

Оригинальная статья

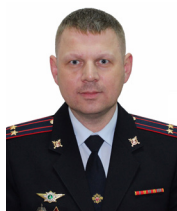


УДК 379.823

Девиантогенное воздействие медиапродукции на обучающихся

**Олег Сергеевич Мантуров**

Уральский юридический институт МВД России
(Екатеринбург, Россия)
osmanturov@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-8252-9623**Роман Владимирович Нелюбин**

Уральский юридический институт МВД России
(Екатеринбург, Россия)
ro.nelubin@yandex.ru

ORCID: 0009-0009-9995-1589

Аннотация

Введение. Массовое увлечение современной молодежи медиапродукцией нередко таит в себе деструктивные эффекты. Цель статьи – исследование факторов и степени эффективности девиантогенного воздействия медиапродукции на обучающихся. Для достижения данной цели были выявлены негативные психологические установки, пропагандируемые девиантогенной медиапродукцией, проведено эмпирическое исследование, направленное на установление связи между увлеченностью молодежи определенной медиапродукцией и формированием негативных личностных черт, оказывающих влияние как на формирование личности, так и на профессионализацию. **Методы.** В работе применялся диалектический подход к рассматриваемой проблеме, сопряженный с использованием общенаучных (формализация, анализ, моделирование) и теоретических методов социальных и гуманитарных наук (структурно-функциональный, системный методы). Проведенное авторами эмпирическое исследование было построено на сопряжении социологических и психологических методик. **Результаты.** В ходе исследования было доказано, что современная медиапродукция действительно оказывает большое влияние на процессы социализации и профессионализации молодежи. Девиантогенное воздействие медиапродукции находит подтверждение в сформированности у молодежи негативных личностных черт. Степень данного воздействия проявляет себя в формировании у молодого человека устойчивой медиазависимости – медиааддикции. Проведенное исследование позволило установить конкретные проявления медиааддикции: отрицание влияния медиапродукции на психику ее потребителя, отрицание проблем во взаимоотношениях с людьми, которые могут быть следствием медиазависимости. В ходе исследования также был установлен факт несомненного негативного влияния девиантогенной продукции на профессионализацию обучающихся: чем больше негативных черт личности демонстрировали респонденты в ходе психологического тестирования, тем отчетливее фиксировались у них скепсис в отношении будущей профессиональной деятельности, утрата интереса к ней, непонимание ее социальной значимости.

Ключевые слова

медиапродукция, медиaproстранство, медиапсихология, массмедиа, медиасоциализация, деструктивное поведение, негативное информационно-психологическое воздействие, медиазависимость, медиааддикция

Для цитирования: Мантуров, О. С., Нелюбин, Р. В. (2025). Девиантогенное воздействие медиапродукции на обучающихся. *Российский девиантологический журнал*, 5 (3), 488–502.

Original paper

The deviant influence of media products on students

Oleg S. Manturov

Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia
(Yekaterinburg, Russia)

osmanturov@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-8252-9623

Roman V. Nelyubin

Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia
(Yekaterinburg, Russia)

ro.nelubin@yandex.ru

ORCID: 0009-0009-9995-1589

Abstract

Introduction. The widespread fascination of today's youth with media products often has destructive effects. The purpose of this article is to study the factors and degree of effectiveness of the deviantogenic influence of media products on students. To achieve this goal, negative psychological attitudes promoted by deviant media products were identified, and an empirical study was conducted to establish a link between young people's fascination with certain media products and the formation of negative personality traits influencing both personality development and professionalisation. **Methods.** The authors applied a dialectical approach to the problem under consideration, combined with the use of general scientific (formalisation, analysis, modelling) and theoretical methods of social sciences and humanities (structural-functional, systemic methods). The empirical study was based on a combination of sociological and psychological techniques. **Results.** It has been proven that modern media products do indeed have a significant impact on the socialisation and professionalisation of young people. The deviantogenic influence of media products is confirmed by the formation of negative personality traits in young people. The level of this influence manifests itself in the formation of a stable media dependence – media addiction – in young people. The study identified specific manifestations of media addiction: denial of the influence of media products on the psyche of their consumers, denial of problems in relationships with people that may be the result of media dependence. The authors of the research established the undeniable negative impact of deviant content on the professional development of students: the more negative personality traits respondents demonstrated during psychological testing, the more pronounced their scepticism about their future professional activities, loss of interest in them, and lack of understanding of their social significance.

Keywords

media production, media space, media psychology, mass media, media socialisation, destructive behavior, negative informational and psychological impact, media dependence, media addiction

For citation: Manturov, O. S., Nelyubin, R. V. (2025). The deviant influence of media products on students. *Russian Journal of Deviant Behavior*, 5 (3), 488–502.

Введение

В научном и общественном дискурсе не первое десятилетие поднимается вопрос о том, какие деструктивные эффекты таит в себе медиапродукция. Очевидно, современная медиапродукция (практически во всех ее формах и разновидностях) оказывает не меньшее воздействие на формирующееся сознание молодежи, чем традиционные средства массовой информации на общественное сознание людей в веке прошедшем. Медиа имеет значительное влияние на протекание социализации молодого человека, выполняет важную для становления общества воспитательную функцию, формируя личность индивида, способного изменять социальное пространство.

