

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ЦЕННОСТНОЙ СИСТЕМЫ ЛИЧНОСТИ

Овакимян М.Г. ©

Аспирант АГПУ им. Х. Абовяна, журналист в газете «Азг», организатор мероприятий в Армянской государственной филармонии

Аннотация

В статье рассмотрено влияние СМИ на формирование общественного мнения, в частности роль телевидения в формировании системы ценности у растущего поколения.

Ключевые слова: масс-медиа, общественное мнение, система ценностей, социопсихологический, система функций.

Keywords: mass media, public opinion, value system, socio-psychological, system of functions.

Средства массовой информации своими разновидностями сегодня ворвались в нашу жизнь и стали неотъемлемой частью нашей жизненной рутины. Невозможно воздержаться от телевидения, газет, журналов, фильмов, радио и интернета, следовательно, можно сделать вывод, что информационные потоки заняли все слои общества.

В наши дни заметно стало резкое увеличение роли информационной сферы и постепенный переход к качественно новому типу общества, который принято называть информационным обществом. То обстоятельство, что за последние три десятилетия было произведено больше информации, чем за предыдущие пять тысяч лет, доказывает вышесказанное. Как замечает известный украинский ученый, специалист по вопросам информационно-психологического конфликта, Г.Г. Почепцов, только один выпуск «The New York Times» содержит больше информации, чем смог получить средний житель Англии 17 века за всю свою жизнь[3].

Как и во все времена, так и в наши дни главная задача средств массовой информации - остается информированность общества.

Связи и взаимодействия между обществом и средствами массовой информации - многослойные и многогранные с философскими, социально-педагогическими, культурными и другими базисами. С ними связана система функций средств массовой информации, которая всегда была и останется предметом разных исследований. В целом у СМИ широкие функции воздействия на человека. К ним относятся социализация или десоциализация, формирование общественного мнения, распространение и сохранение культуры, обеспечение социальной активности развлечения.

Средства массовой информации, будучи соединительным звеном между властью, экономическими и общественными структурами и обществом, выполняют различные функции, основным и важнейшим из которых является формирование общественного мнения. Общественное мнение, конечно, формируется по-разному. В этом процессе важны факторы воздействия человеческого бытия, сознания, собственного опыта и окружающего мира. Средства массовой информации, имея широкую аудиторию, затрагивают вопросы общественного интереса, предоставляет анализы и комментарии, обеспечивая изменение или развитие общественного мнения.

Конституция Республики Армения гарантирует свободу СМИ, а также свободу искать, получать и распространять информацию и идеи.

Именно от полного осуществления свободы зависит возможность реализовать «безвредный продукт» информационных средств, который не содержит искусственно вложенные элементы негативного воздействия на душевное состояние и поведение

потребителей. Также свободой и независимостью СМИ, осознанием ответственности за реализацию общественного контроля над развитием общества, демократическими ценностями, другими ветвями власти обусловлен потенциал прогресса каждого государства и общества.

Однако общество тоже должно быть готовым ценить средства массовой информации, обеспечивающие защиту своих интересов, свое развитие и прогресс, иначе четвертая власть легко сливается с первыми тремя властями, обрекая общество на деградацию, а государство на диктатуру.

Пожалуй, уместно упоминать слова издателя газеты The New York Times, 'Мы, журналисты, говорим публике, куда прыгнула кошка. Дальше публика уже сама занимается кошкой.' [2, с.633.]

Человек, как социальное существо, с первых лет своей жизни появляется на информационном поле, где устанавливает контакты через общение. Возникает взаимодействие между информационной средой и структурой ценностных ориентаций подрастающего поколения. Эта связь между средой и субъектом имеет противоречивый характер, так как у составляющих частей сложная структура. С одной стороны, они учатся использовать насилие, с другой стороны, с помощью образовательных, компьютерных игр и программ, формируется и развивается мировоззрение, открывая новые горизонты жизни.

Говорят, дети больше похожи на эпоху, в которой живут, чем на своих родителей, поэтому вопрос влияния средств массовой информации и насилия, исходящая от этого влияния, в развитых западных странах уже давно стоит на государственной повестке дня.

Например, мультфильмы для детей, которые пользуются большой популярностью и показывают по телевизору каждый день, вынуждают детей каждые две минуты увидеть сцены насилия. Оказывается, после окончания школы дети становятся свидетелями в среднем 18 000 телевизионных убийств.

В этом возрасте ребенок не понимает, что герои пытаются добиться справедливости через борьбу и агрессию, ценностная система детей еще не развилась настолько, чтобы феномен, который показывают по телевизору, воспринимать в соответствии с идеологической значимостью материала: в их подсознании просто очень хорошо отражаются действия, вызывающие агрессию.

