

Зеленова Е.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
zelenova_ev@mail.ru*

Негативные последствия влияния СМИ на социализацию детей

Средства массовой коммуникации и информации в современном мире оказывают серьезное влияние на социализацию личности. Еще не родившись, младенец уже оказывается под их воздействием, находясь в утробе матери, слушая вместе с ней новости, сериалы и другие продукты СМИ. И весь период развития личности ребенка сопровождают массовые коммуникации. Кроме того, создатели данной продукции используют знания психологи массовых коммуникаций для повышения эффективности воздействия СМИ на аудиторию. С этой целью используются технологии, снижающие критичность мышления, интеллекта, но повышающие внушаемость, эмоциональную заражаемость. Это, в свою очередь, позволяет говорить об изучении «обратной стороны медали» - психологической безопасности СМИ для развития личности, снижение неблагоприятных последствий влияния СМИ на ребенка.

Процесс формирования личности ребенка основан на трех группах факторов:

- наследственность и физиологические особенности;
- окружающая среда влияния;
- черты и особенности характера.

Окружающая среда активно влияет на мыслительную и эмоциональную сферу ребенка, и не последнюю роль здесь играют средства массовой коммуникации. Исходя из бихевиористской парадигмы изучения СМИ используется традиционная модель «стимул — реакция», в которой в качестве стимула рассматривается убеждающее воздействие продукции СМИ, а в качестве реакции — изменение установок (установок на какое-либо поведение) аудитории, в том числе и детской. Сам процесс коммуникации выступает частным случаем научения. Так, известный американский психолог А. Бандура в 60-е годы XX века провел серию экспериментов с куклой Бобо, результаты которых показали, что дети посмотрев сюжет по телевизору, в котором взрослый человек агрессивно обращался с резиновой куклой, начинали подражать его поведению, оказавшись с ней в комнате. Причем подражание осуществлялось с большим энтузиазмом, если поведение взрослого в сюжете было вознаграждено [1].

Современные СМИ демонстрируют самые разные модели и образцы поведения, тем самым зритель, в том числе и ребенок, приобретает богатый и зачастую ненужный ему опыт. Кроме того, часто в художественных фильмах герои, являющиеся по сути ворами и мошенниками наделяются шармом, обаянием и воспринимаются как положительные герои, тем самым формируя установку на подобную модель поведения. Мейровиц и Поустмен утверждают, что в век телевидения дети социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше, чем это было несколько столетий назад. Через телевидение дети узнают о взрослом мире, который больше не является для них тайной [3].

Так же Ван Эвра считает, что процесс научения происходит более эффективно, если установки на моделируемое поведение преподносятся в развлекательных формах, а также когда дети воспринимают их содержание как реалистичное из-за неспособности «критически мыслить» во время просмотра [3]. Социализирующие эффекты особенно сильно сказываются на заядлых телезрителях, которые обладают скудной альтернативной информацией и небогатым

релевантным жизненным опытом. Так, ребенок, проводивший много времени у телеэкрана начинает воспринимать мир таким, каким он показан в потребляемых им продуктах СМИ. В зависимости от направленности его интересов мир может быть агрессивным (при любви к боевикам), несерьезным (предпочтения отдаются комедиям) и т.д. Тем самым у ребенка формируется такая картина мира, какую предлагает телевидение.

Кроме того, граница между реальным и вымышленным (виртуальным) миром у ребенка размыта или еще не сформирована. Оказавшись в мире миражей и «кривых зеркал» экрана, ребенок учится жить, принимать решения по тем скриптам и исходя из тех аттитюдов, которые формируют СМИ. Известно, что каждый телеканал имеет формат вещания, то есть зрителям предлагаются та продукция, которая определяется политикой канала и направлена на его целевую аудиторию. Финансовое благополучие того или иного канала напрямую зависит от востребованности его передач у зрителей. Сверх задача состоит в привлечении как можно большего внимания зрителей, а для этого используются самые простые основные инстинкты человека — инстинкт размножения и самосохранения. В связи с этим продукция СМИ создается с большим количеством сексуальных и сцен насилия. Потоки крови, обнаженные тела завораживают зрителя независимо от его желания или нежелания это видеть, так как отключает когнитивную функцию мозга и включает биологические процессы основанные на инстинктах. Эмоции, вызывающие такие сцены, приводят к стрессовым состояниям и ответной морфинной реакции организма. Чтобы защититься от стресса организм повышает порог восприятия и перераспределяет информацию таким образом, что количество осознаваемой информации уменьшается, а не осознаваемой увеличивается [2, с. 178], то есть уходит в подсознание и выходит оттуда тогда, когда человек оказывается перед выбором, в том числе нравственным.