В XXI веке, с установлением господства рыночных отношений не только в экономике, но и в общественном сознании, медиапространство начинает неуклонно подчиняться тем же законам, которые структурируют пространство социальное. Прежде всего, речь идет о коммерциализации медиапространства. А. А. Смирнов утверждает: «Исторический опыт показывает, что характерная для капиталистических стран тенденция коммерциализации массмедиа приводит к тому, что ставка делается на отбор контента по критерию его продаваемости, что способствует насыщению их негативной информацией, привлекающей внимание аудитории» (Смирнов, 2012, с. 26). Гонка за прибылью заставляет игроков медиарынка не столько формировать потребителя медиапродукции, сколько подстраиваться под его интересы и запросы. За современной медиапродукцией скрывается не ее создатель, а потребитель, со всеми своими тайными желаниями, импульсами, нереализованными комплексами.

В последние годы в научном дискурсе начинает широко использоваться новое понятие – «цифровой человек» (Homo digital). В общем смысле под этим понятием подразумевают человека, погрузившегося в мир цифровых технологий, не мыслящего своего существования без их использования. По мнению А. С. Некрасова, «современные технологии делают человека запрограммированным, так как он попадает в сетевой оборот и становится его частью. Человек начинает жить в знаково-символическом мире, т. е. не только он создает знаки и символы, но и знаки и символы формируют человека, что ведет к смешению реального и виртуального, действительного и вымышленного» (Некрасов и др., 2019, с. 4). Но если «цифровой человек» является продуктом цифрового медиапространства, это значит, неизбежно встанет вопрос не только об изменении под влиянием медиатехнологий его собственной картины мира, но и его психофизической природы. Это явление очень точно подметил А. А. Ковалев: «Медиареальность представляет собой одну из важнейших новаций современной культуры. Но еще важнее то, что она во многом формирует и даже, выражаясь компьютерным языком, форматирует сознание современного человека, в частности таким образом, что кажется уже более реальной, чем сама исходная действительность» (Ковалев, 2010, с. 71).

В настоящий момент можно с уверенностью констатировать усиливающийся интерес к феноменам медиа со стороны существующих областей научного знания. Например, в области академической науки уже отмечено появление таких дисциплин, как медиапсихология (Winterhoff-Spurk, 2004; Жижина, 2020; Pronina, 2014), медиафилософия (Hartmann, 2000; Margreiter, 2003; Савчук, 2012), медиасоциология (Коломиец, 2023), медиапедагогика (Bazalgette, Bevort, & Savino, 1992; Hart, 1997; Федоров, 2001). Эти и многие другие исследователи отмечают, что массмедиа стала самостоятельным социальным институтом, использующим самые разнообразные технические средства и технологии в качестве посредников в коммуникации между людьми. Данный феномен проявляет себя как медиасоциализация личности (McQuail,

2010; Couldry & Hepp, 2016; Lee & Ma, 2012). Многие связывают медиасоциализацию исключительно со вторичной социализацией, мы же считаем, что медиасоциализация человека в современном мире протекает параллельно всем процессам становления его социального сознания и социальной идентичности – и первичной, и вторичной социализации, и инкультурации, и профессионализации.

В ходе медиасоциализации человек сталкивается с разнообразными угрозами и рисками. Угрозы медиасреды связаны с возможностью наступления для индивида каких-то проблем или негативных последствий, причем вероятность наступления данных последствий мы объективно оценить не можем. Степень опасности конкретной угрозы по сути сводится к характеру индивида, с ней сталкивающегося, уровню его образования и культуры, моральным и ценностным установкам, особенностям мировоззрения. Риски же отличаются от угроз тем, что основная опасность исходит от самого субъекта, принимающего решение, т. е. в случае с рисками медиасоциализации намного важнее окажутся отдаленные последствия, вызванные соприкосновением индивида с медиасредой, сама возможность принятия субъектом негативных решений, вызванных неправильным восприятием угроз.

Большой вклад в исследование девиантогенного воздействия медиапродукции на человека внесла Ю. В. Гребенкина. Говоря об угрозах медиапространства, она отметила следующее: «Наиболее опасным последствием медианасилия является эмоциональное притупление у зрителя, игрока, в результате которого у подростков формируется равнодушие к реальному насилию. Вторым деструктивным эффектом является формирование у подростка убеждения, что насилие является приемлемым способом решения всех затруднений. Третий эффект напрямую связан с возможностью подражательных насильственных поступков» (Гребенкина, 2019, с. 39). Добавим, что в равной мере угрозами, которые таит в себе медиапространство, можно считать искажение в медиаконтенте моральных и нравственных ценностей (Черникова, 2014), подавление медийным пространством свободы мировоззренческого выбора человека, культивацию в медиаконтенте ценностей и норм криминальной среды (Хисамутдинов, Шалагин, 2015).

Каждая из обозначенных угроз медиапространства порождает, в свою очередь, группу рисков. Во-первых, таким риском выступает систематическая десенсибилизация – постепенное уменьшение чувствительности человека к предметам, событиям или людям, вызывающим тревожность и фобии (Книжникова, 2014). Применительно к медиасоциализации можно говорить об эмоциональном притуплении медиапотребителя, прежде всего, к агрессии. По мнению М. В. Криворучко, «изучение зарубежных и отечественных медиа показывает обилие сцен, содержащих агрессию и насилие. Приблизительно в 90 % телефильмов встречаются сцены драк и насилия. В телевизионных программах США показывают 5 актов насилия в час в вечернее время и 18 актов насилия в дневное время по выходным. Очень много сцен насилия в мультфильмах, в них в среднем происходит 26 актов насилия в час. Детские мультфильмы содержали больше насилия, чем все остальные разновидности развлекательных программ, включая боевики и детективы» (Криворучко, 2019, с. 58). Современные технологии, захватывающий сюжет, игра актеров способны создать медиапродукт, в котором агрессия, насилие, жестокость перестают восприниматься как нечто негативное и нежелательное.