В свете вышеизложенного становится ясно, насколько важно понимать и контролировать то, что сегодня смотрят наши дети и осознать какие последствия могут быть.

Контроль СМИ вовсе не значит, что нужно управлять СМИ искусственно, то есть запретить детям получать определенную информацию, а наоборот нужно прививать интерес к чтению, газетам, телепередачам с глубоким воспитательным воздействием, которые способствуют формированию вкуса, социальной позиции и культуры личности.

Средства массовой информации оказывают огромное влияние, особенно в подростковом возрасте, когда ребенок выходит за пределы семьи и школы, расширяя сферу общения и сотрудничества. На ребенка оказывают большое влияние его семья, школа, сверстники и взрослые, а также средства массовой информации, но, в отличие от предыдущих, влияние СМИ неуправляемое, но здесь тоже можно управлять образовательным воздействием.

Особенно молодое поколение более уязвимо к негативным воздействиям информационных потоков, поскольку они находятся на стадии формирования индивидуальности, собственного мировоззрения и определенной шкалы ценностей.

Однако нецелесообразно судить о резком увеличении объемов современных информационных потоков только с точки зрения их негативного воздействия. Эти потоки содержат информацию, то, от чего долгие годы были лишены поколения наших соотечественников, которые жили в советские времена.

Средствами массовой информации в основном пользуется наиболее активная часть общества- молодежь: с точки зрения социально-психологической характеристики именно молодежь наиболее уязвима к воздействиям информационных потоков и как правило

выступает в качестве основной цели к которой направлен весь потенциал информационно-психологического воздействия.

Принимая во внимание разнообразие средств массовой информации, мы сочли необходимым остановиться на вопросе телевидения, на самой актуальной и с точки зрения воздействия самой распространённой сфере.

В изучении возможностей телевизионного воздействия ведущую позицию занимает США, на долю которого приходится 65 процентов изучений этой сферы. На телевизионных каналах США работают около 5000 психологов, которые предоставляют профессиональные консультации по повышению популярности телевидения, исследованию аудиторий, формированию имиджа ведущих, усилению воздействия и т. д.

По мнению медиа комментатора М. Маклюэна, телевидение влияет независимо от его содержания. "Очень сложно рассчитать влияние средств массовой информации, в основном влияние телевидения, так как оно влияет на все сферы нашей жизни- личной, социальной и политической. [3]

Освоение или неосвоение возможностей и методов психологического воздействия через телевидение касается национальной безопасности и автономии государств.

Очевидно, что эфирное время телекомпаний заполнено телесериалами, которым как телевизионного жанра придают большое значение во всем мире. На местных телеканалах тоже сериалы считаются самыми популярными передачами. В связи с этим вполне логично, что у последних широкий диапазон воздействий.

А какие сериалы мы смотрим сегодня? С неинтересными и ведущими к отупению сюжетами, непонятными проявлениями агрессивного поведения, жаргонной лексикой и т.д. Независимо от нашей воли и желаний, эти искажающие факторы запечатлеваются в сознании и подсознании подростков и молодежи, влияя на менталитет, мировоззрение, интересы, манеры и, в конечном счете, на образ жизни.

Конечно, было бы неправильно рассматривать производство сериалов только с отрицательной точки зрения, потому что самое сложное - начало производства сериалов уже поставлено, а для повышения их качества требуется время. В эпоху технократии информация потребляется в огромном объеме без каких-либо внешних или внутренних препятствий. Если у старшего поколения уже есть так называемая внутренняя цензура, которая сформировалась в течение жизни, у подрастающего поколения она отсутствует.

В качестве заключения, стоит упомянуть слова Ричарда Кларка, который ещё в 2000 году выступая перед 2000 крупнейшими компаниями- разработчиками программного обеспечения, отметил, что если США начнет войну в будущем, то движение войск, полет самолетов, маршруты поставок возможно бомбардировать не ракетами, бомбами или пулями, а байтами.

Все это еще раз доказывает важность и широкий спектр возможностей влияние средств массовой информации.

Следовательно, сегодня должны быть такие источники информации, которые удовлетворят потребности молодых людей в получении духовной пищи, они смогут прививать вкус, развивать внутреннюю культуру и, конечно же, внедрить моральные ценности.

Литература

1. Миракян В. «Возможности воздействия СМИ» авторская публикация, 2010 г. С. 53
2. Душенко К. Универсальный цитатник политика и журналиста, Москва, 2004 г. С.633
3. Почепцов Г.Г. Психологические войны, Киев-Москва 2002 г. С. 12