НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ СМИ НА СОЗНАНИЕ ЛИЧНОСТИ

NEGATIVE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE CONSCIOUSNESS OF THE INDIVIDUAL

УДК 159.99

Ятманов В.А., кандидат педагогических наук, доцент Доцент кафедры «Педагогика и Социальная работа» Ульяновский Государственный Педагогический университет имени И.Н Ульянова Россия, г. Ульяновск

Карпеева Я.М., студент 3 курс, факультет «Педагогики и психологии», Ульяновский Государственный Педагогический университет имени И.Н Ульянова Россия, г. Ульяновск

Муртазина Р.Р., студент 3 курс, факультет «Педагогики и психологии», Ульяновский Государственный Педагогический университет имени И.Н Ульянова Россия, г. Ульяновск

Yatmanov V. A., kidoftom000@gmail.com
Karpeeva Ya. M., kidoftom000@gmail.com
Murtazina R. R., kidoftom000@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматривается негативное влияние средств массовой информации на сознание человека. В статье представлены понятия таких методов воздействия СМИ как «внушение» и «убеждение», описаны проблемы социализации личности, причинами которых являются средства массовой информации.

Так же приведены результаты научных исследований воздействия телевизионного насилия на сознание человека.

Annotation

This article examines the negative impact of mass media on human consciousness. The article presents the concepts of such methods of media influence as "suggestion" and "persuasion", describes the problems of socialization of the individual, the causes of which are the mass media. The results of scientific research on the impact of television violence on human consciousness are also presented.

Ключевые слова: СМИ, сознание, личность, влияние, внушение, убеждение.

Keywords: mass media, consciousness, personality, influence, suggestion, persuasion.

За последнее десятилетие люди стали сильно зависеть от СМИ, чтобы получать информацию о том, что происходит в окружающем их мире. Технологический прогресс облегчил эффективное и недорогостоящее распространение информации.

Однако в результате преимуществ, полученных от всех этих достижений, люди не осознают его вредного воздействия на сегодняшнюю молодежь. Пристрастие индивида к СМИ приводит к социальным, психическим проблемам и проблемам со здоровьем.

Люди довольно легко впадают в зависимость от информации из СМИ. Эта зависимость приводит к тому, что они не могут вести достойную социальную жизнь, поскольку они проводят больше времени, используя различные типы средств массовой информации, а не взаимодействуя с окружающими их людьми.

Уровень зависимости индивидов от СМИ и интенсивность медиавоздействия тесно связаны со стабильностью или нестабильностью общества и степенью социальной важности, которая придается массмедиа как источнику информации.

Существует два основных метода формирования и изменения установок в сознании человека при помощи СМИ - убеждение и внушение.

Убеждение - метод аргументированного воздействия на сознание личности. В целях убеждения СМИ осуществляют самостоятельный отбор и формирование распространяемых в обществе сведений. От того, какую информацию получают люди, во многом зависят их последующие действия.

Более эффективное влияние на массы по сравнению с убеждением оказывает метод эмоционального воздействия, т.е. внушение. Внушением называют вид психического воздействия, словесного или образного, вызывающего некритическое восприятие и усвоение какой-либо информации. В результате у человека могут быть сформированы представления, полностью не соответствующие действительности или частично искаженные, могут возникнуть побуждения к действию без оценки их мотивации и цели.

Популярное мнение о влиянии средств массовой информации заключается в том, что они приносят больше вреда, чем пользы. Рассмотрим некоторые негативные последствия социальных сетей:

- наиболее известным недостатком СМИ является вызываемая ими зависимость. Постоянная проверка новостных лент различных социальных сетей становится привычкой. Эксперты считают, что некоторые функции, такие как «лайки» и «акции», активируют центр вознаграждения в мозге. Эта схема вознаграждения очень чувствительна в подростковом возрасте и может частично объяснить, почему подростки больше любят социальные сети, чем взрослые.
- люди, привыкшие к социальным сетям, каждый день тратят часы, смотрят видео, фотографии и другой контент, размещенный в аккаунтах, за которыми они наблюдают. Эта зависимость нарушает другие виды деятельности, такие как учеба, спорт. В итоге они тратят значительное количество времени каждый день, что приводит к плохим оценкам в школе, трудностям в рабочей деятельности.
- психологи отмечают негативное влияние социальных сетей на психическое здоровье людей. Один из выводов свидетельствует о том, что дети, которые проводят в социальных сетях более трех часов в день, в два

раза чаще страдают от плохого психологического самочувствия. Их погружение в виртуальный мир задерживает их эмоциональное и социальное развитие.

