



**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ  
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**  
Сборник научных статей

---

Current Trends of Social  
Communications:  
History and Contemporaneity  
Collected articles

**Ижевск  
2017**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science  
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
“Udmurt State University”  
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:  
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:  
History and Contemporaneity  
Collected articles



ИЖЕВСК  
Izhevsk  
2017

УДК 3:001.12  
ББК 60я43  
А 437

Журнал включен  
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:  
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

**Редакционная коллегия:** к. и. н., доцент Л. В. Баталова,  
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,  
зам. дир. по международным связям Н. А. Коконова,  
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437 Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Коконовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

**ISBN 978-5-4312-0535-4**

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12  
ББК 60я43  
А 437

**ISBN 978-5-4312-0535-4**

© Удмуртский государственный университет, 2017  
© Авторы статей, 2017  
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,  
Н. А. Коконова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

УДК316.776-053.6(045)

**Савина Валерия Витальевна**  
магистрант направления «Организация работы с молодежью» ФГБОУ ВО «УдГУ»  
Россия, г.Ижевск  
v.v.savina@mail.ru

**SavinaValeriyaV.**  
UdmurtStateUniversity  
Russia, Izhevsk

Научный руководитель  
**Стерхова Светлана Александровна**  
кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВО«УдГУ»  
Россия, г. Ижевск

**SterhovaSvetlana A.**  
UdmurtStateUniversity  
Russia, Izhevsk

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЁЖИ КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ОТ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ**

### **FEATURES OF CREATION OF MODERN MEDIA TEXTS IN INTERNET SPACE FOR YOUNG PEOPLE**

#### **Аннотация**

В статье рассматривается понятие информационной, или медиаграмотности как необходимой составляющей культуры современного человека. Также рассматривается необходимость владения медиаграмотностью специалистам по работе с молодежью для правильного воздействия и управления молодежной аудиторией. Из-за высокой роли СМИ и медиа в формировании личности, возникает проблема манипулирования сознанием, что ведет за собой негативные последствия в виде стереотипизации, примитивизма молодежи и неумения анализировать поступающую информацию. Рассмотрены приемы и стратегии манипулирования, наиболее часто встречающиеся в медиа-пространстве.

Ключевые слова: Информационная грамотность, медиаграмотность, медиаманипуляция, медиа-среда, воздействие, молодежь, молодежная аудитория, информация.

#### **Abstract**

The article discusses the concept of information, or media literacy as a necessary component of the culture of modern man. Also discusses the need for proficiency media literacy to specialists working with young people for proper influence and control of young audiences. Because of the high role of the media in the formation of personality, the problem of manipulation of consciousness that leads to negative consequences such as stereotyping, primitivism of youth and the inability to analyze the incoming information. Discusses techniques and strategies of manipulation, most often occurring in the media space.

Keywords: Information literacy, media literacy, mediamanipulation, the media environment, impact, youth, youth audience, information.

Информационная эпоха порождает свои реалии: роль СМИ и медиа в формировании культуры, грамотности человека, а также их роль в воспитании личности возрастает с каждым годом все больше

и больше. Многие исследователи, рассматривающие проблемы медиаобразования, а также различные способы внедрения информационной грамотности в медиасреду человека, говорят о том, что информаци-

онная культура, уровень владения информационной грамотностью становится уже неким критерием определения развития личности в современном обществе. «Быть медиаграмотным – это уже, можно сказать, одно из обязательных условий современного гражданского общества.» [3, с.]

Медиаграмотность, или информационная грамотность понимается как «способность индивида ориентироваться в современном медийном мире, достаточная для того чтобы получать и фильтровать информацию от любых медиаканалов, работать с медианосителями и защищать социально уязвимые группы от опасных медиа-информационных данных». Медиаграмотность выступает за то, чтобы человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа [5, с.24-25]. В ее основе лежит умение формулировать информационную потребность, запрашивать, искать, отбирать, анализировать и перерабатывать информацию, в каком бы виде она ни была представлена.

