

ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОЛОДЁЖИ
О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ

Б.Наранбаатар*

* МУИС, НШУС, Сэтгүүл зүйн тэнхимийн багш, доктор

Ключевые слова: СМИ, телевидение, влияние ТВ на мнение молодёжи, здоровый образ жизни, формирование общественного мнения

Проблема здоровья современного общества, и в первую очередь здоровья молодёжи, является одной из важнейших проблем современности, поскольку, несмотря на значительный прогресс в области здравоохранения, ряд существующих проблем в области здоровья не сокращается. В связи с этим, монгольские СМИ уделяют внимание тематике здоровья, специализируются журналы на практике, но публицистика и теле-, радиопередачи на эту тему до сих пор остаются не замеченными, малорейтинговыми, или даже "символическими".

Результатом общественных преобразований являются изменения в образе жизни общества и молодёжи, которые характеризуются, в первую очередь, изменением структуры досуга и преобладанием малоподвижного образа жизни, вследствие, в том числе, увеличения количества времени, проводимого перед экранами

телевизоров. Следствием является тот факт, что уже сейчас проблемы с костно-мышечной системой вышли на первый план среди проблем здоровья молодёжи. Среди проблем, вызванных чрезмерным увлечением просмотра телевизора, врачи выделяют также ухудшение зрения и формирование «нездоровых» привычек в питании.

Помимо прямого воздействия на здоровье, телевидение, являясь источником информации о здоровье, может оказывать влияние на формирование представлений молодёжи о здоровье и здоровом образе жизни.

Поскольку ценностное содержание присуще любому тексту СМИ, можно сказать, что контент медиасообщений предъявляет аудитории некие ценности, которые могут быть декодированы различными способами. И в целом информационную сферу можно назвать ценностным пространством.

СМИ, являясь источником информации о здоровье, берут на себя огромную ответственность, имея возможность формировать мнения и представления широких слоёв общественности о данной важнейшей сфере жизни человека. Учитывая тот факт,

что доверие СМИ со стороны молодого поколения достаточно велико, проблема влияния телевидения на формирование представлений о здоровье молодёжи приобретает особую значимость. Подтверждением данного факта являются различные исследования: согласно данным Kaiser Family Foundation, 60% подростков больше доверяют медицинской информации, передаваемой по телевидению, нежели мнению лечащих врачей¹. Пример подобного инфантильного доверия описан Р.Харрисом в книге "Психология массовых коммуникаций": актер Роберт Янг, исполнивший главную роль в телесериале «Доктор Маркус Уэлби», не имевший медицинского образования, на протяжении пяти лет показа сериала получил от телезрителей более 200 тыс. писем, в которых телезрители просили актера дать медицинский совет².

На монгольском телевидении недостаточно внимания уделяется проблемам здоровья и здорового образа жизни. Хотя за последнее время наблюдается некоторое увеличение количества передач, посвящённых проблемам здоровья: «Ваше здоровье» / «Таны эрүүл мэнд» (MNB), «ТВ доктор» (NTV), «Врач советует» / «Эмч зөвлөж байна» (TV-25), серия телепередач от Проекта здоровья Программы "Вызовы тысячелетия — Монголия" и подобные ей временные передачи.

В данных программах информация о здоровье представлена в лёгком ключе, программы имеют высокую познавательную ценность и способны вызвать определённый интерес зрителя. В программах затрагиваются

актуальные проблемы, касающиеся здоровья и здорового образа жизни, способов предотвращения различных болезней, правильного питания, бытовых советов.

Однако тот факт, что все вышеперечисленные программы выходят в эфир по будням в утренние часы, или по выходным в поздние часы, может нивелировать их влияние на формирование представлений молодёжи о здоровом образе жизни, поскольку молодые люди не всегда имеют возможность посмотреть их.

Очевидно, что значительная часть передач по данной тематике в большей степени адресована старшему поколению, для которого проблема здоровья более актуальна. Но, тем не менее, ряд затрагиваемых проблем (например, стресс, хроническая усталость и т.п.), лёгкий способ подачи информации, а также участие в программах кумиров молодёжи свидетельствуют о том, что программы рассматривают и молодое поколение в качестве целевой аудитории и стремятся привлечь её внимание к проблемам здоровья.

Несомненно, вышеперечисленные программы играют положительную роль в процессе повышения грамотности общества в вопросах здоровья. Они могут способствовать формированию адекватного представления молодёжи о здоровом образе жизни, а также применению тех или иных советов в жизни.

К сожалению, программ, посвящённых актуальным для молодёжи проблемам в области здоровья в сегодняшнем телевизионном эфире нет. Несомненно, подобные передачи

должны присутствовать в телевещании на регулярной основе.

Рассматривая программы, посвящённые проблемам здоровья, нельзя не упомянуть о существовании ряда программ, которые, на первый взгляд, призваны акцентировать внимание телезрителей на проблемах здоровья, в таких аспектах как питание, гигиена и т. п., и способствовать формированию адекватного представления о здоровом образе жизни, но на самом деле имеют совершенно иной эффект, поскольку несут больше негативной информации, нежели полезных советов, и в целом запугивают зрителя.

Ценность подобных, в основном, случайных передач («Здоровое питание» / «Эрүүл хооллолт» [MNB]), «Безопасность продуктов питания» / «Хүнсний аюулгүй байдал» [TM TV]) довольно сомнительна, поскольку их основу составляет поток негативной информации, который подводит телезрителя к мысли о сложности и безвыходности рассматриваемой ситуации, имеющей непосредственное отношение к вопросам здоровья.

Расследовательские и неосторожные разового характера телепередачи содержат большое количество негативной информации и в результате её просмотра у индивида появляется чувство страха перед действительностью, которая повсюду таит угрозу. В программах зачастую принижается роль индивида в решении вопросов, касающихся его собственной жизни и здоровья, а также роль и заинтересованность государства в решении жизненно важных проблем общества.

