработке информации. Механизмы формирования и действия личностных и социальных установок, складывающихся в новых информационных условиях, еще не подвергались исследованию. С целью изучения особенностей восприятия информации в новых электронных СМИ было проведено анкетирование, результаты которого могут быть интерпретированы с учетом понимания действия установочного механизма.

Полагаем, что одной из причин снижения доверия к информации, появляющейся в со-



временных электронных средствах массовой информации, может быть разбалансированность действия установочного механизма. Данное утверждение иллюстрируют результаты интервью с 503 молодыми россиянами – студентами высших учебных заведений. Участники интервью репрезентируют выборку, которая представляет довольно валидные выводы об определенном сегменте аудитории. Возраст опрошенных от 17 до 24 лет (средний возраст – 19,8), в гендерном соотношении: женщины – 301 (59,8%); мужчины – 202 (40,2%). Респонденты представляют собой разнообразную выборку с точки зрения места их рождения и места проживания, так как анкетирование было проведено не только среди студентов, обучающихся по программам бакалавриата и специалитета, но и среди магистрантов, аспирантов и студентов-заочников. Ответы были анонимными, но требовалось указать возраст и пол информанта. Информантов не просили указывать личные данные, например, их религиозные или политические предпочтения. Выборка представляет собой однородную группу в плане образования, потому что все опрошенные получали образование в сфере экономики: интервью проводились среди студентов Российского государственного торгово-экономического университета и Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Практически все интервью были проведены в режиме личного участия, однако в нескольких случаях мы обращались за помощью к коллегам-преподавателям, которые распространяли анкеты среди своих студентов, а потом передали нам уже заполненные формы. Мы не планировали первоначально проводить опрос в несколько эта-

пов, но так получилось, что после опроса первой группы студентов в 2011 г. у нас появилась идея продолжить исследования и изучить результаты в диахронической перспективе. Поэтому первый этап опроса молодых людей проводился в декабре 2011 г., а потом та же самая анкета была предложена второй группе студентов в сентябре 2013 г.

Анкета включала в себя 14 вопросов, ответы на которые предполагали как количественные, так и качественные характеристики. Для анализа, представленного в данной статье, нами были взяты данные, полученные при ответе на первые два вопроса, учитывающие именно количественные данные:

1) из каких источников Вы получаете информацию? Определите ее соотношение в процентах: а) газеты 5%; б) журналы 10%; в) ТВ 15%; г) Интернет 70%;

2) насколько Вы доверяете информации, содержащейся в этих источниках? (в процентах): а) пресса 40%; б) ТВ 40%; в) Интернет 80%; г) другие.

Полученные данные позволили нам сделать диахронические сопоставления и последующие выводы относительно некоторых тенденций в восприятии информации современных масс-медиа в России. Результаты представляется возможным трактовать следующим образом. В 2011 г. 62% молодых россиян называли в качестве основного источника информации электронные масс-медиа (в основном Интернет) и 69% из них указывали на отсутствие доверия к той информации, которую они получают посредством этого источника. В 2013 г. эти цифры были 73% и 86% соответственно (рисунок).



Следовательно, можно говорить о схожих тенденциях в восприятии информации: рост числа пользователей Интернета, которые называют его

в качестве основного источника информации, и одновременно – рост числа тех, кто с сомнением относится к информации, представленной на



экранах мониторов их компьютеров. Как видим, принцип «увидеть – еще не значит поверить» (seeing is not believing) становится распространенным среди российской молодежи. Объяснением этого феномена может быть конфликт психологических установок различного типа.

Основной задачей, которая ставится при передаче информации, является ее получение целевым реципиентом, т.е. необходимо, чтобы информация дошла до получателя и была воспринята. В настоящее время процесс восприятия активно интерпретируется через понятие «психологическая установка». Личностные установки как состояние готовности к совершению деятельности предполагают «настраивание» ее субъекта. Под «установкой» вслед за А. Г. Асмоловым, мы понимаем психологическое явление, которое является неотъемлемой частью рефлексивной деятельности индивида [1]. Согласно концепции Д. Н. Узнадзе, возникновению сознательных психических процессов предшествует особое состояние готовности к определенной активности. Суть его заключается в своеобразном налаживании, настройке субъекта к тому, чтобы в нем проявились именно те психические или моторные акты, которые обеспечат адекватное ситуации отражение [2]. К достижениям Д. Н. Узнадзе и его учеников следует, прежде всего, отнести исследование действия установочного механизма в вербальной деятельности.

