Молодежь и СМИ.

**Майстренко Наталья Николаевна**

**Преподаватель ГККП «Актюбинского автомобильно-дорожного колледжа»**

**г. Актобе, Казахстан.**

Живя в современном мире, мы постоянно сталкиваемся со средствами массовой информации. Они настолько прочно основались в нашей повседневной жизни, что мы даже представить себе не можем своего существования без них. Для нас стало, довольно, обыденным смотреть последние новости по любимому телеканалу, узнавать счёт футбольного матча на спортивном сайте через Интернет, слушать прогноз погоды на день на волнах полюбившейся FM-радиостанции. Но какую роль СМИ занимают в жизни современного человека? Какой характер имеет влияние СМИ на образ жизни людей, на их поведенческие стереотипы, привычки и т.д.? И, вообще, существует ли это влияние?

Проблема влияния средств массовой информации на поведение молодёжи - очень актуальна в нашем современном обществе, т.к. на сегодняшний день большую часть населения составляет молодежь (более 60%), а СМИ является «четвертой властью», которая имеет огромное влияние на формирование мнения молодежи, на воспитание подростков и т.д. Молодежь - это такая социальная группа, которая по максимуму использует СМИ и жадно черпает информацию разного содержания. Потому что молодые люди очень любознательны и хотят быть в курсе всех событий, происходящих не только в их городе, но и во всём мире. Молодежь проявляет заинтересованность информацией, и это - факт. Современный подросток, молодежь оказываются включенными в новую как для него, так и для общества реальность, которую он осваивает спонтанно, часто без целенаправленной помощи наставников. Эту роль «наставников» в медиатизированном обществе берут на себя различного рода посредники в виде средств массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, интернета, мобильной связи. Они становятся сегодня для молодежи естественной средой обитания и имеют большое значение в социализации личности. Нужно сказать, что «нас» с самого начало не предостерегают от каких-либо программ или телепередач. Нынешняя молодежь настолько свободна при выборе тех или иных медиа средств (т. к. есть из чего выбирать, будь это интернет или же телерадиовещание. Средства массовой информации создают двойственное взаимоисключающее влияние на образ жизни молодого человека: с одной стороны, они выступают как фактор, стимулирующий формирование здорового образа жизни у молодежи, с другой - провоцируют развитие вредных привычек, химических зависимостей, способствуют развитию психологического дискомфорта и пр. Существует мнение, о том, что не следует преувеличивать роль СМИ в формировании образа жизни молодежи, списывая все существующие в молодежной среде проблемы на счет «тлетворного влияния запада» и коммерциализации радио, телевидения и прессы. В советские времена, когда в СМИ не было абсолютно никакой рекламы, а цензура не пропускала ничего, что могло бы отрицательно сказаться на личности или образе жизни молодого человека, в Украине имели место такие явления, как курение, пьянство, и беспорядочные половые связи. То есть не только СМИ сегодня ведут к тому, что значительная часть населения ведет нездоровый образ жизни. В тоже время роль СМИ в формировании образа жизни нельзя недооценивать.

Однако нельзя не отметить, что ведется активное финансированием программ, статей, передач, посвященных формированию здорового образа жизни молодежи.

Говоря, о характере влияния СМИ на молодежь, можно выделить два характера воздействия. Дело в том, что СМИ могут производить как позитивное, так и негативное воздействие на молодых людей. Таким образом, средства массовой информации имеет две стороны влияния, как две стороны медали. Давайте проследим характер этого влияния на примере такого СМИ, как телевидение.

СМИ (а конкретнее телевидение) влияют на формирование разных граней общественного идеала, связанных с представлениями про идеальный способ жизни, идеальный общественный строй, идеал социальной справедливости и желанные качества человека. Выходит, можно утверждать, что именно СМИ в лице телевидения, транслируют модели, стили и образцы сознания и поведения.

Врачи-гигиенисты свидетельствуют, что большинство дошкольников смотрят телевизор без правильного выбора, от 40 мин до 2 часов в день, то есть до 14 часов в неделю. Таким образом, просмотр телепередач ежедневно формирует у детей привычку проводить каждый вечер у экрана, какой бы не была передача.

Один из самых негативных последствий такого «телевизионной и компьютерной» жизни есть отставание в развитии ребенка. В последние годы родители, педагоги все чаще вспоминают об этой проблеме: дети начинают говорить позже, мало и плохо разговаривают, их словарный запас бедный и примитивный. Кажется, что ребенок сидит у экрана, постоянно слышит разговоры и занят достаточно интересным делом. Но речь – это не повторение чужих слов и их запоминание. Формирование речи в раннем возрасте происходит исключительно в живом общении, тогда, когда малыш учится общаться, при этом участвуя в разговоре своими движениями, мыслями и чувствами. Следовательно, происходит пассивное интеллектуальное, физическое и эмоциональное развитие.