Управление информационными потоками напрямую связано с изучением и пониманием той среды и пространства, в которых они протекают. Этот процесс во многом направлен на молодежную аудиторию. В отличие от поколения старшего возраста, они обладают более высокой степенью обучаемости, а также способностями к овладению техническими средствами. В большинстве своем именно для молодежи создаются эти технические средства, а также направлены все усилия создателей различных информационных и развлекательных ресурсов.

В свою очередь, для специалиста, работающего с молодежной аудиторией, крайне важно быть медиаграмотным и «медиаподкованным», поскольку ему необходимо правильно управлять и воздействовать в положительных целях на людей, состоящих в молодежных или общественных объединениях; знать, какие технологии управления существуют и сформировать устойчивость к медиаманипуляциям. Исходя из определения, в задачи специалиста по работе с молодежью входит, помимо всего прочего, защита наиболее социально уязвимых групп от различных информационных данных, в том числе молодежь, и в особенности – студенты как особая, наиболее восприимчивая и эмоциональная категория людей. Значительная ее часть не анализирует предлагаемую или увиденную информацию - в бурном потоке непрерывной и практически бесконечной подачи информации на это просто не хватает времени, поэтому высока вероятность медиаманипулирования. Чтобы нейтрализовать негативное воздействие на сознание этой группы населения, необходимо изучить приемы и стратегии медиаманипулирования.

Рассмотрим несколько приемов с психологической точки зрения:

- Престижный эффект, заключающийся в обращении к эмоциям, связанным с удовлетворением от информации, прямо или косвенно поддерживающей цели и ценности данной социальной группы;
- Утилитарный эффект, основанный на апелляции к удовлетворенности информацией, которая необходима при решении жизненных проблем;
- Познавательный эффект основан на удовлетворении познавательного интереса;

- Эффект усиления позиций – основан на обращении к удовлетворенности информацией, которая поддерживает мнение реципиента по какому-либо спорному вопросу;

- Эмоциональный эффект основан на эмоциональной разрядке человека, потребляющего информацию;

- Эффект комфорта – основан на возникновении психологического комфорта от восприятия информации;

- Тенденциозный подбор, при котором подбираются иллюстрации с упором на «эффект драматизирующего воздействия»;

- Блистательная неопределенность – прием, вызывающий у аудитории эмоциональную реакцию, основанная на обращении к абстрактным понятиям;

- «Фургон с оркестром» - прием, который основан на закреплении успеха при помощи пропагандистских действий.

Методов манипуляции сознанием довольно много, но далее мы рассмотрим наиболее встречающиеся в медиа-пространстве:

1. Использование внушения. СМИ либо «лидер мнения» должны убедить аудиторию в собственной компетентности, войти к ней в доверие, став ее вторым я. Надо ввести публику в т. н. суггестивное состояние — в этом случае слушатель, зритель или читатель принимает все на веру, не требуя доказательств, поскольку информация исходит от достоверных, по их мнению, источников.

2. Перенос частного факта в сферу общего, в систему.

3. Использование слухов, домыслов, толкований в неясной социальной либо другой ситуации. В случае, если в какой-либо ситуации нет определенности, включается «сарафанное радио», и до ис-

тинности и коренных причин добраться все сложнее.

4. Метод под названием «нужны трупы», т. е. эмоциональное воздействие на аудиторию с помощью крови, секса, насилия, стрельбы, убийства и т. д. Попросту, эмоциональное зомбирование. Этот метод привлекает читателя, слушателя или зрителя, исходя из подсознательных характеристик: больше всего привлекают новости, в которых есть что-то вызывающее.

5. Метод «страшилок», когда аудиторию ставят перед выбором меньшего из двух зол.

6. Замалчивание одних фактов с представлением других.

7. Метод фрагментации, который заключается в том, что информационный поток разбивается на отдельные фрагменты, не связанные друг с другом, в результате чего сознанию аудитории не удастся сформировать правильной и полноценной картины. К тому же, у потребителей информации возникает неспособность сосредоточиться на чем-то одном, неспособность выделить основную мысль всего происходящего.

8. Многократные повторы, или «метод Геббельса». Используя этот метод, необходимо повторять ложь как можно чаще, чтобы публика в нее поверила. Это внушение. На этом же основана вся реклама, а заодно и многие из броских заголовков новостей.