Общепризнано, что установке принадлежит особая роль в процессе восприятия информации. Так, Р. Л. Гертцог трактует установку как интегрирующий механизм, который является детерминантой переработки информации и опосредует своим функционированием поведение личности. Установка, по мнению исследователя, подобна катализатору, который инициирует модель поведения, управляет им и осуществляет его интеграцию и тем самым опосредованно участвует в психических процессах [3]. В процессе восприятия любой информации запускается механизм сравнения или сличения получаемой с уже имеющейся «базой данных», которая рассматривается как «прошлый опыт». Полагаем, что система установочно зафиксированных культурно-социальных и языковых связей тождественна понятию «прошлого опыта», которое мы находим в определении установки, данном Ш. А. Надирашвили. Он указывает, что установочное действие человека осуществляется с использованием возможностей, приобретенных в прошлом опыте. В ситуативной, моментальной (актуальной) установке, проявляющейся перед осуществлением поведения, сосредоточены и объединены актуальные нужды индивида, его прошлый опыт и все требования, предъявляе-

мые ему предметной и социальной средой [4]. Обратим внимание, что в работе Г. Г. Гранник и А. Н. Самсоновой отмечается, что в процессе поэтапного восприятия вербальной информации с выдвижением гипотез возникает зависимость первоначальной установки от прошлого опыта субъекта [5].

Восприятие как психический процесс предполагает взаимодействие личности с внешним миром, в результате которого включаются механизмы опознания и сличения. В процессе перцепционной деятельности обобщенные образы и характеристики сравниваются с уже «зафиксированными» эталонами. Очевидно, что механизм сличения работает при постоянном обращении к индивидуальным паттернам, которые неповторимы. Индивидуализация образа происходит путем приписывания ему уникального набора характеристик, как уникальна каждая личность. Поэтому и индивидуальный анализ информации отличается своеобразием, которое подчеркивается соотношением конфликтность/гармонизация личностных установок. Транспонируя вышесказанное на процесс восприятия информации, можно утверждать, что установка на получение конкретной информации обуславливает его избирательность. Вероятно, избыточность информации в современных электронных СМИ или противоречивость в ее подаче приводит к конфликту установок и нарушает принцип избирательности. Психологическая готовность к получению конкретной информации теряет свою определенность, в результате чего нарушается действие механизма вероятностного прогнозирования, который вполне резонно понимался И. Н. Гореловым как установочный процесс, т.е. как «...готовность к восприятию ожидаемого в данной ситуации семантически адекватного сообщения, в отличие от любого другого» [6, с. 84]. Кроме того, современное информационное пространство отличается «всеядностью» и содержит низкокачественные сообщения, а подчас и противоречащие морально-этическим нормам. В этом случае наблюдается конфликт личностной установки с образами реальности и их восприятие отторгается. Информационная энтропия представляет собой угрозу целостности личности и привносит диссонанс в действие личностных установок.

Ранее, в работе одного из авторов статьи, уже предлагалось использовать термин «интернет-обусловленное коммуникативное поведение» как партиципаторную характеристику ежедневного поведения, в котором отражаются зафиксированные понятия, представления, эталоны, паттерны и т.д. Мы предлагаем использовать термин «интернет-обусловленное коммуникативное поведение» для



описания поведения языковой личности – пользователя Интернета – как представителя определенного типа этнолингвокультуры [6]. Интернет-обусловленное коммуникативное поведение является частью повседневного, в котором отражается культура, которая, по мнению некоторых американских ученых, включает понятия, ценности и представления о жизни народа [7]. Логично предположить, что интернет-коммуникативное поведение различается в разных культурах, так как культура является интегрированной системой заученных шаблонов поведения. Интернет-обусловленное коммуникативное поведение встроено в систему действий и поступков индивида при его взаимодействии с внешним миром. По нашим наблюдениям, интернет-опосредованная коммуникация зависит не только от культуры, но и от социально-политической обстановки в стране [8], что позволяет говорить о социально-культурной детерминированности интернет-обусловленного коммуникативного поведения.

Как видим, интернет-обусловленное коммуникативное поведение социально и культурно специфично [9], а его регуляторами могут выступать социальные установки: «Специфические регуляторы социального поведения выделяются и на уровне личности – это ее социальные установки (аттитюды)» [10, с. 115]. Поскольку социальная установка является регулятором социального поведения, а интернет-обусловленное коммуникативное поведение – неотъемлемая составляющая общего социального поведения индивида, то можно утверждать, что социальные установки выполняют мониторинговую функцию в процессе восприятия информации из электронных СМИ.