Во-вторых, угрозы медиасоциализации рискуют привести к подмене сочувствия жертве сопереживанием убийце или насильнику. Современная киноиндустрия поставила на поток создание образа «привлекательного маньяка». За внешне притягательным обликом героя, его характером, «благородными» мотивами зрители, не обладающие критическим мышлением, уже не замечают всю антисоциальную направленность его деяний.

В-третьих, стоит отметить такой риск на пути медиасоциализации, как привлекательность для молодых неокрепших умов альтернативных жизненных стратегий и систем ценностей. Это тесно связано и с таким явлением современности, как разрушение ролевой модели традиционной семьи.

В-четвертых, в процессе медиасоциализации у человека может сформироваться медиазависимость – патологическое тяготение к использованию информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». В большинстве научных исследований (Бакулев, 2015; Шанин, 2015; Дресвянников, Чухрова, Пронин, 2015) медиазависимость связывают с попыткой удовлетворения человеком своих потребностей посредством медиа, результатом чего неизбежно возникает подчинение человека медиареальности.

Медиазависимость рискует перейти в самые разные негативные проявления личности и поведения человека, привести к утрате человеком своей идентичности, изменению его жизненных стратегий, желаемых образов будущего. На этом этапе медиазависимость приобретает новые свойства, что позволяет утверждать о ее перерастании в *медиааддикцию* – патологическую зависимость человека от медиасреды, приводящую к определенным психологическим проблемам (Шанин, 2015, с. 97). Ряд исследований интернет-аддикции был проведен коллективом авторов под руководством В. Л. Дресвянникова (Дресвянников и др., 2015). В частности, исследователями были выявлены следующие негативные последствия интернет-зависимости: уход от общения с реальными людьми, прежде всего с семьей и друзьями; игнорирование социальных видов деятельности; снижение качества профессиональной деятельности; вероятность возникновения или обострения психических заболеваний; связь с другими видами аддикций (в частности, зависимостью от алкоголя или наркотиков); длительное пребывание в депрессии вплоть до суицидальных мыслей, и др. С. В. Книжникова связывает медиааддикцию прежде всего с таким феноменом, как медианасилие. Она дает нам довольно полный список способов влияния медианасилия на сознание зрителя, среди которых значатся «призыв к применению насилия; беспричинная агрессивность по отношению к себе подобным или “инициация агрессии”; излишне детализированная демонстрация насильственных актов расправы над жертвами преступлений; намеренное акцентирование внимания аудитории на жестоких, насильственных действиях как норме повседневной жизни; культ грубой силы в СМИ, создание жестокого образа супергероя, пренебрегающего выбором средств для достижения поставленной цели; описание технологии криминальной агрессии; нагнетание чувства страха, беспомощности, размывание установок на борьбу с преступностью; стирание грани между нравственным и безнравственным в межличностных отношениях» (Книжникова, 2014, с. 194). Говоря о медианасилии, С. В. Книжникова отмечает, что его последствия могут быть как немедленными, так и отсроченными во времени. К немедленным автор исследования относит подражательные нападения, преступления-имитации, индуцированные суициды молодежи. Отложенные во времени последствия девиантогенного воздействия медиа не менее опасны и губительны для человека. Прежде всего, речь идет о кардинальных изменениях личности человека, его ценностных установках, ориентирах в жизни. Все перечисленные С. В. Книжниковой проявления девиантогенного воздействия медиапродукции можно отнести к аддиктивным формам поведения, что позволяет понимать медиааддикцию как одно из кардинальных негативных проявлений медиасоциализации личности.

Если рассматривать однозначно девиантогенное воздействие медиапродукции на человека, то это очевидная угроза для подрастающего поколения со всеми присущими ему физиологическими, социально-психологическими и демографическими особенностями. Именно молодежи свойственны поверхностность в суждениях, пренебрежение жизненным опытом, радикальность в действиях и убеждениях, подверженность новым информационным

веяниям («трендам»), попытки противодействия любому виду контроля. Все это, помноженное на кажущуюся анонимизацию человека в цифровом пространстве, приводит к тому, что именно молодежь оказывается наиболее желанным объектом негативного информационно-психологического воздействия со стороны самых разных сил.

Описание исследования

В целях исследования девиантогенного воздействия медиапродукции (под этим термином мы будем понимать устойчивую зависимость между просматриваемым человеком медиа-контентом и формированием у него конкретных негативных личностных черт) авторами настоящей работы было проведено эмпирическое исследование, объектом изучения которого выступили обучающиеся образовательной организации МВД России, в которой проходят службу авторы. Влияние девиантогенной медиапродукции на обучающихся образовательных организаций МВД России представляет двойную опасность – речь идет не только о формировании негативных личностных черт, но и об определенной доле риска, который проявит себя только в будущем, в профессиональном взаимодействии сотрудника полиции с гражданами. В связи с этим возникает необходимость профилактики любого рода девиантогенного воздействия на личность будущего правоохранителя, которая может внести существенные коррективы в процессы его профессионализации.

Программа эмпирического исследования была построена на сопряжении социологических и психологических методик. Социологическое исследование было проведено на основе традиционного («бумажного») анкетирования. К социологической анкете прилагался психологический опросник – «шкала враждебности» Кука-Медлей, позволяющая оценить уровень цинизма, агрессии и враждебности, что помогло выявить наличие взаимосвязи между увлеченностью респондента девиантогенной медиапродукцией и степенью сформированности у него обозначенных негативных социально-психологических качеств.

