

Влияние медиакультуры на психику

563 Захватова

- ▶ В культурологии под **медиакультурой** подразумевается современное западное капиталистическое общество, появившееся и образовавшееся в 20 веке под влиянием средств массовой информации. Термин подразумевает под собой общий эффект и интеллектуальное влияние, оказываемое СМИ (в основном, телевидением, но также прессой, радио и кино) не только на общественное мнение, но также на вкусы и ценности.
- ▶ Альтернативный термин, **массовая культура**, подразумевает, что такая культура появляется спонтанно в самих массах, как то было с популярным искусством до 20го века. Выражение «медиакультура», с другой стороны, подразумевает, что такая культура — это продукт средств массовой информации. Другим альтернативным определением медиакультуры является «имиджевая культура».
- ▶ Медиакультура, со своим уклоном в рекламу и связи с общественностью, часто считается системой, в центре которой — манипуляция народными массами. Корпоративные СМИ используются в основном для того, чтобы представлять и воспроизводить доминирующие идеологии. В 1940-х годах выдающейся в развитии этого направления стала работа Теодора Адорно.
- ▶ Медиакультура ассоциируется с консюмеризмом, и в этом смысле альтернативно называется «потребительской культурой» .

- ▶ Исследования социокультурной ситуации в постсоветской России показывают, что интенсивное развитие медиакультуры, в особенности аудиовизуальной (кабельное и спутниковое ТВ, видео, кино, компьютерные каналы), все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности. Последнее сегодня очевидно, так как компьютер, CD-Rомы, DVD, Интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, используя преимущества "виртуального" мира, так и с целью познания "другого".
- ▶ Эти процессы происходят в процессе коммуникации. Коммуникация осуществляется одним или же всеми следующими способами: действие, направленное на других, взаимодействие с другими людьми и реакция на действия других людей.

Модели медиавоздействия

модель Комстока: поведение персонажей телепередач может оказывать воздействие на поведение зрителя.

модель когнитивной обработки Торсона: действия, обеспечивающие обработку информации телевизионных рекламных роликов.

модель медиазависимости, разработанная М. Л. Де Флером и С. Болл-Рокешем: зависимость индивидов от СМИ как источника новостей и информации непрерывно возрастает.

Медиаобразование

- В связи с этим актуальными представляются проблемы **медиаобразования**: его опыт на Западе и в России. Российская педагогическая энциклопедия определяет медиаобразование (от английского "education" и латинского "media") как "направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации. Основная задача медиаобразования - подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств и современных информационных технологий".

► **О психологическом воздействии СМИ** начали говорить еще с момента появления в 1450 году первого печатного станка. Иногда исторические свидетельства использовались для того, чтобы вести хронику явно выраженных изменений общественного мнения или коллективного поведения вследствие массированного воздействия массовой информации на аудиторию. В других случаях это воздействие было не столь явным, но озабоченность противников СМИ по поводу медиавоздействия на других людей побуждала их к различным акциям протеста. Стремление защитить не себя, но неких абстрактных "других" людей от воздействия масс-медиа обычно объяснялось эффектом третьего лица. При этом индивид считает, что другие потребители массовой информации более восприимчивы к внушению и негативному воздействию .

- ▶ С развитием масс-медиа, мы должны обратить внимание на крайне отрицательную роль современного воздействия средств массовой коммуникации, пропаганды и информации на психику ребенка, подростков, молодежи. Связано подобное с тем, что такая структура психики как цензура или своеобразный барьер критичности на пути информации, поступающей из внешнего мира, еще до конца не сформирована.
- ▶ После отмены цензуры в средствах массовой информации, случившейся в России, как известно, на рубеже 90-х годов XX века, на кино/теле/видео/компьютерных экранах стали демонстрироваться (практически без соблюдения официально принятых возрастных ограничений) тысячи отечественных и зарубежных произведений, содержащих эпизоды насилия.
- ▶ А. В. Федоров отмечает, что насилие, демонстрируемое с экранов ТВ, связано с коммерциализацией телевидения и отмены государственной цензуры. Сценами насилия иной раз заменяют слабый сюжет той или иной картины, и кроме того, сцены насилия оказывают воздействие сразу на подсознание, потому как происходит воздействие на чувства, а не на разум (разум - сознание).

▷ телевидение и кино формируют в психике подростка определенные устойчивые механизмы, в соответствии с которыми на ту или иную жизненную ситуацию он уже будет реагировать в соответствии с теми установками, которые оказались у него сформированы посредством просмотра телепередач и кинофильмов. Причем на первый план выносятся именно телевидение и кино, потому как в отличие от печатных или электронных СМИ, в данных видах воздействия на психику, наибольший манипулятивный эффект достигается еще и от сочетания музыки, картинки изображения, голоса диктора или героев фильма, и это все значительно усиливает смысловую нагрузку, которую заложили манипуляторы массовым сознанием от создателей кинофильма.

- ▷ В том и результирующая роль подсознания в программировании индивида (как индивида любого возраста, так и масс), что он может даже не понимать всей информации, которую видит с экрана, и которая представляет собой набор смешных историй со скандальным оттенком, и внешне как будто явного негатива не просматривается. Такой негатив становится заметен или после, когда в жизни подросток начинает демонстрировать поведение, смоделированное раннее в результате просмотра ТВ, или же заметен в результате последующего анализа (психологического анализа в т. ч.), когда явно вычерчивается та негативная информация, которая закладывается в бессознательное индивида.

- ▶ Прослеживая негативную роль воздействия СМИ на подсознание, следовало бы обратить внимание на такую важную деталь, как подача материалов СМИ в виде готовых схем, шаблонов. В результате чего мозг индивида любого возраста как бы отучается лишней раз думать. И такой индивид бессознательно ждет, что ему будет преподнесена готовая информация, без необходимости совершения над такой информацией какого-либо анализа. Такой анализ становится не нужен как раз потому, что о том, как надо реагировать, индивиду покажут сами представители СМИ.
- ▶ Современные СМИ в силу своей распространенности стали практически идеальным средством влияния. Причём объектом этого влияния может оказаться как отдельный человек, так и группа людей, и даже общество. Цели этого влияния могут варьироваться в достаточно широком диапазоне: от побуждения до террора. Если учесть, что МК представляют собой достаточно сложную систему, интенсивно развивающуюся и совершенствующую свои инструменты, то влияние этой системы тоже вполне может возрасти. Процесс совершенствования очень хаотичен и, на данный момент, практически не контролируется, что может привести к непредсказуемым последствиям.