

## ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОНТЕНТА НА ФОРМИРОВАНИЕ ВОЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ПРИЗЫВНИКОВ 16—18 ЛЕТ

**Введение.** Развитие информационных технологий, особенно со второй половины XX в., привело к созданию Интернета, который на настоящем этапе развития общества оказался востребован и показал способность к интеграции с жизнедеятельностью человека, способствуя множественным прогрессивным преобразованиям в информационной, социальной, политической, экономической и иных сферах. Вместе с тем повсеместное и зачастую чрезмерное применение возможностей глобальной сети обуславливает возникновение рисков, к которым современное общество оказалось не вполне готово. Среди отдельных негативных последствий влияния онлайн-ресурсов на интернет-потребителей выделяют отчуждение личности от общества, вплоть до проявления эскапизма, от традиционных общественно-культурных ценностей, морали и нравственности, формирование деструктивных моделей поведения, интернет-зависимости, клипового мышления и др.

Важное значение в современных информационных условиях приобретает проблема формирования военной направленности и готовности граждан к прохождению военной службы в Вооруженных Силах, вызванная противоречиями, возникшими при столкновении интересов государства, имеющего цель обеспечить защиту военно-политических интересов и целостность общества, с интересами призывников, подвергшихся под влиянием медиаинформации (в т. ч. из онлайн-ресурсов) приобщению к ценностям и стереотипам анти-социального деструктивного поведения [1, с. 33].

В интересах проверки (подтверждения) влияния интернет-контента на личность в 2020-2021 гг. организовано и проведено эмпирическое исследование, актуальность которого обусловлена необходимостью осуществления военной профессиональной ориентации среди призывников — выпускников учреждений общего среднего образования — в современных информационных условиях с учетом вызовов и рисков, которые этому препятствуют. Кроме того, для Вооруженных Сил Республики Беларусь теоретическое и практическое значение исследования обусловлено недостаточной научной разработанностью использования возможностей онлайн-ресурсов в качестве конструктивного инструмента воздействия на призывников с целью формирования (повышения) их военной направленности и готовности к прохождению военной службы.

Термин *военная направленность* введен автором исследования. Отталкиваясь от широкого понимания сущности *направленности* и учитывая социальную детерминированность профессиональной направленности личности, под военной направленностью понимаются соответствующие ценностным ориентациям, интересам, убеждениям, стремлениям к овладению необходимыми знаниями, умениями и навыками потребности в реализации способностей и мотивов к военно-ориентированной деятельности [1, с. 33].

**Основная часть.** Изучение влияния интернет-контента на формирование военной направленности призывников и их готовности к прохождению военной службы осуществлялось посредством формирующего эксперимента, основу которого составляет реализация модифицированной версии квазиэкспериментального плана 12 Д. Кэмпбелла [2, с. 143—146]. *Независимой переменной* в эксперименте являлось информационное воздействие посредством онлайн-ресурсов. *Зависимой переменной* — военная направленность участников эксперимента.

Приобщение призывной молодежи к Интернету, активное использование информационно-коммуникационных технологий и потребление через них информации в повседневной деятельности является важнейшим условием для организации и качественного проведения эмпирического исследования влияния интернет-контента на военную направленность призывников. В этой связи накануне проведения формирующего эксперимента организовано изучение отношения, потребностей в контенте и особенностей потребления информации, получаемой через Интернет, призывниками 16—18 лет г. Минска. Данный этап исследования назван *подготовительным*. Для его реализации привлечено 492 респондента. Выявлено, что подавляющее большинство молодых людей (98,4 %) указанного призывного возраста положительно оценивают Интернет и в определенной мере используют его возможности. 98,2 % участников исследования имеют аккаунты в социальных сетях, при этом многие молодые люди для виртуального общения зарегистрированы сразу в нескольких из них. По количеству учетных записей определены самые популярные: ВКонтакте — 94,5 %, Instagram — 70,5 %, Facebook — 40,7 %. Ежедневно используют онлайн-ресурсы 93,1 % респондентов, при этом 40,6 % — каждый час (в период бодрствования). 84,3 % респондентов указали, что их суммарное количество времени, отводимое для онлайн-коммуникаций и потребления интернет-контента, составляет от двух до свыше шести часов в сутки.