Акцент в исследовании делался не столько на статистических показателях социологической анкеты, сколько на отражении данных показателей в самосознании респондентов. Согласно полученным результатам мы условно выделили три группы респондентов по «шкале враждебности» Кука-Медлей: 1. «Общая группа» – включает в себя всех респондентов, принявших участие в исследовании (всего в исследовании приняли участие 195 респондентов, с первого по пятый годы обучения – рис. 1). 2. «Неблагоприятный результат» – группа респондентов, у которой уровень агрессивности, цинизма и враждебности (хотя бы два показателя) фиксируется в высокой степени выраженности. 3. «Группа риска» – набранные баллы хотя бы по одному из обозначенных выше качеств соответствуют высокому показателю согласно методике подсчета.

Первый блок вопросов в анкете был ориентирован на выявление осознания респондентами влияния современной киноиндустрии и медиасреды на морально-нравственные представления (рис. 2) и, в частности, на кризис традиционных институтов общества. Полученные результаты выглядят крайне противоречиво. Среди общего числа респондентов 47 % (практически половина) признает факт влияния современной киноиндустрии на кризис современных институтов общества, причем это же количество считает данное влияние позитивным.

Интересен для нас тот факт, что респонденты из второй и третьей групп на фоне среднестатистических обучающихся проявляют куда большую сознательность. Невольно возникает вопрос: с чем подобная «сознательность» связана? При анализе ответов на последующие вопросы нами был сделан такой вывод: в отличие от респондентов, составляющих вторую и третью группы, среднестатистические обучающиеся просто не придают значения тому медиаконтенту, который они просматривают, и не заостряют внимание на факте влияния данного контента

на их психику. Респонденты из «неблагоприятных» групп, напротив, целенаправленно выбирают к просмотру медиаконтент, содержащий сцены насилия, жестокости и т. п., искренне считая, что никакого влияния на них самих увлеченность подобным контентом оказать не может.

Более обширную трактовку данной тенденции можно получить при анализе ответов на вопрос: «Как вы считаете, оказывает ли влияние частый просмотр жестоких сцен в фильмах / сериалах / видеороликах на взаимоотношения с окружающими людьми?» (рис. 3).

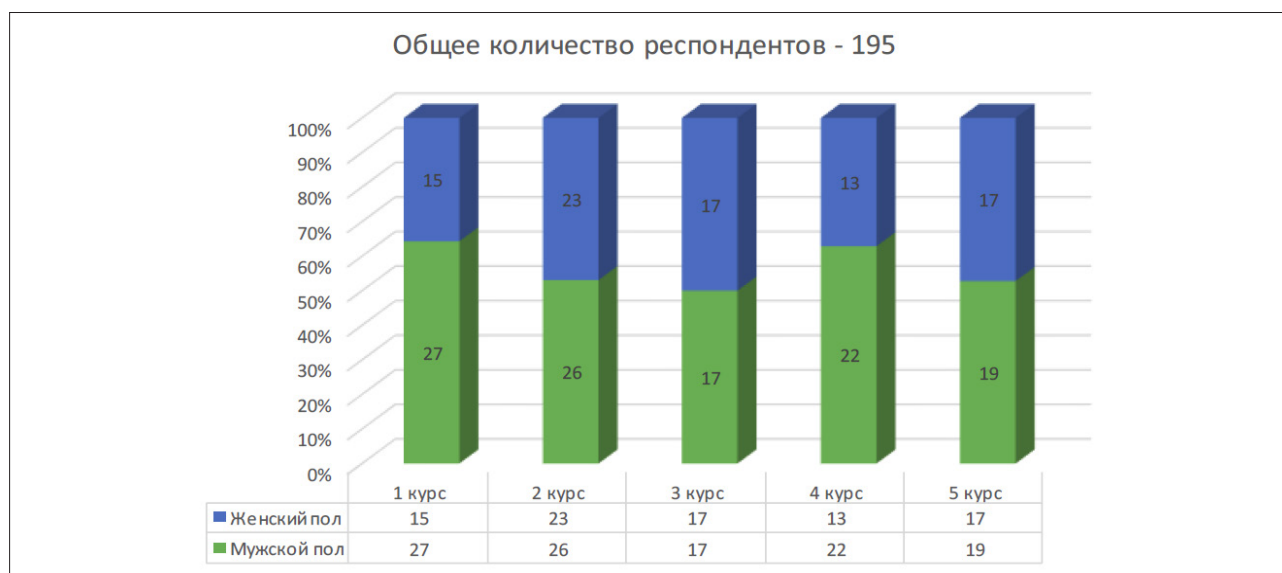


Рис. 1. Общее количество респондентов

Fig. 1. Total number of respondents



Рис. 2. Влияние современной киноиндустрии и медиасреды на морально-нравственные представления в обществе

Fig. 2. The influence of the modern film industry and media environment on moral and ethical perceptions in society

Можно заметить, что большая часть респондентов (42 %) диагностируют это влияние, наблюдая появление эмоционального притупления и равнодушия к людям, еще 15 % видит его проявления в избыточной агрессии. Каждый третий респондент (37 %) подобное влияние отрицает. Намного важнее для нас результаты, показанные второй и третьей группами респондентов. Уже 46 % респондентов второй группы и 58 % респондентов третьей категорично отрицают влияние частого просмотра медиаконтента, содержащего жестокие сцены, на взаимоотношения с окружающими людьми.

