

УДК 159.923.2

**РОЛЬ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ
В СТАНОВЛЕНИИ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ
В ПОДРОСТКОВОМ И ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ**

**THE ROLE OF MASS CULTURE AND TELEVISION
IN THE FORMATION OF LIFE-LONG LIFE ORIENTATIONS
IN ADOLESCENCE AND YOUTH**

А.В. Шевцов

A. Shevtsov

БрГУ имени А.С. Пушкина, г. Брест

Научный руководитель – Е.К. Погодина, старший преподаватель

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования личностного смысла и отношения к самим себе и окружающему миру у современных молодых людей с учётом влияния средств массовой информации и культуры.

Abstract. The article is devoted the problem of the formation of personal meaning and attitude to themselves and the world of modern young people, taking into account the influence of the media and culture.

Ключевые слова: средства массовой информации, массовая культура, телевидение, воздействие, формирование, смысложизненные ориентации, отношение, осознанность.

Key words: mass media, mass culture, television, influence, formation, life meaningful orientations, attitude, awareness.

Изучение динамики смысложизненных ориентаций и ценностей в период подросткового и юношеского возраста является одним из перспективных направлений современной психологической науки для анализа различных аспектов жизни общества и тенденций его развития. Однако мало изученным остается аспект влияния массовой культуры и телевидения на смысложизненные ориентации современных молодых людей.

Основным признаком развития смысложизненных ориентаций в юношеском и старшем подростковом возрасте выступает процесс самоанализа (Л. Хьелл, Д. Зиглер, Д.И. Фельдштейн). Становление и развитие смысложизненных ориентаций прямо зависит от постоянного процесса самоанализа: чем он тщательнее, тем быстрее развивается самосознание у молодых людей в целом. При этом в юношеском и подростковом возрасте такому процессу подвергается практически любая активность. Часто самоанализ сопровождается определёнными трудностями, так как у индивида в период юности еще нет достаточного опыта, что сопровождается негативными эмоциями, стремлением к поиску готовых решений, конформизму поведения. Успешность самоанализа во многом определяет и успешность становления самосознания и смысложизненных ориентаций в целом.

Американский социолог Г. Шиллер в своих работах уделял большое внимание проблеме манипулирования сознанием через элементы массовой культуры. Он говорил о том, что развлекательная индустрия оказывает большое влияние на сознание населения, однако позиционируется как отрасль, далекая от политики, ничего не пропагандирующая

и не оказывающая никакого влияния. Г. Шиллер считает, что массовая культура не может существовать вне социального процесса, и она несет определенную идеологию. В обществе создается миф о плюрализме мнений, о независимости средств массовой информации, о свободе всех элементов культуры от какой-либо идеологии, о свободе выбора потребителя. Однако на деле все средства массовой информации несут одни и те же послания, проповедуют одну и ту же идеологию, и лишь за счет количества информационных каналов кажется, что в обществе царит плюрализм и свобода мнений. Независимые каналы информации если и существуют, то обладают достаточно малой аудиторией [2]. В связи с этим теряется неповторимость и уникальность каждой личности человека как сознательного творца собственной жизни, что, в конечном счете, негативно сказывается на развитии общества в целом.

Аналитическим, дискуссионным программам отводится малая часть эфира, обычно поздно вечером. Массовая культура поощряет идеологию потребления, стремление к материальным ценностям и развлечениям и отвергает критику существующего строя, практически не затрагиваются экономические, социальные, политические проблемы общества. Массовая культура кино и фильмов подвергается многочисленным негативным отзывам со стороны критиков из-за своей примитивности, аполитичности, низкой смысловой нагрузки.

При просмотре телеканалов у большинства молодых людей актуализируется произвольное внимание и произвольная память. А это означает, что особых усилий и установок для развития качества внимания, восприятия, памяти и мышления подростки не делают. При прочтении книг актуализируются произвольное внимание и память, а также воображение и мышление. То есть, для того, чтобы понять смысл прочитанного, подросткам необходимо совершать усилия. К сожалению, подростки часто не имеют желания делать усилия и актуализировать произвольные психические функции.

В современном обществе молодое поколение выбирает более легкий и доступный информационный источник – телевидение. Телевидению молодой человек выделяет значительную часть свободного времени, большинство смотрят телевизионные сериалы и развлекательные каналы. А это приводит к поверхностному отношению и инфантилизации личности.

По мнению А.В. Гриценко, можно проследить противоречие в смысло-жизненных ориентациях молодых людей: с одной стороны, на уровне сознания декларируется стремление к личной независимости, хорошим и стабильным межличностным отношениям, к созданию семьи и получению достойной работы; с другой стороны, просматривается четкая ориентация на западные стандарты жизни. Телевидение в данном контексте играет существенную роль в формировании ценностных установок молодых людей.

Проведенное на базе БГПУ имени Максима Танка эмпирическое исследование первокурсников (42 респондента) позволило выявить, что подавляющее большинство студентов 93 % в качестве основных источников информации используют телевидение, интернет и печатные издания, причем 35 % опрошенных безоговорочно доверяют полученной информации и используют ее в повседневной жизни. Подавляющее большинство опрошенных (81 %) считают, что молодежные фильмы, печатные издания для молодежи и интернет помогают лучше сориентироваться в быстро меняющемся мире. 79 % опрошенных находят только плюсы в том, что средства массовой информации диктуют

моду, а также стиль и образ жизни. И только 12 % респондентов считают такое положение дел недопустимым.

Опрос показал, что 98 % опрошенных первокурсников признают тот факт, что средства массовой культуры и телевидения зачастую пропагандируют вредные привычки, причем 36% считают это нормой. Таким образом, можно сказать, что участники исследования не только признают факт проявления негативного влияния средств массовой информации, но и в некоторой степени поддаются его влиянию, зачастую даже не осознавая последствий.

Таким образом, следует отметить, что средства массовой информации могут нести как положительное, так и отрицательное воздействие на развитие смысловых ориентаций, ценностей и формирование самосознания молодых людей в целом. Поэтому, учитывая их возрастающее влияние на процесс социализации и личностное самоопределение современных молодых людей, актуальными становятся проблемы определения позиции специалистов в работе с подростками и юношами, возможной степени вмешательства профессионалов в процесс освоения юношами окружающего мира посредством телевизионной информации, использование положительного воздействия средств массовой информации и коммуникации в образовательном и воспитательном процессе учреждений образования.



ЛИТЕРАТУРА

1. Гриценко, А.В. Роль телевидения в социализации подрастающего поколения / А.В. Гриценко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// science.ncstu.ru](http://science.ncstu.ru). – Дата доступа: 15.03.2019.

1. Ишкулова, Ш. Использование средств массовой коммуникации в социализации подростков / Ш. Ишкулова // Воспитание школьников. – 2007. – № 9. – С. 30-33.

2. Леонтьев, Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д.А. Леонтьев. – 2-е изд., испр. – М. : Смысл, 2003. – 487 с.