- отношения на экране заменяют реальные жизненные взаимоотношения и социальные навыки у детей и подростков. Это происходит потому, что дети растут в такой обстановке, которая не предоставляет возможность изучения невербальных сигналов и мимики окружающих людей. Социальное взаимодействие имеет решающее значение для развития навыков, необходимых для понимания настроений и эмоций других людей. Следовательно, дети, растущие, взаимодействуя в основном с социальными сетями, могут иметь трудности при взаимодействии в реальных жизненных условиях.

Ученые различают три уровня возможного воздействия СМИ, а именно телевизионного насилия. Эти уровни — поведенческий, аффективный (эмоциональный) и когнитивный — относятся к разным видам проявлений воздействия сцен насилия.

Результаты исследований свидетельствуют, что при регулярном просмотре сцен насилия зрители становятся все менее восприимчивы к жестокости на экране и с большей готовностью принимают насилие в реальной жизни.

Изучению этого эффекта были посвящены всего несколько исследований, но данные двух лабораторных исследований стали достаточным доказательством, чтобы внушить доверие к данной гипотезе.

В ходе одного из экспериментов ученые выяснили, что дети, которым показывали сцены насилия, менее склонны обращаться за помощью к взрослым, становясь свидетелями драки между другими детьми (Drabman & Thomas, 1974; Thomas, Horton, Lippincott & Drabman, 1977).

Другие ученые обнаружили, что дети, которые смотрели телевизор 25 и больше часов в неделю, испытывали меньшее физиологическое возбуждение при просмотре сцен насилия, чем те дети, которые смотрели телевизор менее четырех часов в неделю (Clim, Croft & Courrier, 1973).

Исследования свидетельствуют, что каждый человек, независимо от возраста, эмоционально реагирует на медианасилие.

Исследователи изучали реакцию зрителей на телепрограммы, содержащие сцены различного рода насилия, от нанесения телесных повреждений до угроз нанесения таковых. Эмоциональные проявления воздействия подобных сцен могут следовать незамедлительно (испуг, беспокойство) либо продолжаться довольно долгое время (устойчивый страх, опасение стать жертвой преступления).

Существует множество факторов, понижающих интенсивность воздействия телевизионных образов на мировосприятие зрителей. Б. Гантер (Gunter, 1987) определил четыре основных категории этих факторов, которые он назвал уровнями суждения: специфика передачи; ее восприятие зрителем и интерпретация; личное отношение индивида к насилию; специфика ситуациир.

В данной статье были рассмотрены психологические аспекты влияния средств массовой информации на сознание людей, их поведение. Выполненная работа показала, что СМИ стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир человека.

Влияние СМИ на индивида неизбежно. Тем не менее, рациональный и критический анализ его недостатков может помочь смягчить его последствия. Лучший подход - вооружить людей такими инструментами, как осведомленность и анализ.

В целом можно сделать вывод, что проблема негативного влияния средств массовой информации во всем многообразии проявлений, одна из наиболее важных проблем современного общества, всестороннее изучение которой является, безусловно, актуальным не только с научной точки зрения, но и с точки зрения социальной значимости.

Используемые источники:

1. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. : пер. с англ. – М.: Вильяме, 2004. — 432 с.

2. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 299 с.
3. Левченко А. Е. Формы и методы воздействия СМИ на общественное сознание // Пресс — служба. — 2005. — № 9
4. Ступницкий В.П. Психология: Учебник для бакалавров / В.П. Ступницкий, О.И. Щербаков, В.Е. Степанов. – М.: Дашков и К, 2018. – 517 с.
5. Щерковин Ю.А. Убеждение и внушение в массовых информационных процессах // Политическая психология: хрестоматия / Сост. Е.Б. Шестопал. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 86 с.

Sources used:

1. Bryant J., Thompson S. Fundamentals of the impact of the media.: trans. from English-M.: Williams, 2004 — - 432 p.
2. Evgenieva T. V., Selezneva A.V. Psychology of mass political communication. 2nd ed., ispr. and add. - M.: Yurayt, 2017. - 299 p.
3. Levchenko A. E. Forms and methods of mass media influence on public consciousness. — 2005. — № 9
4. Stupnitsky V. P. Psychology: Textbook for bachelors / V. P. Stupnitsky, O. I. Shcherbakov, V. E. Stepanov. - M.: Dashkov i K, 2018. - 517 p.
5. Shcherkovin Yu. A. Persuasion and suggestion in mass information processes / / Politicheskaya psikhologiya: chrestomatiya / Comp. E. B. Shestopal. - M.: Aspect Press, 2007. - 86 p.