Информация уже подается в готовом виде, и она не требует включения воображения и анализа. В большинстве случаев дети не хотят, чтобы им родители читали книги, они проявляют желание просматривать сказки на видео. В результате не происходит обсуждение сказки, у ребенка не развивается желание самостоятельно научиться читать. Впоследствии это очень негативно скажется при поступлении ребенка в школу.

Нельзя не забывать об особой чувственности детей и способности детской психики к внушению. Чувство страха, опасности возникают у ребенка после просмотра кадров с насилием, войны, убийством. Взрослый может не заметить изменений в поведении ребенка, но страшные образы и звуки могут волновать его в виде снов, повышении тревожности или невротических симптомов.

Практически во всех современных сериалах, фильмах и даже мультфильмах существует насилие. Термин «телевизионное насилие» давно используется в научном лексиконе и объединяет в себе демонстрацию нанесения повреждения и ущерба персонажам телевизионных программ или фильмов. Возможно, что все же теле насилие есть причина последующей агрессии. СМИ являются также источниками пошлой информации, порнографии. В телевидении транслируется множество эротических фильмов, которые развращают, опошляют современную молодежь. Страшно то, что эту пошлость, нечистоту мы видим не только по телевидению, но и в газетах, журналах, в сети Интернет - везде. И видите ли, если какой-либо видео ролик или же фильм не сопровождается какими-либо сексуальными актами, то это видео не продаваемо и не интересное.

Нужно также обратить внимание на эффект привычки агрессивного поведения. Регулярный просмотр сцен насилия притупляет эмоциональные чувства, у детей развивается жестокость. Если регулярно через определённое время на экране транслируется насилие, то через какое-то время ребенок начинает воспринимать это как должное. Некоторые психологи считают, что на этом этапе начинает формироваться сценарий агрессивного поведения. Попадая в социум, ребенок вспоминает тот способ агрессии, которую он наблюдал на экране, и начинает подражать увиденному. Наблюдения X. Хекхаузена доказали, что дети, в семье часто подвергаются насилию, любимыми передачами выбирают те, в которых присутствует насилие, а любимыми героями считают агрессивных.

В конце остановимся на влиянии рекламы на психику ребенка. У ребенка дошкольного возраста психика особенно уязвима к образам, их быстрой смене, мерцанию. Но есть и более глубинное влияние рекламы на человека. Красочность, яркость рекламы приводит к сильному перекосу в сторону товарного потребления, стимулирования не духовных, а исключительно материальных интересов. Заведующий кафедрой психоэкологии Российского университета дружбы народов, академик И.В. Смирнов рассказывает, что в ходе каждой процедуры диагностики, проводимой учёными, обязательно тестировались высшие нравственные сферы: идея Бога, идея семьи, идея Родины и ещё ряд подобных базовых идей. Результаты показали, что у людей отрицаются высшие, базисные понятия. Обесценено то, ради чего человеку имеет смысл жить. Вместо этого подставляются ценности материальные, такие как потребление, развлечение, накопление.

Величайшее изобретение человечества – глобальные компьютерные сети – также хранят в себе потенциальные угрозы. В книге «іВгаіп: Как пережить технологическое изменение мозга» её автор Гарри Смолл пишет:

«…поскольку Интернет уменьшает способность концентрироваться и созерцать, то… мышление становится отрывочным, чтение – поверхностным. Пользователи лишь по диагонали просматривают заголовки и аннотации. А зоны мозга, отвечающие за абстрактное мышление и сопереживание, практически атрофируются».

«*Интернет создаёт лишь иллюзию доступности информации и технической оснащённости*, – говорит автор монографии «Происхождение мозга» Сергей Савельев, сотрудник Научно-исследовательского института морфологии человека РАМН.

– *У так называемых «цифровых аборигенов» нагрузка на мозг непрерывно снижается. Даже от программистов сегодня не требуется того интеллектуального уровня, который был им необходим 10-15 лет назад. Они пишут программы – как складывают кубики. Интеллектуальная деградация в таких условиях гарантирована*».

Формирующаяся теле- или интернет-зависимость меняет не только способности и психологические качества, но изменяют даже мозг человека. Группа китайских ученых из Центра магниторезона

нсных исследований в г. Ухань сканировала мозг 17 взрослых людей, у которых была выявлена Интернет-зависимость. Эти результаты учёные сравнили с данными 16 здоровых людей. Исследования медиков убедительно показали, что у тех, кто проводит в Интернете много времени, быстро развивается две области головного мозга – часть, отвечающая за кратковременную память, и центр, ответственный за принятие быстрых решений. Однако те зоны мозга, которые ответственны за детальный анализ, глубокое продумывание проблемы, по существу, остаются без нагрузки.

