

Роль СМИ в формировании сознания молодежи.

Латыпова Лилия Анваровна

Студент

Российский государственный социальный университет, Факультет социальной работы, педагогики и ювенологии, Москва, Россия

E-mail: Lili107@mail.ru

Личностное развитие человека происходит на протяжении всей жизни. Явные признаки коммуникативных черт характера проявляются к 4-5 годам, когда ребенок начинает принимать активное участие в групповых ролевых играх. В более сознательном возрасте, у ребенка начинает формироваться своя точка зрения, складываться определенная жизненная позиция.

На данном этапе развития общества, средства массовой информации играют одну из ведущих ролей не только в жизни, но и в формировании общественного мнения, сознания личности. СМИ влияют на модели культуры, модели поведения, отношения общественности к тем или иным событиям в социуме.

Некоторые ученые говорят о современности как об эпохе «медиакратии», власти средств массовой информации. Информационная революция превратила средства массовой информации в виртуальную «четвертую» ветвь власти, влияние которой на общество и личность часто оказывается несравненно большим, чем влияние других социальных институтов. Власть СМИ распространяется практически на все сферы общества в большей или меньшей степени. Наиболее ярко это проявляется в политической и социальной сферах, а также в сфере духовной жизни, и даже личная жизнь человека не остается без внимания СМИ. Революция в области коммуникаций и информации предопределила смену мировоззрения. СМИ не только отражают действительность, но и интерпретируют, и конструируют ее согласно своим интересам или интересам группы лиц, ее контролирующей — «медиакратов».[1]

Массовая информация по своей сути — информация социальная. Она имеет широкую аудиторию, рассредоточенную во времени и пространстве, и распространяется с помощью технических средств. Массовая информация отражает общественные процессы и имеет свою цель — управление обществом или его подсистемами через управление людьми. Массовые коммуникации в силу своей всеобщности и всеохватности способны формировать облик каждого нового поколения.[2]

Неотъемлемой частью жизни любого подростка становятся различные виды коммуникации. Среди которых особую популярность вызывает интернет. В случае, игнорирования или неприятия современных коммуникаций (СМИ), человек рискует быть непонятым и отвергнутым современным обществом. Зачастую, получая множества потока информации из СМИ, подросток не в состоянии сформировать свое отношение и мнение к окружающей действительности.

В настоящее время на ряде каналов наблюдается тенденция показа программ криминального характера. Все это, так или иначе, откладывается на сознании подростка. Что впоследствии, вызывает эмоциональные потрясения и страхи. Многократное повторение агрессивных рекламных роликов создает устойчивое ментальное клише, которое,

по мнению некоторых зарубежных авторов, могут неосознанно воспроизводиться в реальной жизни.

Говоря о СМИ, нельзя не затронуть рекламу, которая тоже влияет на сознание человека, когда сам человек об этом может и не догадываться. Если рассмотреть социальную рекламу, направленную на решение различных социальных проблем, можно сказать что молодежь, является одним из ведущих её объектов. Здесь нужно отметить, что зачастую рекламные плакаты, пестрящие громкими названиями и призывами о вреде курения, алкоголизма, наркомании совершают обратное действие. И вместо отказа от курения мы получаем «антирекламу», таким образом, популяризируя различные виды девиации среди молодежи.

В последнее время все чаще слышатся разговоры о возрастании влияния СМИ не только на поведение, но и на сознание, на психику. Для многих людей подрастающего, развивающегося поколения, детей интернета, выросших на мультиках и компьютерных играх происходит подмена реально существующей действительности на виртуальную.

Молодые люди отдают много сил учебе, работе поэтому, придя домой, он, несомненно, стремится расслабиться и отдохнуть. Следует упомянуть, в каком психическом состоянии человек усаживается перед телевизором, компьютер или за газету или журнал - расслабленным, готовым к приему информации. Но информация, к сожалению не всегда позитивна. Все что в этот момент поглощает сознание человека записывается на подкорку и становится практически своей мыслью. В дальнейшем, эта информация может во многом повлиять на поведение человека дома, в обществ, на работе. А подобное поведение, стереотип которого получен в крайне уязвимом состоянии психики не всегда является правильным.

Таким образом, с помощью различных методов влияние СМИ крайне важно и велико. Можно сделать вывод что умело манипулируя общественным сознанием при помощи различных СМИ возможно не только создать направлять развитие культуры, сознания и поведения общества, но и прививать определенную роль каждому социальному классу и даже каждому человеку в отдельности.

При такой популярности СМИ необходимо усилить позитивные тенденции на развитие личности молодого поколения. Необходимо создать концепцию развития СМИ, касающейся молодежи. Выработать ряд программ, которые бы влияли на формирование современной гуманной молодежи, которые впоследствии не навязывали свое мнение, а подталкивали подростка к рассуждению и формированию своей точки зрения.

Сегодня уже нельзя оставаться таким, каким ты был вчера, а завтра принесет тебе новые изменения, к которым ты, возможно, еще не готов. И прежде восторженное восхищение техническими возможностями СМИ сменяется пессимистическими прогнозами на будущее человека как свободно мыслящего существа.

Литература

1. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
2. Акимова И.А. СМИ как фактор формирования идентичности личность в обществе // Журнал «Сервис Plus». 2009 год. No. 1.