Второй блок вопросов в исследовании был посвящен содержательному анализу негативного медиаконтента, потребляемого обучающимися. Нам было важно установить, считают ли сами обучающиеся приемлемым наличие заведомо девиантных сцен и сюжетов в современной медиапродукции, и если да, то какими соображениями они это оправдывают.

При ответе на вопрос «Какие сцены в современных фильмах / сериалах вы считаете приемлемыми?» (рис. 4) респонденты могли сделать множественный выбор между следующими вариантами (или не выбирать ни один из них): курение / распитие героями спиртных напитков; эротические сцены; насилие мужчины по отношению к женщине, сексуальное или психологическое; реалистичное изображение преступлений; сцены глумления, издевательства над людьми, в том числе со стороны преступника.

Необходимо отметить, что респонденты из второй группы по каждой из предложенных для выбора негативно окрашенных сцен продемонстрировали большую лояльность к их демонстрации в современном кинематографе, нежели «среднестатистические» обучающиеся. Кроме того, если среди всех обучающихся нашлось значительное число лиц, не выбравших при



Рис. 3. Влияние увлеченности девиантогенной медиапродукцией на социальные отношения

Fig. 3. The influence of fascination with deviant media products on social relations

ответе ни один из предложенных вариантов, то в случае с «неблагоприятными» группами каждым обучающимся был выбран хотя бы один из вариантов.

Для получения более полных сведений о влиянии медиапродукции на профессионализацию обучающихся социологическая анкета была дополнена двумя открытыми вопросами: «Можете ли вы назвать героя телефильма / сериала, который кажется вам привлекательным, несмотря на то что он совершал / совершает преступления (в т. ч. в интересах службы)?» и «С каким героем телефильма / сериала вы могли бы себя отождествить?». Каждое поколение рождает своих киногероев: для поколения «восьмидесятых» таким героем выступал Глеб Жеглов, для поколения «девяностых» – герои телесериала «Улицы разбитых фонарей». Эти герои были привлекательны прежде всего своими человеческими чертами, обаянием, умением найти подход к любому человеку, в том числе преступившему закон. Результаты анкетирования обучающихся авторам исследования показали несколько обескураживающими: среди героев, кажущихся привлекательными нашим респондентам, лидирующую позицию занимает Родион Меглин, главный герой популярного сериала «Метод». Герой, привлекательный во многом благодаря сценическому мастерству сыгравшего его К. Хабенского, является по сути социопатом, к тому же страдающим параноидной шизофренией. Редкие преступники (маньяки), изобличенные героем, не погибали от его рук к концу серии. Второе место среди ответов обучающихся занял герой не менее популярного у молодежи «полицейского» (по сути карикатурного) сериала «Полицейский с Рублевки» Григорий Измайлов.

Наконец, последний блок вопросов в исследовании был посвящен непосредственно установлению влияния увлеченностью обучающихся девиантогенной медиа продукцией на процессы, связанные с профессионализацией. Нельзя исключать ни позитивного, ни негативно-го воздействия медиапродукции на становление у молодого человека профессионализации,

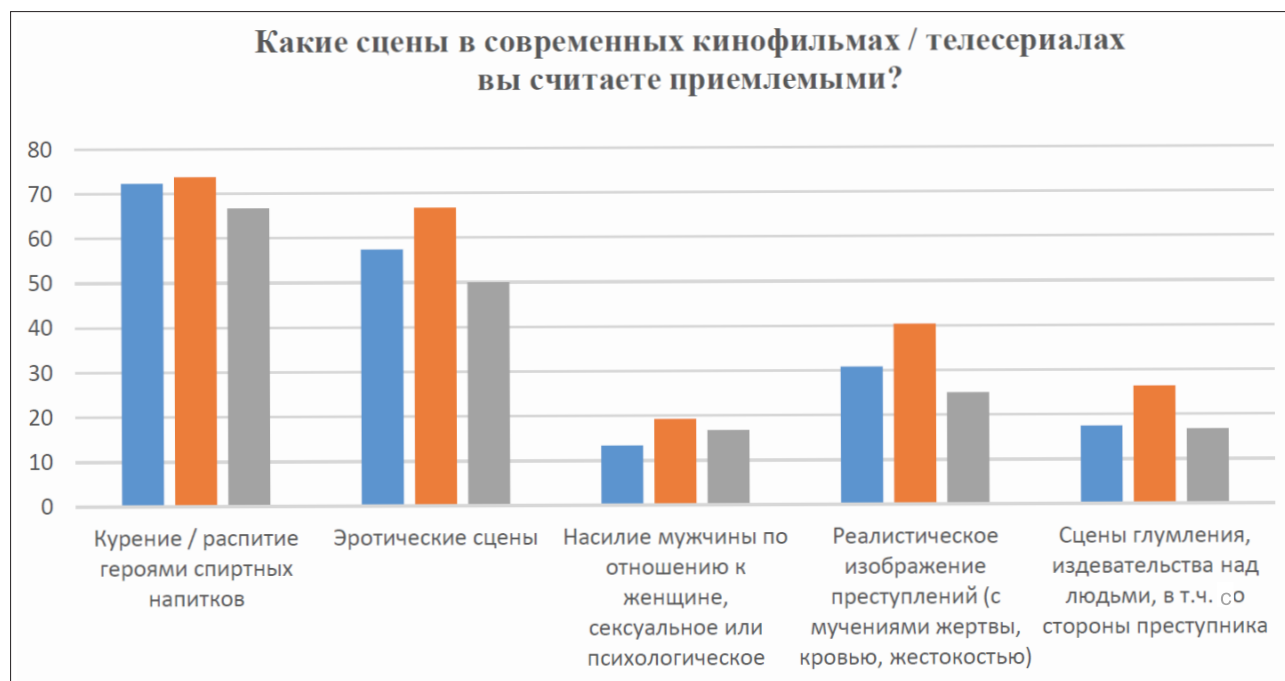


Рис. 4. Допустимость показа в современной медиапродукции негативно окрашенных сцен

Fig. 4. The acceptability of negatively portrayed scenes in contemporary media productions

особенно когда речь идет о сознательном намерении связать свою будущую жизнь с правоохранительной деятельностью.