При исследовании особенностей действия установочного механизма во время восприятия информации в современных электронных СМИ нам хотелось бы акцентировать внимание на двух моментах, которые могут многое объяснить в изучаемом процессе: первое – это непосредственная связь социальных установок с поведением индивида; и второе – иерархичная структура установочного механизма. Так, В. А. Ядов выделяет четыре уровня установок: витальные, базовые социальные, личностно-социальные и ценностно-ориентированные установки [11]. По-видимому, все эти уровни задействованы при получении новой информации, когда определяется ее необходимость и ценность.

Таким образом, о появлении феномена «новое коммуникативное пространство» стало правомочным говорить с возникновением электронных массмедиа, среди которых главную роль играют интернет-коммуникации. Интернет – социальное явление, восприятие которого формирует спе-

цифический механизм личностных и социальных установок. Первые приобретают индивидуальное своеобразие в процессе психосоциального развития человека и формируют специфику обратной связи с социальным пространством, значительный сегмент которого в настоящее время занимает интернет-пространство.

Интернет-пространство, сформированное на основе интеграции компьютерных сетей различных стран, может трактоваться как социально-культурный феномен. С началом «эпохи Интернета» произошла кардинальная трансформация информационно-коммуникативного пространства, вместе с тем начали фиксироваться изменения на уровне действия рецепционных механизмов, так как возможности получения различного рода контента значительно расширились. Последующие значительные изменения в коммуникативном пространстве (соответственно, и в формировании воспринимаемых образов) произошли с появлением Веб 2.0., когда в производстве электронного контента стали участвовать сами пользователи (user-generated content UGC). Нельзя не заметить, что «пользовательский» контент в Интернете изменил концепцию организации дискурса и восприятия сообщений. Одинаковые принципы и единообразие технологий не гарантируют унифицированность электронного пространства. Скорее, наоборот, как показывают исследования П. Престона, технически опосредованная информация имеет социокультурное оформление и зависит от политического контекста [12]. Очевидно, что контент в ресурсах Веб 2.0 и Веб 3.0 «перформатировал» когнитивное пространство индивида, поскольку воспринимаемая информация создается самими пользователями и появляется новый тип языковой личности, на примере которого можно зафиксировать ситуацию противоречивого взаимодействия, а иногда и конфликта личностных установок. С появлением Веб 2.0 и Веб 3.0 контента стало заметно, что интернет-сегмент приобретает культурно-специфичные черты, поскольку создатели электронной информации привносят в него свои национально-культурные и социально-политические характеристики. Следовательно, о современной электронной коммуникации в интернет-пространстве можно говорить как о социальном явлении, которое может анализироваться как сфера проявления личностных и социальных установок реципиентов. А использование понятия «поведение» и, как его составляющей, интернет-обусловленного коммуникативного поведения позволяет рассматривать проявление личностных и социальных установок в коммуникативной деятельности получателей информации.



## Список литературы

1. Асмолов А. Г. По ту сторону сознания : методологические проблемы неклассической психологии. М., 2002. 480 с.
2. Узнадзе Д. Н. Психологические исследования. М., 1966. 450 с.
3. Гертцог Р. Л. Характеристика установки лингвистического кода // Экспериментальные исследования по психологии установки. Тбилиси, 1970. С. 208–258.
4. Надирашвили Ш. А. Установка и деятельность. Тбилиси, 1987. 361 с.
5. Гранник Г. Г., Самсонова А. Н. Роль установки в процессе восприятия текста (на материале художественного текста) // Вопр. психологии. 1993. № 2. С. 72–80.
6. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации. М., 1980. 112 с.
7. Privalova I. Cultural peculiarities of russian audience participation in political discourse in the era of new technologies // *New media and intercultural communication. identity, community and politics* / eds. P. Cheong, J. Martin, L. Macfadyen. Vol. 13. N.Y., ; Bern ; Berlin ; Bruxelles ; Frankfurt/M; Oxford; Wien, 2012. 358 p.
8. Intercultural communication training : an introduction / eds. R. W. Brislin, T. Yoshida. Thousand Oaks, 1994. P. 129–144.
9. Привалова И. В. Аксиологический анализ современного политического дискурса в российских электронных СМИ // Человек и его дискурс – 4. М., 2014. 398 с.
10. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности. М., 2001. 301 с.
11. Ядов В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. М., 1975. С. 89–106.
12. Preston P. An Elusive trans-national public sphere : Connectivity versus journalism and news cultures in the EU setting // *Journalism Studies*. 2009. Vol. 10 (1). P. 114–130.