9. Создание лжесобытий, мистификация. В этом случае создается событие, которого на самом деле не было, и оно выдается за факт.

10. Астротурфинг — использование сложного современного программного обеспечения, либо специально нанятых (оплачиваемых) пользователей для ис-

кусственного управления общественным мнением. Применяется для вытеснения мнения реальных людей на интернет-форумах, для организации поддельных кампаний в интернете, которые создают впечатление, что большое количество людей требуют чего-то конкретного, либо выступают против чего-либо.

Наиболее опасным в плане манипулирования в медиа-пространстве можно посчитать так называемый «информационный стресс» - новость или новости, имеющие негативный оттенок, которые поражают медиа-пространство и сталкивают коммуникативные потоки, несущие противоположные интерпретации одним и тем же событиям. Такие новости вызывают наибольший общественный резонанс и отклик, поэтому риск манипулирования сознанием в медиа-пространстве возрастает в разы.

Все эти стратегии и приемы имеют несколько задач по воздействию на сознание. Во-первых, это блокировка иных точек зрения, поскольку гораздо удобнее управлять людьми, придерживающимися одной позиции. Во-вторых, это «черно-белая картина мира»: условно, существует только «правильно» и «неправильно». В-третьих, это активный поиск врагов (как внешних, так и внутренних). Это делается для того, чтобы при удобном случае показать свою важность и правильность на фоне «врагов». Следующая и немаловажная задача – это формирование гиперэмоциональных полей в медиа-пространстве. В этом пространстве всегда должны быть такие темы, у которых нет определенных позиций и к которым всегда можно высказать свою точку зрения. Наконец, последнее, это достижение предельных показателей внушаемости – то, к чему и стремятся все, кто пытается манипулировать сознанием.

Большой набор данных стратегий, с помощью которых реализуется воздействие, ставит, в конкретном случае, молодежную аудиторию в положение манипулируемых. Впоследствии это проявляется в таких вещах, как примитивизм молодежи, стереотипизация поведения, принятие как нормы недостоверных и не проверенных событий и других последствий. Возникает вопрос, как можно оградить себя от негативных последствий?

Базовым и основным средством будет являться подготовленность самой аудитории. Сюда входят и общий уровень информированности, и знание законов логики, и общая культура работы с информацией. В целом – информационная грамотность. Стоит также отметить, что важной защитой от манипулятивного воздействия будет являться собственное поведение человека с информацией. Многие исследователи считают, что оно может быть оценено по нескольким параметрам.

- Контакт со средой. Благоприятно влияют на информационное поведение человека такие характеристики, как открытость, осознанность восприятия информации;

- Ценностные установки. Сюда включают привычку к анализу поступающей информации, доверие к источникам, также понимание, что достоверность информации будет увеличена, если сравнить ее с альтернативными источниками;

- Желание быть информированным, откуда и вытекают все вышеперечисленные качества.

В заключении следует отметить, что специалисту по работе с молодежью необходимо изучать и понимать особенности того социального пространства, в котором он находится. Это работа с наиболее вос-

приимчивой к поступающей информации аудиторией – молодежью. Для того чтобы предупредить и нейтрализовать негативное воздействие информации, которая протекает во всем медиа-пространстве,

необходимо для начала самому специалисту стать медиаграмотным, уметь отличать факты от навязанных мнений и видеть саму суть проблемы.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бережная В.С. Медиаграмотность как профилактика от манипулятивного воздействия СМИ // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2015. №15. Режим доступа: <http://mic.org.ru/15-nomer-2015/536-mediagramotnost-kak-profilaktika-ot-manipulyativnogo-vozdjstviya-smi>
2. Волкова В.В., Чеботарева Н.И. Развитие медиакомпетентности студентов: от теории к практике // Медиа. Информация. Коммуникация. Режим доступа: <http://mic.org.ru/12-1n-mo>
3. Михеева Г.Н. Медиаобразование: новые подходы и аудитории // Медиа. Информация. Коммуникация - 2017. № 20. Режим доступа: <http://mic.org.ru/20-nomer-2017/614-mediaobrazovanie-novye-podkhody-i-auditorii>
4. Сладкова О.Б. Использование информационного мониторинга для манипуляции общественным сознанием // Вестник МГУКИ. – 2005. – Вып. 2. – С. 127 – 136
5. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.