Вместе с этим телевидение, все с той же целью - завладеть и удержать внимание зрителей, широко использует суггестивные технологии, т.е. воздействие на психику на уровне подсознания, минуя сознательное и критичное восприятие информации. Так, подпороговое воздействие при помощи 25 кадра, сублимированных образов, а также введение в легкий транс при помощи использования специальных звуков или гиперстимулирующего видеоряда, широко используется рекламой. Нейролингвистическое программирование, манипулирование основными инстинктами, использование архетипов часто применяется в пропаганде чего- или кого-либо.

К сожалению, многие взрослые, приходя домой, включают телевизор для фона, не слушая и не глядя в экран. Но если в доме есть дети, они вольно или невольно впитывают льющие потоки негативной, ненужной им информации, она откладывается у них на подсознании, так как сознание не может справиться с ней, тем самым участвуя в формировании картины мира. Во многих семьях принято смотреть телевизор во время обеда или ужина, тем самым дети вовлекаются в просмотр взрослых передач или фильмов, усваивая раньше времени модели взрослого поведения, что неблагоприятно влияет на их акселерацию.

Перенос вымысел экрана в реальную жизнь дети стараются подражать тем или иным героям, компенсируя несформированность некоторых качеств, так отсутствие смелости заменяется агрессией, доброта — хамством и т.д. Кроме того, большое количество сцен насилия формирует у детей страхи, приводящие к неврозам, приступам немотивированной агрессии. Страхи включают защитную функцию организма и притупляют чувствительность. Эмоциональное отупление — защитная реакция психики: если ребенок ежедневно видит реки крови, трупы и прочие реалии жизни телегероев, то его перестают трогать обыденные жизненные неприятности и несчастья. Он становится равнодушным к проблемам и страданиям близких [2, с.179].

СМИ, в первую очередь телевидение, выполняет следующие основные функции: информирующая, воспитательная, социализирующая, развлекательная, интегрирующая.

Проводимые исследования каналов показал, что многие из них дисфункциональны, работающие неадекватно по отношению к аудитории, особенно детям и подросткам, которые являются самой внушаемой ее частью. Вместо воспитания подрастающего поколения происходит уход его от реальности, формируя картину мира, основанной на свободе, получения удовольствия от жизни всеми возможными способами. Экран формирует «героя нашего времени» - успешного, богатого потребителя. Материальные ценности лежат в основе современного мировоззрения. Дети, вырастая, понимают, что главное в жизни — деньги, на которые можно купить «благополучную», «красивую» жизнь.

Опираясь на результаты многочисленных исследований и собственный жизненный опыт, можно смело сделать вывод о том, что современные СМИ, в частности телевидение, негативно влияют на психологическую безопасность реципиентов, особенно детей. Критическое отношение к их продукции, дозированное использование и насыщенная событиями реальная жизнь позволит снизить негативные последствия. Формирование у детей традиционных ценностей личным примером и образом жизни родителей убережет их от искаженной реальности, навязанной телевидением.

Литература

1. Бандура Альберт. Теория социального научения. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://profilib.com/chtenie/108503/albert-bandura-teoriya-sotsialnogo-naucheniya.php> (дата обращения 01.07.17 г.).
2. Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание //Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. №3 (13), с. 176-183.
3. Харрис Ричард. Психология массовых коммуникаций. Секреты воздействия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://profilib.com/chtenie/136245/richard-kharris-psikhologiya-massovykh-kommunikatsiy.php> (дата обращения 01.07.17 г.).