На рисунке 5 отражено, что подавляющее большинство обучающихся образовательной организации МВД России действительно испытывают интерес к медиаконтенту, построенному на изображении различных аспектов их будущей профессиональной деятельности, однако доля интереса к профессиональной тематике у второй и третьей групп респондентов падает.

Мы также спрашивали у обучающихся, способствует ли, на их взгляд, просмотр «тематического» медиаконтента эффективному протеканию у них процессов профессионализации (рис. 6). При ответе на этот вопрос заметна все та же зависимость: чем больше деструктивных черт личности демонстрирует наш респондент, тем более увеличивается у него скепсис в отношении будущей профессиональной деятельности.

Последний вопрос в анкете был направлен на установление степени негативного воздействия (по мнению респондентов) девиантогенной медиапродукции на моделирование обучающимися будущей профессиональной деятельности (рис. 7). Большая часть наших респондентов отмечает, что просмотр жестоких сцен в фильмах / сериалах играет положительную роль для их будущей профессиональной деятельности (они учат жизни, показывают реальные ситуации, с которыми может столкнуться сотрудник полиции), на втором месте ответ – «положительное, так как они формируют непримиримое отношение к преступникам». Можно заключить, что, несмотря на провозглашаемое нашими респондентами отношение к девиантогенной медиапродукции, обучающиеся все равно проявляют интерес к подобной медиапродукции, если не признаваясь прямо в своей увлеченности ей, то оправдывая ее «интересами будущей профессиональной деятельности».



Рис. 5. Заинтересованность респондентов в просмотре медиапродукции, имеющей отношение к их будущей профессии

Fig. 5. Respondents' interest in viewing media products related to their future profession

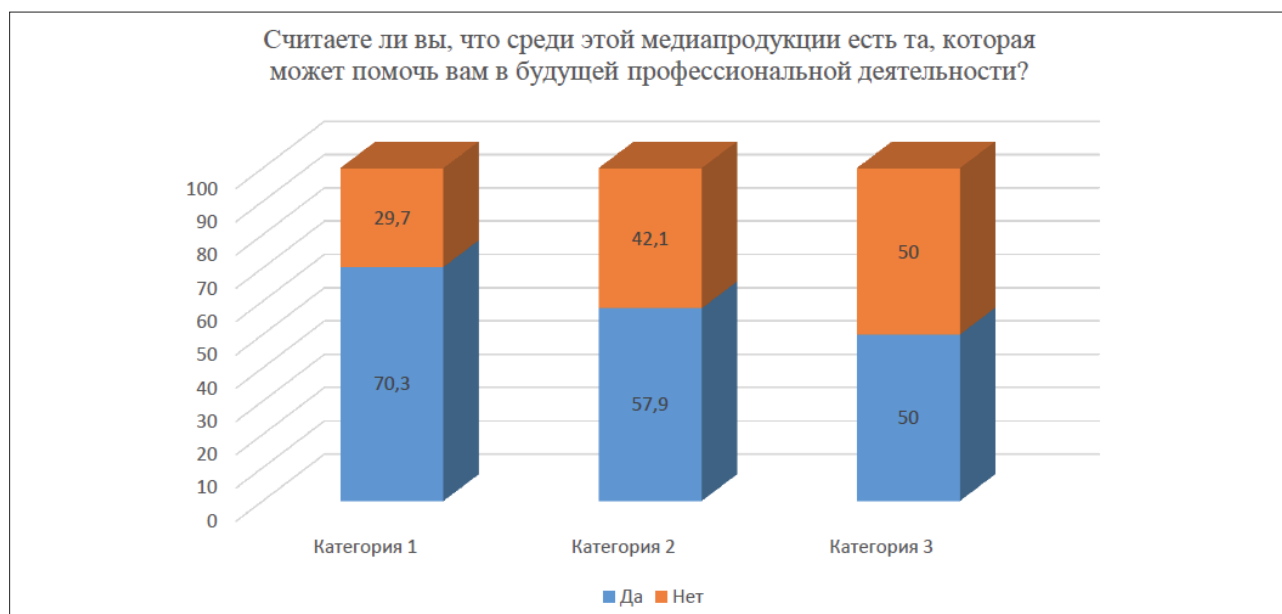


Рис. 6. Связь между просматриваемым профессионально ориентированным медиаконтентом и будущей профессиональной деятельностью респондентов

Fig. 6. The relationship between professionally oriented media content viewed and respondents' future professional activities



Рис. 7. Влияние девиантогенной медиапродукции на профессионализацию обучающихся

Fig. 7. The influence of deviant media products on the professionalisation of students

Заключение

В результате проведенного авторами эмпирического исследования было доказано, что современная медиапродукция действительно оказывает большое влияние на процессы социализации и профессионализации молодежи, формирование негативных личностных черт. Степень данного воздействия проявляется в формировании у молодого человека устойчивой медиазависимости – медиааддикции. Проведенное исследование позволило установить конкретные проявления медиааддикции: отрицание влияния медиапродукции на психику ее потребителя, отрицание проблем во взаимоотношениях с людьми, которые могут быть следствием медиазависимости, что проявилось в уходе респондентов от неудобных вопросов, касающихся пагубности просматриваемого ими медиаконтента.