Определены основные и наиболее распространенные мотивы посещения онлайн-ресурсов: 81,7 % — проведение досуга посредством использования видео и аудио контента, 77,2 % — обеспечение учебной деятельности, 62,2 % — коммуникативная деятельность через социальные сети, 51,8 % — потребление новостной информации, 49,4 % — проведение досуга посредством участия в онлайн-игре, 39,6 % — коммуникативная деятельность вне социальных сетей.

Определены источники информации, которые среди молодежи призывного возраста при принятии решения на профессиональную ориентацию пользуются наибольшим спросом. Так, среди призывников 16—18 лет в данном направлении онлайн-ресурсы пользуются наибольшей популярностью — 82,3 %. 64,6 % респондентов в разрешении проблемы профориентации доверяют личному общению с представителями учебных заведений, организаций, ведомств, трудовых коллективов или их выступлению перед коллективом. Роль традиционных источников информации в обозначенном направлении деятельности среди молодежи занижена или игнорируется.

Оценены источники исходя из предпочтений в получении информации о порядке прохождения военной службы и профессиональной военной ориентации. Замечено, что данное направление деятельности у молодых людей 16-18 лет вызывает низкий интерес. Наибольшей популярностью в вопросах профессиональной военной ориентации или получения информации о Вооруженных Силах пользуются: отслеживание информации на новостных сайтах или интернет-форумах — 43,7 %, выступления представителей Вооруженных Сил или личное общение с ними — 38,2 %, получение информации через социальные сети — 26,2 % [1, с. 36—40].

Данные обстоятельства позволили принять решение на организацию *основного* этапа эмпирического исследования. Для его реализации привлечено 319 выпускников мужского пола из 38 коллективов XI классов 27 средних школ и гимназий г. Минска. Участники эксперимента в ходе случайного отбора, обеспечиваемого с помощью жребия и закона случайных чисел [3, с. 296], были распределены в контрольную и экспериментальную группы, которые согласно реализуемого плана привлекались к предварительному (сентябрь 2020 г.) и итоговому тестированию (апрель 2021 г.).

В период с 15 октября 2020 г. по 30 марта 2021 г. в отношении участников экспериментальной группы применялось введение независимой переменной: через созданные группы экспертного мнения в мессенджерах Viber и Telegram (рисунок 1) в условиях отсутствия обратной связи участники эксперимента потребляли целевой мотивационный интернет-контент об армии (всего в 42 регулярных случаях предоставления информации отправлено 97 ссылок с краткими комментариями к ним).



Рисунок 1 — Примеры предоставления контента через мессенджеры Viber (а) и Telegram (б) в виде отдельных скриншотов созданных групп экспертного мнения

Отношение участников эксперимента к зависимой переменной — военной направленности — исходя из диагностического инструментария и использования онлайн-ресурсов было структурно представлено исследуемыми компонентами и связанными с ней аспектами. Среди них: военно-профессиональные интересы; отношение к Вооруженным Силам; морально-психологическая готовность к прохождению срочной военной службы; обладание знаниями о порядке прохождения военной службы; способность обеспечить себя необходимой информацией о службе в Вооруженных Силах; оценка, на сколько информация через Интернет способствует формированию положительного отношения к Вооруженным Силам и высокой морально-психологической готовности к прохождению срочной военной службы; оценка возможностей Глобальной сети по обеспечению необходимой и достоверной информацией о Вооруженных Силах.

Изменения в проявлении военной направленности призывников по итогам формирующего эксперимента выявлялись посредством сравнения результатов исследования параметрическим методом с использованием *t*-критерия Стьюдента для независимых и парных (зависимых) выборок [4, с. 162—167]. Подтверждение влияния независимой переменной на зависимую — посредством применения однофакторного дисперсионного анализа.

