

Современные методы воздействия СМИ на массовое сознание молодежи

Лобырев Владислав Витальевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: vlobyrev@bk.ru

В условиях активно развивающегося процесса мировой глобализации, охватывающей не только экономику, но и духовную сферу, все большее влияние на современную молодёжь начинают оказывать средства массовой информации. Сложно переоценить роль и значение СМИ в созидании ценностного поля современного общества: именно они формируют вкусовые и модные предпочтения абсолютного большинства средне-статистических граждан. А. Моль пишет о СМИ: «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы из общей массы культурных явлений и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую, поляризуют, таким образом, все поле культуры. То, что не попало в каналы массовой коммуникации, в наше время почти не оказывает влияния на развитие общества». Массовая культура задаёт определённые стереотипы поведения, формирует ценностные ориентации, организует повседневную жизнедеятельность индивидов.

Нынешняя молодежь живет в медиа пространстве, которое составляет её новую среду обитания, реальность современной культуры. Средства массовой информации, новые технологии - (мультимедиа, аудиовизуальные средства коммуникации) проникли во все сферы жизни. Медиа стали основным средством производства современной культуры, а не только передаточным механизмом. СМИ явно или латентным образом навязывают молодым людям представление о «модном» образе и стиле жизни. Молодёжь, находящаяся в рамках процесса социализации, адаптирующаяся к условиям жизни в обществе, становится основным объектом имиджевого рекламного прессинга. Информационная открытость, широкое распространение массовой культуры и неподконтрольность СМИ государству – факторы, создающие почву для манипулятивного воздействия на сознание российской молодёжи. Ценности молодых людей, будучи высшими принципами, на основании которых обеспечивается согласие, как в малых общественных группах, так и в обществе в целом, подвергаясь давлению и трансформации со стороны СМИ, к тому же имеющие частичную западную направленность, способствуют деформации государственной системы. Во всемирном масштабе происходит не утверждение западных ценностей (свободы, равенства, достоинства личности, представительной демократии) в их собственном смысле, а распространение установок меркантильно-гедонистического сознания, которое разрушает механизм естественного воспроизводства традиционных ценностей российской культуры. Такая позиция СМИ нарушает процесс социальной преемственности поколений, способствует разрушению позитивных социальных установок, ориентаций, отношений.

Среди методов воздействия на молодежную аудиторию следует выделить следующие: оперирование информацией и фальсификация реальности; имидж и стереотип;

мифы, мифологическое позиционирование; половая стимуляция; обыгрывание чувств; юмор; рекомендации знаменитостей и экспертов.

Литература

1. Зелинский С. А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задействования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход. СПб. Скифия. 2008.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляций. Феномены, механизмы, защита.-М., 1996.
3. Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973, с. 82
4. Липпман У. Общественное мнение /пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
5. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М.: Алгоритм, 2004, с. 528