

Атаманчук Н. М. Влияние средств массовой коммуникации на психическое развитие личности / Н. М. Атаманчук // Политические, экономические, социокультурные аспекты регионального управления европейским севером: матер. итоговой Всероссийской науч.-теорет. конф. (с Междунар. участ.) (24-25 октября 2013 г., Сыктывкар): в 5 ч. – Сыктывкар: ГАОУ ВПО КРАГСиУ, 2013. – Ч.3. – С. 160-165.

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПСИХИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ

Сегодня, когда качество информационных технологий и их использования все больше определяют характер жизни общества, вопрос о взаимоотношении общества и средств массовой информации (далее СМИ) приобретает особое значение. Невозможно переоценить влияние СМИ на формирование личности, поскольку они превратились в необходимый элемент повседневной жизни человека.

Современный человек не представляет свою жизнь без телевидения, ИНТЕРНЕТА, рекламы. Мы воспринимаем всю информацию, которую доносят нам маркетологи, пытаюсь убедить нас в чем-то. Мы впитываем в себя все как губка подсознательно не контролируя себя.

Понятие "массовая коммуникация" возникло в начале XX века в США. Его автором является Ч. Кули.

Б. М. Фирсов считает, что массовая коммуникация – это социально обусловленный процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных норм) в обществе на количественно большие и расположены в разных местах аудитории с помощью специальных институтов, использующих для этого технические средства (радио, телевидение) [1].

Анализ литературы по данной проблеме показал, что отношение к воздействию СМК на человека всегда было неоднозначным. Одновременно с научной и познавательной информацией доминирует

объем подачи примитивной и развлекательной, что ведет к негативным последствиям. Телевидение создало такой тип образов, которые легко потребляются. Это огромный поток штампов, имеющий гипнотическое действие и формирующий суррогат мышления, ложные стереотипы поведения, тормозит творческую активность.

Вопрос о том, как СМИ влияют на развитие молодежи в последнее время привлекает многих исследователей – социологов, педагогов, психологов, врачей. Так, А. Балакирева, Н. Бутенко, А. Яременко изучали вопрос о роли СМИ в формировании здорового образа жизни, проблемы связанные с угрозой психическому здоровью личности через телевидение исследовали А. Артемонова, Л. Гвозденко, С. Кекелидзе, Н. Польша, Н. Яцковская и другие.

Актуальность исследования выбранной проблемы заключается в том, что в последнее время, СМИ выступают важнейшим и мощным стратегическим средством становления личности.

Мы поставили цель – на основе анализа научных источников выяснить роль СМИ в психическом развитии человека.

СМИ – мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации в разные уголки мира, средство влияния на эмоции человека, способное убеждать реципиента. СМИ, которыми пользуются молодые люди, создают для них специфический информационный мир. Использование различных информационных источников формирует понимание мира, определяет ценностные ориентации, стиль жизни молодого человека. СМИ контролируют всю нашу культуру.

В практике СМИ широко используются методы подсознательного воздействия, когда отношение человека к тем или иным явлениям окружающей среды формируется с помощью стереотипных представлений, внушение и т.п. Без этих воздействий на современном этапе развития общества, очевидно, не обойтись. Внушением считают

воздействие на личность, которое ведет к появлению у человека вне его воли и сознания определенных чувств, действий. Еще один способ – формирование стереотипов. Роль стереотипов заключается в том, что человек воспринимает информацию без интеллектуальных усилий, без критического анализа.

Сегодня активно применяются специальные методы укоренения в подсознании нужной информации. Пока эти воздействия имеют хаотичный и неуправляемый характер, однако, даже в этом случае, они могут вызвать значительный ущерб здоровью человека.

Безусловно, человек не является пассивным объектом воздействия СМК, но далеко не каждый взрослый способен критически воспринимать информацию, идущую из телевизора, радио, прессы, и не попасть в информационную ловушку.

Ни один из современных СМК не сравнится с телевидением относительно влияния на психическое развитие человека. Если воздействовать на подсознание человека и снять табу с некоторых морально запретных тем, то это будет иметь эффект. Эротика, ужасы, монстры, насилие, всевозможные пророки заполнили экран. Под влиянием таких сцен эмоциональная сфера человека раскачивается, отношение к действительности становится менее рациональным, растет внушаемость, психическое заражение населения. Человек становится легковверным, послушным, им легко манипулировать и управлять.

Вопрос о том, как телевидение влияет на развитие личности в последнее время привлекает многих исследователей так, в частности: Петрунько А. [2], Снигульськую В. [3], Черную Л. [4] и других.

Проследим влияние телевидения на психические процессы, состояния и свойства личности.

Память. Яркие эмоциональные образы вытесняют из памяти человека словесную информацию, которая подавалась до этого, любая последующая информация после показа впечатляющих сцен запоминается

так же хорошо, как и сами образы.

