

18. Кремень, М.А. Пути эффективного руководства / М.А. Кремень. – Мн.: Беларуская навука, 2000. – 382 с.

УДК 316.774:654.1

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ НА СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

И.И. Маркова

УО "ГГТУ им. П.О. Сухого", г. Гомель, Республика Беларусь

Проблемы воздействия электронных средств массовой информации на современного человека в последнее время приобретают большое значение. С развитием информационных технологий резко возросли возможности влияния на сознание человека и манипулирования им. Визуальные системы вовлекают современного человека в миры, не только помогающие ему жить (полезная информация, помощь в снятии напряжений и стрессов, возможность реализовать свои желания и т.п.), но и разрушающие его психику. Именно в рамках визуальных систем человек получает лёгкий доступ к деструктивным для психики событиям и сюжетам.

Среди потребностей, удовлетворяемых в процессе массовой коммуникации, особо выделяются потребности в информации, аффилиации, в самоутверждении, в самореализации, в релаксации и потребность в решении конкретных практических проблем. Именно поэтому электронные СМИ, - а под ними подразумеваются телевидение и Интернет, - как никакой другой коммуникатор, оказывают воздействие на психику человека.

В середине двадцатого века началось серьёзное изучение воздействия электронных СМИ на общественную психологию. Однако большинство подобных исследований было посвящено проблемам рекламы. Поэтому проблема влияния электронных СМИ на человека применительно к современному периоду продолжает оставаться недостаточно изученной. Решение данной задачи на научном уровне имеет большое значение для совершенствования деятельности кадров государственной службы, отвечающих за работу электронных СМИ.

Общей тенденцией развития современной цивилизации является растущее влияние телевидения как наиболее привлекательного средства получения информации и относительное ослабление воздействия на современного человека печатной продукции и радиопередач. Телевидение является наиболее мощным видом СМИ, что обеспечивается возможностями современной техники, спецификой воздействия на аудиторию. Особенности воздействия этого средства информации обусловлены следующим: во-первых, телепередачи наиболее просты для восприятия; во-вторых, они создают эффект личного присутствия при событии; в-третьих, до 40% всей чувственной информации об окружающем мире и о себе человек получает с помощью зрения. Информация, получаемая зрителем, носит в значительной мере целостный, образный характер, а потому является весьма доступной.

Телевидению посвящено большинство исследований массовой коммуникации. Основной целью нашего исследования является изучение воздействия телевидения на юношескую аудиторию. Объектом исследования стали студенты ГГТУ им. П.О.Сухого и БГПУ им. М.Танка (общая выборка 500 человек).

Исследование показало, что все респонденты являются постоянными потребителями телевизионной продукции и имеют привычку ежедневного телепросмотра. Таким образом, воздействие телевидения распространяется на важную составляющую образа жизни человека, его свободное время. В распределении времени досуга значительная часть отводится телевидению. Диапазон времени, проводимого обычно у телевизора, составляет от 0,5 часа до более 4 часов в день. Больше 1/3 опрошенных (36%) отмечают, что в будний день им не удаётся смотреть телевизор столько времени, сколько бы им хотелось. Половина опрошенной аудитории замечает, что увлечение телевидением отвлекает от учебной деятельности.

Телевидение выполняет несколько функций в жизни современного человека. Исследователи выделяют позитивные функции – информационную, познавательную, просветительскую, рекреационную. Среди мотивов обращения к телевидению юношеской аудитории активно проявляются эмоциональные и информационные. Наряду с позитивными функциями телевидение может выполнять и негативную функцию, состоящую в манипулировании сознанием и поведением людей. Телевидение, влияя на сознание аудитории, тем самым воздействует и на образ жизни.

С развитием спутникового телевидения, Интернета, обладающих почти безграничным радиусом действия, расширились возможности информационной экспансии мощных корпораций ведущих стран Запада. Они непосредственно подчиняют или вовсе вытесняют национальное радио, телевидение и кинематограф и навязывают свои идеалы и социальные стандарты. Поэтому режиссёры передач, формируя новые идеалы, делают особый упор на манипулировании идеальными иллюзиями: пропаганду возможности разбогатеть, достичь неожиданного успеха. При этом в большинстве случаев стандарт благополучия – западный, т.е. недостижимый для подавляющего большинства наших людей.

Из фильмов и телепередач усваиваются определённые нравственные и психологические установки, предопределяющие взаимоотношения полов, отношение к женщине, усваиваются модели ролевого поведения. Мало того, что эти модели зачастую оказываются ложными, сама шаблонность в подобных сферах жизни человека недопустима, т.к. приводит к стандартизации личности, разрушению её индивидуальности.

В современных условиях телевидение стало инструментом культивации насилия и жестокости, проповеди потребительства, стяжательства, навязывания сексуальной распущенности. Образы насилия входят в сознание личности, что затем отражается на её поведении. Особенно опасно воздействие содержащих насилие телепередач (боевиков, детективов, триллеров, фильмов ужасов и т.п.) на формирующуюся личность. Между тем различие между взрослым и детским вещанием стало условным.

Большое количество экранного времени уделяется рекламе. Реклама существенно влияет на поведение, изменяет жизнедеятельность и образ жизни. Рекламный ролик не столько несёт в себе сведения о конкретном товаре, сколько даёт информацию о данном обществе, культуре, ценностях, идеологии, поведении.

Современный человек, проводя много времени у телеэкрана, не выдерживает больших информационных перегрузок. Длительный просмотр телепередач вызывает головную боль, бессонницу, вредно влияет на нервную систему, на зрение (отмечают респонденты). Поток информации об убийствах, террорах и других картинах ужасов не проходит бесследно для психики. Темы, превалирующие на экранах телевизоров, провоцируют развитие чувства неуверенности, тревоги, страха.

Важным моментом воздействия телевидения является её комплексный характер. Телевидение оказывает воздействие на все элементы внутренней структуры личности: влияет на формирование эмоций, настроений и чувств, через содержание информации влияет на систему ценностей. Телевидение эффективно в формировании моделей поведения, стиля и образа жизни молодёжи. Массовая культура определяющим образом влияет на культурную самоидентификацию молодёжи. Идеалом являются популярные телеведущие, кумиры шоу-бизнеса и спорта.

Особо следует обратить внимание на использование в электронных СМИ технологий виртуальной реальности (VR). Негативные социально-психологические последствия развития технологий VR заключаются в следующем. В этих системах человек может потерять ориентиры в мире, различия между реальным и иллюзорным. Многие отмечают, что пользователи VR предпочитают виртуальный мир реальному. По существу, речь идёт об информационных воздействиях, прямо угрожающих физическому и психическому здоровью человека.

Степень воздействия компьютера настолько велика, что уже появился термин "киберболезнь", которой подвержены люди, часто находящиеся в виртуальной реальности. В большей мере ей подвержены молодёжь (фактор воздействия – компьютер) и люди пожилого возраста (фактор воздействия – телевидение).

Объём и роль электронных СМИ в современном мире, влияние их на деятельность личности позволяет говорить о необходимости введения отдельной образовательной дисциплины, посвящённой изучению СМИ. Значительное место в ней должно быть уделено изучению информационных воздействий, с одной стороны, а с другой – выработке в личности определённых качеств, позволяющих противостоять информационному насилию.