Особый интерес представляет факт девиантогенного воздействия медиапродукции на процессы профессионализации обучающихся. В отношении респондентов представленного исследования данный факт можно фиксировать через оправдание заинтересованности подобной медиапродукцией интересом к отдельным аспектам противодействия преступности, необходимостью формирования профессионально важных черт характера (прежде всего стрессоустойчивости и непримиримости к преступлениям), указанием на адаптацию к возможным в будущем экстремальным ситуациям профессиональной деятельности. Тем не менее было установлено прямо противоположное влияние увлеченностью девиантогенной медиапродукцией на профессионализацию обучающихся: чем больше негативных черт личности демонстрировали наши респонденты в ходе психологического тестирования, тем в большей степени фиксировался у них скепсис в отношении будущей профессиональной деятельности, утрата интереса к ней, непонимание ее социальной значимости.

Учитывая реалии современной жизни, можно утверждать, что искоренить воздействие медиасреды на человека представляется маловероятным, поэтому стоит вести речь лишь о минимизации девиантогенного воздействия медиапродукции. Основные механизмы, ограничивающие девиантогенное воздействие медиапродукции на человека, заложены в самом медиaprостранстве. Одним из наилучших средств по противодействию девиантогенному воздействию медиапродукции на человека выступает медиаобразование. Результатом медиаобразования должно стать осознанное потребление человеком медиапродукции, направленное на становление, а не на разрушение его личности.

Авторами исследования в воспитательную работу с обучающимися успешно внедрен метод «кинолекторий». Применение данного метода в воспитательной работе с обучающимися способно раскрыть гуманистические смыслы и ценности образования, способствуя формированию высокой духовно-нравственной культуры личности, способности к анализу различных категорий философии и профессиональной этики (таких как добро и зло, свобода и ответственность, моральный выбор), сформировать умение делать собственный выбор в противовес складывающимся обстоятельствам. Данный метод воспитательной работы с обучающимися формирует эстетический вкус, креативность, восприимчивость, творческое мышление, способности нешаблонно мыслить. Правильное проведение мероприятий (с приглашенными спикерами, продуманным планом, управляемой дискуссией) будет способствовать получению обучающимися навыков социально-культурного анализа, пониманию специфики киноискусства в историко-культурном контексте, восприятию межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, а также научит обучающихся генерировать новые идеи при решении исследовательских и практических задач.

Список литературы

- Бакулев, Г. П. (2015). Проблема интернет-зависимости в свете классических теорий массовой коммуникации. *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение*, 1 (1), 21–29.
- Гребенкина, Ю. В. (2019). К вопросу о педагогической профилактике деструктивного влияния медиасреды на социальное развитие детей и молодежи. *Педагогика: вчера, сегодня, завтра*, 2 (1), 36–42.
- Дресвянников, В. Л., Чухрова, М. Г., Пронин, С. В. (2015). *Интернет-зависимость: монография*. Новосибирск: ООО «Немо Пресс».
- Жижина, М. В. (2020) Медиапсихология: новый контекст задач и направлений исследования. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание*, 12, 49–52. <https://doi.org/10.37882/2500-3682.2020.12.13>
- Книжникова, С. В. (2014). Медианасилие: «бить или не бить»? *Народное образование*, 5 (1438), 193–199.
- Ковалев, А. А. (2010). Медиареальность как феномен современной культуры. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*, 6 (38), 70–74.
- Коломиец, В. П. (2023). Медиа социология: предметное и образовательное пространство. *Коммуникации. Медиа. Дизайн*, 8 (2), 33–51.
- Криворучко, М. В. (2019). Телевизионные предпочтения как предикторы девиантного поведения в подростковом возрасте. *Вестник Омского университета. Серия «Психология»*, 1, 57–67. <https://doi.org/10.25513/2410-6364.2019.1.57-67>
- Некрасов, А. С., Некрасов, С. И., Некрасова, Н. А., Клепацкий, В. В. (2019). От «человека информационного» к «человеку цифровому». *Вестник Университета Российской академии образования*, 3, 4–10.
- Савчук, В. В. (2012). *Медиа философия. Приступ реальности*. Санкт-Петербург: Издательство РХГА.
- Смирнов, А. А. (2012). Средства массовой информации в механизме детерминации противоправного поведения. *Научный портал МВД России*, 2, 26–34.
- Федоров, А. В. (2001). *Медиа образование: история, теория и методика: монография*. Ростов-на-Дону: Издательство ЦВВР.
- Хисамутдинов, Ф. Р., Шалагин, А. Е. (2015). Криминальная субкультура и ее предупреждение. *Вестник Казанского юридического института МВД России*, 2 (20), 46–52.
- Черникова, В. Е. (2014). Конфликт традиционных моральных ценностей и ценностей информационного общества. *Вестник Адыгейского государственного университета, Серия 1: регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология*, 3 (144), 45–50.
- Шанин, С. В. (2015). Профилактика и диагностика медиазависимости обучающихся. *Вестник Белгородского института развития образования*, 2, 96–99.
- Bazalgette, C., Bevort, E., & Savino, J. (1992). *L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations*. Paris: BFI, CLEMI, UNESCO.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.
- Hart, A. (1997). Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England. In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Hartmann, F. (2000). *Medienphilosophie*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News Sharing in Social Media: The Effect of Gratifications and Prior Experience. *Computers in Human Behavior*. 28 (2), 331–339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>

- Margreiter, R. (2003). Medien/Philosophie: Ein Kippbild. In *Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). London, Sage.
- Pronina, E. E. (2014). Media psychology: Modern man and nonlocality of psyche. *Psychology in Russia: State of the Art*, 7 (4), 75–87. <https://doi.org/10.11621/pir.2014.0407>
- Winterhoff-Spurk, P. (2004). *Medienpsychologie: eine Einführung*. Stuttgart: Kohlhammer.