Развитие культуры, духовности, интеллекта, науки – это вопрос будущего страны. Не может существовать государство, если не будет способствовать развитию духовности, культуры и интеллекта своих членов. Не сможет государство лишь деньгами или военной силой, тем более диктатурой власти, укрепить свои позиции в мире.

Помимо негативного влияния СМИ на молодежное поведение, можно выделить несколько позитивных моментов:

- СМИ держат молодежь в курсе всех происходящих событий, таким образом удаляя «информационный голод»:

- средства массовой информации повышают общую, в том числе и политическую культуру населения;

- служат для взаимного информирования властей и населения; - снимают социальную напряженность.

Но все выше перечисленные проблемы касаются подростков 13-15 лет, т.к. они являются всеядной телеаудиторией. В этом возрасте им все интересно, у них появляются кумиры (певцы, актеры, спортсмены), которым они подражают. Но передач, адресованных молодежи, тем, кому от 17 до 25, на TV практически нет. Этому возрасту уже не интересны сопливые «звезды» с пирсингом на пупке или поцелуйные истории «Элен и ребят». И пока еще не интересны мыльные мелодрамы, стриптиз вокруг столба и сплетни про знакомых В.Вульфа и О. Пушкиной. Криминал и чернуха отторгаются в принципе - их в реальности достаточно.

А что нужно? Действительно, а что нужно нам? Ответы на серьезные жизненные вопросы. Самая распространенная претензия (помимо, конечно, бесплодного негодования на рекламу): отсутствие познавательных программ. Устройство мира и место человека в этом мире; отношения индивидуума и коллектива; загадки и противоречия истинной любви; пути к семейному счастью и духовные горизонты несчастья - вот, что заботит нас больше всего. Нам необходимо реальное знание. А не все эти реалити-шоу типа «Дом2» или же программы на «Муз-ТВ» с денежными выигрышами, они настолько выжиты и однотипны, построены на фальши и хотят, чтобы мы поверили в это. Но, к сожалению, все эти телепрограммы также смотрят и дети, и подростки, а СМИ задают характерные для современной массовой культуры идеальные личностные образцы и нормы поведения, которые проецируются на молодежную субкультуру и тем самым присваиваются подростками, формируя их ценностные ориентации и реальное поведение. В этой связи особый интерес представляет анализ как позитивных, так и негативных моделей социального поведения, которые распространяются через каналы СМИ, поскольку это имеет прямое отношение к пониманию содержательного контекста и механизмов социализации подростков Можно проследить существенное противоречие в ценностных установках молодых людей: с одной стороны, на уровне сознания декларируется стремление к личной независимости, хорошим и стабильным межличностным отношениям, к созданию семьи и получению достойной работы; с другой стороны, по результатам факторного анализа просматривается четкая ориентация на западные стандарты жизни. Телевидение в данном контексте играет существенную роль в формировании ценностных установок молодых людей. Поскольку молодежь достаточно обособлена в культурном плане от старшего поколения, то телевидение, использующее в своих трансляциях западные передачи и фильмы, успешно продвигает западный образ жизни и восприятие мира.

Подводя итог, можно сказать что влияние СМИ и интернета на поведение молодежи существует и оно достаточно существенное. Молодежь - это такая социальная группа, которая очень сильно поддается влиянию масс-медиа. Также мы выяснили, что существует позитивное и негативное медиа воздействие на молодых людей, и все чаще сейчас говорят о негативном воздействии средств массовой информации, которое выражается в их неадекватном поведении в обществе.

Я считаю, обратившись к проблеме влияния СМИ на молодежь, социологам следует изучить способы уменьшения влияния негативной информации. Иначе у нового поколения сформируются неправильные ценностные установки и будет грустно смотреть на их образ жизни. Необходимо, по-моему, ввести цензуру на фильмы с элементами насилия и эротики, на порно-материалы в журналах, газетах, TV и т. д.

Эту проблему нужно решать, несмотря на то, что кому-то это будет не выгодно, и несмотря на то, что мы живем в демократическом обществе. Здоровый образ жизни, высокий реализованный интеллектуальный потенциал глубина доброй морали должны, в первую очередь, должны характеризовать наше молодое поколение.

Литература:

1. Жилавская И. В. Влияние СМИ на молодежь // Медиаобразование: от теории к практике / сост.

2. И.В. Жилавская. - Томск: Изд-во Томск. ин-та информационных технологий, 2007.

3. http://www.health.gov.ua/www.nsf/maindocs/homecir?

open document

4. Сафиуллин Л. К. Социология средств массовой информации.

5. Иконников-Галицкий А . Молодежь и СМИ: брак по расчету. Невское время.

6.  [org.sirius-ru.net](http://org.sirius-ru.net/articles/zdorovie/vlianie_tv_i_interneta.htm)