### Peculiarities of the Functioning of Sets on the Example of Perception of the Information in Modern Mass Media

#### I. V. Privalova

Saratov State Medical University named after V. I. Razumovsky  
112, Bolshaya Kazachya str., Saratov, 410012, Russia  
E-mail: ivprivalova@mail.ru

#### N. V. Kuptsova

Saratov State Law Academy  
45, Gorky str., Saratov, 410600, Russia  
E-mail: kuptcovanv@mail.ru

The article discusses the peculiarities of the perception of the information presented in the modern Russian electronic mass media. The data were collected through the interviews with 503 students of economic universities of Saratov and Moscow in the time period from 2011 to 2013. The survey maintains that for a younger audience (aged between 17 and 24 years) the information obtained from the Internet resources is the main source of information; along with that, the level of confidence in this information is constantly decreasing. Personal sets

are thought to predetermine the information perception process and social sets (attitudes) are believed to take part in the regulation of a social behavior of a person. The term «Internet-mediated communicative behavior» is proposed to describe the behavior of «linguistic person» – Internet user. It is concluded that, modern electronic communication is a social phenomenon that can be studied as a field of manifestation of personal and social sets (attitudes) of recipients; inconsistency in the set mechanism action may cause the decline of confidence in the information that young recipients get from their monitors.

**Key words:** sets (attitudes), perception, information, modern electronic mass media, Internet communicative behavior.

## References

1. Asmolov A. G. *Po tu storonu soznaniya: metodologicheskiye problemy neklassicheskoy psikhologii* (On the other side of the consciousness: methodological problems of non-classical psychology). Moscow, 2002. 480 p.
2. Uznadze D. N. *Psikhologicheskkiye issledovaniya* (Psychological studies). Moscow, 1966. 450 p.
3. Gertsog R. L. Kharakteristika ustanovki lingvisticheskogo koda (Characteristics of the linguistic code set). *Ekspperimentalnye issledovaniya po psikhologii ustanovki* (Experimental studies on the psychology of set). Tbilisi, 1970, pp. 208–258.
4. Nadirashvili Sh. A. *Ustanovka i deyatelnost* (Set and activity). Tbilisi, 1987. 361 p.
5. Grannik G. G., Samsonova A. N. Rol ustanovki v protsesse vospriyatiya teksta (na materiale khudozhestvennogo teksta) (The role of set in the process of text perception (on the material of literary text)). *Voprosy psikhologii* (Voprosy psikhologii), 1993, no. 2, pp. 72–80.
6. Gorelov I. N. *Neverbalye komponenty kommunikatsii* (Nonverbal components of communication). Moscow, 1980. 112 p.
7. Privalova I. Cultural peculiarities of russian audience participation in political discourse in the era of new technologies. *New media and intercultural communication. identity, community and politics*. Eds. P. Cheong, J. Martin, L. Macfadyen. Vol. 13. New York; Bern; Berlin; Bruxelles; Frankfurt/M.; Oxford; Wien, 2012. 358 p.
8. *Intercultural communication training: an introduction*. Eds. R. W. Brislin, T. Yoshida. Thousand Oaks, 1994, pp. 129–144.
9. Privalova I. V. Aksiologicheskii analiz sovremennogo politicheskogo diskursa v rossiyskikh elektronnykh SMI (Axiological analysis of modern political discourse in Russian electronic mass media). *Chelovek i yego diskurs – 4* (Person and his discourse – 4). Moscow, 2014. 398 p.
10. Belinskaya E. P., Tikhomandritskaya O. A. *Sotsialnaya psikhologiya lichnosti* (Social psychology of a person). Moscow, 2001. 301 p.
11. Yadvov V. A. O dispozitsionnoy regulyatsii sotsialnogo povedeniya lichnosti (On dispositional regulation of social behavior of a person). *Metodologicheskiye problemy sotsialnoy psikhologii* (Methodological problems of social psychology). Moscow, 1975, pp. 89–106.
12. Preston P. An elusive trans-national public sphere?: Connectivity versus journalism and news cultures in the EU setting. *Journalism Studies*, 2009, vol. 10 (1), pp. 114–130.