References

- Bakulev, G. P. (2015). Problema internet-zavisimosti v svete klassicheskikh teorij massovoy kommunikacii. *Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya. Zarubezhnoe regionovedenie. Vostokovedenie*, 1 (1), 21–29.
- Grebenkina, Yu. V. (2019). K voprosu o pedagogicheskoy profilaktike destruktivnogo vliyaniya mediasredy na social'noe razvitie detej i molodezhi. *Pedagogika: vchera, segodnya, zavtra*, 2 (1), 36–42.
- Dresvyannikov, V. L., Chuhrova, M. G., Pronin, S. V. (2015). *Internet-zavisimost': monografiya*. Novosibirsk: ООО «Nemo Press».
- Zhizhina, M. V. (2020) Mediapsihologiya: novyj kontekst zadach i napravlenij issledovaniya. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Poznanie*, 12, 49–52. <https://doi.org/10.37882/2500-3682.2020.12.13>
- Knizhnikova, S. V. (2014). Medianasilie: «bit' ili ne bit'»? *Narodnoe obrazovanie*, 5 (1438), 193–199.
- Kovalev, A. A. (2010). Mediareal'nost' kak fenomen sovremennoj kul'tury. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 6 (38), 70–74.
- Kolomic, V. P. (2023). Mediasociologiya: predmetnoe i obrazovatel'noe prostranstvo. *Kommunikacii. Media. Dizajn*, 8 (2), 33–51.
- Krivoruchko, M. V. (2019). Televizionnye predpochteniya kak prediktory deviantnogo povedeniya v podrostkovom vozraste. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psihologiya»*, 1, 57–67. <https://doi.org/10.25513/2410-6364.2019.1.57-67>
- Nekrasov, A. S., Nekrasov, S. I., Nekrasova, N. A., Klepackij, V. V. (2019). Ot «cheloveka informacionnogo» k «cheloveku cifrovomu». *Vestnik Universiteta Rossijskoj akademii obrazovaniya*, 3, 4–10.
- Savchuk, V. V. (2012). *Mediafilosofiya. Pristup real'nosti*. Saint Petersburg: Izdatel'stvo RHGA.
- Smirnov, A. A. (2012). Sredstva massovoj informacii v mekhanizme determinacii protivopravnogo povedeniya. *Nauchnyj portal MVD Rossii*, 2, 26–34.
- Fedorov, A. V. (2001). *Mediaobrazovanie: istoriya, teoriya i metodika: monografiya*. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo CVVR.
- Hisamutdinov, F. R., Shalagin, A. E. (2015). Kriminal'naya subkul'tura i ee preduprezhdenie. *Vestnik Kazanskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii*, 2 (20), 46–52.
- Chernikova, V. E. (2014). Konflikt tradicionnyh moral'nyh cennostej i cennostej informacionnogo obshchestva. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta, Seriya 1: regionovedenie: filosofiya, istoriya, sociologiya, yurisprudenciya, politologiya, kul'turologiya*, 3 (144), 45–50.
- Shanin, S. V. (2015). Profilaktika i diagnostika mediazavisimosti obuchayushchihsya. *Vestnik Belgorodskogo instituta razvitiya obrazovaniya*, 2, 96–99.
- Bazalgette, C., Bevort, E., & Savino, J. (1992). *L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations*. Paris: BFI, CLEMI, UNESCO.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.
- Hart, A. (1997). Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England. In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.

- Hartmann, F. (2000). *Medienphilosophie*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News Sharing in Social Media: The Effect of Gratifications and Prior Experience. *Computers in Human Behavior*. 28 (2), 331–339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.10.002>
- Margreiter, R. (2003). Medien/Philosophie: Ein Kippbild. In *Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). London, Sage.
- Pronina, E. E. (2014). Media psychology: Modern man and nonlocality of psyche. *Psychology in Russia: State of the Art*, 7 (4), 75–87. <https://doi.org/10.11621/pir.2014.0407>
- Winterhoff-Spurk, P. (2004). *Medienpsychologie: eine Einführung*. Stuttgart: Kohlhammer.

Информация об авторе

Олег Сергеевич Мантуров – доцент кафедры философии, психологии и гуманитарных дисциплин Уральского юридического института МВД России, кандидат философских наук.

Роман Владимирович Нелюбин – старший преподаватель кафедры тактико-специальной подготовки Уральского юридического института МВД России.

About the authors

Oleg S. Manturov – Associate Professor at the Department of Philosophy, Psychology and Humanities, Ural Law Institute of the MIA of Russia, Cand. Sci. (Philos.).

Roman V. Nelyubin – Senior Lecturer at the Department of Tactical and Special Training, Ural Law Institute of the MIA of Russia.

Вклад авторов

Авторы внесли равный вклад в разработку исследования, обработку его результатов и написание текста статьи.

Author's contribution

The authors contributed equally to the research development, results processing and writing the text of the article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

Поступила в редакцию 03.03.2025

Одобрена после рецензирования 15.09.2025

Опубликована 28.10.2025

Submitted March 03, 2025

Approved after reviewing September 15, 2025

Accepted October 28, 2025