Внимание. Сильное влияние на внимание имеет телереклама. Ее разработчики могут использовать специальные психологические методы, которые усиливают у человека тревогу, актуализируют потребность быть в безопасности, вызывают эмоциональное напряжение, ощущение собственного одиночества и потребность снять это ощущение. Часто в рекламе задействованы значимые для личности аффилятивные потребности – то есть потребности быть в группе людей, в тесной и дружной компании, а также гендерные стереотипы.

Итак, реклама обладает широким спектром методов психологического воздействия на зрителей – потребителей. Реклама подталкивает человека делать преждевременные выводы и идти на необдуманные поступки.

Следует отметить, что внимание является проявлением ориентировочного рефлекса и может быть произвольным и непроизвольным. Непроизвольное внимание – естественный процесс тесно связан с инстинктом самосохранения. Для зрительных объектов стимулами активизации непроизвольного внимания являются яркость, освещенность объекта, интенсивность цвета, величина подвижность объекта.

Совсем другие механизмы задействованы при произвольном внимании. Если оно и связано с инстинктом самосохранения, то косвенно через познавательную сферу. Именно познавательную сферу, прежде всего, "обслуживает" механизм произвольного внимания. Чтобы его включить требуется предварительный мыслительный акт, акт воли и определенный энергетический ресурс нервной системы. Патология непроизвольного внимания угрожает физическому существованию человека а патология произвольного внимания вызывает нарушение познавательной сферы.

Так, в большинстве американских и японских сериалов за счет

использования высокого темпа и агрессивной цветовой гаммы идет эксплуатация непроизвольного внимания. Данный вид внимания связан с инстинктом самосохранения, а одним из вспомогательных механизмов этого инстинкта является агрессия. Непроизвольное внимание включает механизм ответной реакции на раздражитель. Перед экраном эта реакция подавляется. Выпущенный адреналин "гуляет" по организму и пытается найти себе применение. В зависимости от индивидуальных слабых мест нервной системы преимущественно повышается тревожность (страхи) или агрессивность (нарушение поведения).

Мышление. Социально-психологическими исследованиями установлена обратная зависимость между культурным уровнем человека и тем, какой способ получения информации человек предпочитает: чем выше этот уровень, тем меньше он смотрит телевизор, тем больше слушает радио и еще больше читает газеты.

Творческие способности. В психологии известны блокаторы развития творчества человека. С этой точки зрения такие характеристики телевидения, как поверхностность и упрощения информации, однобокий подход к проблеме, воспитание у зрителя пассивности, отсутствие живого разговора с ним, стереотипизации сознания, отсутствие оптимистических социальных перспектив, нагнетание негативных эмоций, которые провоцируют страхи и неуверенность в себе, привыкание к сценам насилия, являются преградами на пути развития творческого потенциала человека.

Эмоции. После просмотра жестоких фильмов у большинства людей с нормальной здоровой психикой наступает состояние так называемой "сенсбилизации", то есть повышение чувствительности к справедливости, сострадание к страданиям других. Однако если насилие видеть на экране каждый день (тем более, люди часто смотрят телевизор в расслабленном состоянии, могут при этом есть, пить), то в них за этапом сенсбилизации развивается состояние "десенсбилизации" – снижение чувствительности.

Итак, телевидение способно менять взгляды людей на мир, способствовать распространению курения, алкоголя и наркотиков.

Массовая коммуникация является одной из форм коммуникации. Это систематическое распространение специально подготовленных сообщений с применением технических средств тиражирования информации, которые имеют социальное значение и используются с целью влияния на установки, поведение, мысли и оценки людей. Массовая коммуникация значительно расширяет круг интересов людей. С одной стороны, их все больше волнуют проблемы социального характера, а с другой средства массовой коммуникации, в частности телевидение, провоцируют агрессию в поведении определенной части индивидов. Обычно зрители имитируют экранные модели поведения в повседневной межличностном общении. И если эти модели социально одобренные в обществе, то можно говорить о положительном образовательно-воспитательном аспекте массовой культуры, если же нет, то – о негативном контексте телевидения и других средств массовой коммуникации, развитие которых расширил возможности культурного обмена, что в свою очередь вызвало появление социально-психологического феномена массовой культуры.

Не имеет смысла спорить о пользе и вреде СМК. Если мы не можем отказаться от СМК, то хотя бы постараемся не превращать их в основную жизненную ценность.

Литература

1. Москаленко А. С. Массовая коммуникация / Под ред. А. С. Москаленко и др. – М.: Просвещение, 1997. – С.8.
2. Петрунько А. Агрессивное телевидение и его деструктивный потенциал / А. Петрунько // Образование и управления. – 2004. – Т.7. – № 3-4. – С.55-60.
3. Снигульська В. Телевидение. Информационный помощник или источник агрессии? / В. Снигульська // Психолог: приложение к газете "Школьный мир". – 2007. – № 40. – С.6-9.

4. Черная Л. Современное телевидение и его влияние на внутренний мир и поведение человека / Л. Черная // Психолог. – 2007. – №16 (256). – С. 22-26.