Выявленные статистически значимые различия в результатах сравнения в проявлении военной направленности призывников в контрольной и экспериментальной группе позволили сделать вывод о существовании отдельных причинно-следственных связей между независимой и зависимой переменными [5, с. 456], т. е. формирование военной направленности призывников в современных информационных условиях действительно зависит от потребляемого интернет-контента посредством онлайн-ресурсов.

В частности, в рамках формирующего эксперимента подтверждена гипотеза о влиянии интернет-контента на формирование (повышение) военной направленности призывников 16—18 лет и их готовность к прохождению военной службы. За период потребления целевой мотивационной информации об армии посредством онлайн-ресурсов с октября 2020 г. по март 2021 г. у участников экспериментальной группы в определенной мере наблюдаются изменения во всех обозначенных компонентах военной направленности и связанных с ней аспектах (показатели, связанные с проявлением военной направленности у участников экспериментальной группы линейно возрастают). Наибольшему влиянию целевого интернет-контента подвержены военно-профессиональные интересы, имеющие непосредственное отношение к направленности личности.

**Заключение.** Исходя из полученных данных, можно заметить, что качественное решение задач по формированию (повышению) военной направленности призывников достигается путем разработки и внедрения в виртуальное пространство ряда информационных продуктов с одновременной организацией смыслового сопровождения.

Организационно необходимую деятельность в обозначенном направлении можно представить следующим образом:

- системное информационное сопровождение военно-профессиональных поводов на онлайн-ресурсах СМИ (независимо от их принадлежности), новостных сайтах, форумах, в блогах и социальных сетях;
- маркетинг в социальных сетях и Telegram-каналах, распространение мотивационного контента о службе в Вооруженных Силах с элементами фасцинации и учетом возрастных особенностей и предпочтений призывников;
- сотрудничество с блогерами, увеличение их численности за счет призывников, военнослужащих и уволенных в запас, поощрение и стимулирование их деятельности, связанной с пропагандой военной службы и передачей практического опыта.

#### Список цитируемых источников

1. *Семак, В. И.* Формирование военной направленности призывников с использованием возможностей Интернета / В. И. Семак // Журн. Белорус. гос. ун-та. Философия. Психология. — 2020. — № 1. — С. 32—43.
2. *Кэмпбелл, Д.* Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл. — СПб.: Соц.-психол. центр, 1996. — 392 с.
3. *Лапина, С. В.* Социология: учеб. пособие и практикум / С. В. Лапина. — 2-е изд., доп. — Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2001. — 352 с.
4. *Наследов, А. Д.* Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных: учеб. пособие / А. Д. Наследов. — СПб.: Речь, 2004. — 392 с.
5. *Общий психологический практикум: учебник / под ред. С. А. Капустина.* — СПб.: Питер, 2017. — 480 с.

УДК 159.944.4:616-051:616-036.21

А. С. Слесарева

Учреждение образования «Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины», Гомель, Республика Беларусь

### ДИСТРЕСС-СИМПТОМЫ У МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ В ПЕРВУЮ И ЧЕТВЁРТУЮ ВОЛНУ COVID-19

**Введение.** В условиях распространения COVID-19 национальные системы здравоохранения по всем мире испытывают серьезную нагрузку. Резкий рост числа заболевших коронавирусом выявил неготовность систем здравоохранения многих стран к работе в условиях чрезвычайной ситуации и своевременному проведению лечебных мероприятий. Большинство стран сталкивается с одинаковыми трудностями: нехваткой медицинского персонала, перегруженностью больниц, дефицитом оборудования и средств для диагностики и лечения, вынужденной приостановкой предоставления плановых услуг [1].

В некоторых странах (например, в Италии, Великобритании, Южной Корее и США) была отмечена более высокая доля тяжелых и крайне тяжелых форм заболевания, что вызвало угрозу быстрого истощения