# СОДЕРЖАНИЕ

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

### СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. . . . . 3

*Журбина И. В.*

Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика . . . . . 4

*Рогозина Э. Р.*

Дар как коммуникация . . . . . 12

*Соловьев Г. Е.*

Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности  
социального работника . . . . . 17

*Сунцова Я. С.*

Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп . . . . . 22

*Рохина К. С.*

Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России 31

*Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.*

Комплексный подход в использовании PR-технологий  
при продвижении имиджа территории. . . . . 37

*Кузнецов К. С., Даньшина С. А.*

Особенности PR-продвижения образовательной организации  
высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО  
«Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). . . . . 43

*Фертиков Д. В., Никитина О. Н.*

Использование информационно-коммуникационных  
технологий в работе компаний туристской области . . . . . 49

*Оконникова Т. И., Поздеева А. В.*

Перспективы использования трэвел-журналистики  
в продвижении туристской дестинации . . . . . 53

### КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ . . . . . 59

*Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.*

Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика . . . . . 60

*Морозов И. В., Невзорова А. В.*

Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России . . . . . 63

*Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.*

Краеведческое издание «Кацкая летопись»  
в контексте этнографического туризма . . . . . 67

<i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i>	
Информационная безопасность в социальных сетях . . . . .	71
<i>Корзникова Н. В.</i>	
Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»). . . . .	75
<i>Васюра С. А.</i>	
Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности . . . . .	80
<i>Фефилов А. В.</i>	
Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них . . . . .	88
<i>Меншатова О. В.</i>	
Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий . . . . .	97
<i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i>	
Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете . . . . .	102
<i>Старкова Г. И.</i>	
Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет» . . . . .	112
<i>Соколова О. П.</i>	
Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека . . . . .	118
<i>Рябов М. Ю, Ишмуратов А. В.</i>	
Крезь в информационном пространстве . . . . .	122
<i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i>	
Сетевой фольклор как феномен современной культуры . . . . .	128
<i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i>	
Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района) . . . . .	134
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий. . . . .	138
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории . . . . .	143
<i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i>	
Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур . . . . .	147

<i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i>	
Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности . . . . .	152
<i>Рогозина Э. Р.</i>	
Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии . . . . .	160
<b>КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ . . . . .</b>	<b>163</b>
<i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i>	
Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки) . . . . .	164
<i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i>	
Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте . . . . .	169
<i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i>	
Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах . . . . .	173
<i>Пичугина Т. А.</i>	
роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования . . . . .	177
<i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i>	
Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни . . . . .	185
<i>Селезнёва М.В.</i>	
Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы . . . . .	189
<i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курьлев В. Л.</i>	
Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях . . . . .	194
<i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i>	
Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект . . . . .	198
<i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i>	
Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века . . . . .	204
<i>Боровикова С. Н.</i>	
Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска) . . . . .	212
<i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i>	
Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря . . . . .	216

<i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i>	
Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята») . . . . .	220
<i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i>	
Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска) . . . . .	226
<i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i>	
Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды») . . . . .	229
<i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i>	
О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков . . . . .	234
<i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i>	
Профилактическая работа с учащимися в школе . . . . .	239
<i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i>	
Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда» . . . . .	244
<b>ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ . . . . .</b>	<b>249</b>
<i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i>	
Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска . . . . .	250
<i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i>	
Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры . . . . .	254
<i>Кожевникова О. В.</i>	
Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации . . . . .	260
<i>Вьюжанина С. А.</i>	
Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы . . . . .	269
<i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i>	
Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов . . . . .	274
<i>Безносова Л. Н.</i>	
Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего» . . . . .	279

<i>Шквырина А. В.</i>	
Развитие электронного обучения в образовательной среде . . . . .	286
<i>Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.</i>	
Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв . . . . .	293
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Развитие гастрономического туризма в Удмуртии на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг» . . . . .	305
<i>Баталова Л. В., Килина С. В.</i>	
Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике . . . . .	310