Рассматривая зарубежные фильмы и сериалы в качестве источника

информации о здоровье, можно утверждать, что в них, по сравнению с монгольскими сериалами, значительно чаще присутствует косвенная пропаганда здорового образа жизни, особенно это касается занятий спортом. Большое количество героев зарубежных сериалов занимается спортом (посещает спортзал или бегаёт в парке). Чаще всего внимание к данной стороне жизни героев не привлекается, но, тем не менее, присутствие подобной информации в сюжете косвенно влияет на формирование представлений о здоровом образе жизни и о спорте как неотъемлемой его части. Возможно, в данном аспекте прослеживается двойственный характер СМИ, как средства отражения и формирования действительности. Присутствие спорта в режиме дня героев американского кино может быть обусловлено не только пропагандистскими задачами, но и популярностью спорта как вида досуга среди населения США³. В Монголии же ситуация совершенно иная. Культура занятия спортом относительно не сформирована, и в большинстве монгольских фильмов не присутствует данная тематика.

Анализируя телевизионные сериалы и фильмы с точки зрения пропаганды ценности здорового образа жизни, можно отметить, что они в значительной степени несут информацию, которая может оказывать негативное воздействие на представления, привычки и образ жизни молодых людей.

«Если посмотреть на общую картину здоровья, представленную наиболее распространёнными медиа, можно обнаружить мир, в котором люди едят, пьют и занимаются сексом

между делом и при этом редко испытывают проблемы в дальнейшем. Исследования показывают, что люди действительно часто учатся на этих образах, не имеющих ничего общего со здоровой жизнью»⁴.

Чаще всего их негативное влияние проявляется в косвенной пропаганде курения и употребления спиртных напитков, которое осуществляется посредством частой демонстрации в кадре курящих или употребляющих алкоголь персонажей (например, в сериалах «Трудный класс» / «Хэцүү анги» — канал MNB, «Запутанности судьбы» / «Хувь тавилангийн ээдрээ» — канал

Education channel). Причём эти персонажи могут быть как положительными, отрицательными, так и нейтральными. Таким образом, курение и употребление алкоголя зачастую представляется как обыденное явление, и не добавляет герою строго отрицательных черт. Более того, иногда сигарета или трубка является своего рода визитной карточкой некоторых положительных персонажей.

Частое тиражирование сцен, в которых персонажи курят или употребляют алкоголь, не только способствует восприятию данных процессов как нормы, но и позволяет создать в сознании зрителей некоторые модели поведения или образы, составной частью которых является курение или употребление алкоголя. Так, курение и употребление

алкоголя на экране зачастую являются неотъемлемой частью досуга молодёжи — молодёжных вечеринок. Т.е. алкоголь и табакокурение начинают ассоциироваться у молодёжи с развлечениями, с получением удовольствия, и приобретают положительный оттенок в отношении.

В большинстве фильмов герои, как положительные, так и отрицательные, хотя бы один раз в ходе картины выпивают какой-либо алкогольный напиток. Таким образом, телевидение приучает зрителя к мысли о том, что употребление алкогольных напитков общепринято и безвредно. Важно также отметить, что

употребление спиртных напитков или курение редко приводят по сценарию фильма или телесериала к негативным последствиям. В результате чего у подростков не формируется представление о негативных для здоровья последствиях этих вредных привычек. В целом тиражирование сцен употребления алкоголя и курения может восприниматься молодыми людьми как поощрение подобного антисоциального поведения.

Рассматривая влияние телевидения на распространение среди молодёжи вредных привычек, нельзя не учитывать значительное влияние в данном аспекте рекламы. В результате ряда проведённых в США исследований пришли к выводу о том, что склонность молодых людей употреблять алкоголь

«
Чаще всего их негативное влияние проявляется в косвенной пропаганде курения и употребления спиртных напитков, которое осуществляется посредством частой демонстрации в кадре курящих или употребляющих алкоголь персонажей.
 »

напрямую связана с телевизионной рекламой, поскольку реклама поощряет употребление спиртных напитков. Более того, влияние рекламы в этом аспекте настолько велико, что такие факторы как пол, возраст, влияние родителей, не оказывают значительного воздействия на изменение отношения молодёжи к употреблению спиртных напитков.

Можно утверждать, что реклама в значительной степени пропагандирует употребление алкогольных напитков, особенно пива. Употребление пива в рекламе представляется не просто как процесс потребления напитка, доставляющий удовольствие, а скорее как приятный вид досуга и в некоторой степени даже средство социализации. Употребление пива происходит чаще всего в компании друзей в приятной обстановке — на природе, дома или в баре и изображается как общее занятие, которое сплачивает группу. Зачастую, пиво рассматривается в качестве награды за хорошо сделанную работу, представляется как некий маркер окончания рабочего дня.

В ряде рекламных роликов употребление пива представляется в качестве атрибута мужественности, как характеристика, свойственная «настоящему мужчине». Так, например, в одном из рекламных роликов пива «Жалам хар» главное рекламное сообщение таково: «настоящие мужики» должны пить пиво.

Присутствие на телевидении большого количества рекламы пива может формировать у подростков психологическую зависимость от этого вида алкоголя — и ассоциировать любой вид досуга с употреблением этого

напитка — встреча с друзьями, рыбалка, прогулка, просмотр телевизора и т.п.

Очевидно, что данные рекламные ролики могут формировать у подростка лояльное отношение к употреблению алкоголя, придавая данному процессу дополнительную положительную значимость.

Рассматривая влияние телевизионного контента на формирование представлений молодёжи о здоровом образе жизни нельзя не упомянуть о влиянии телевидения на формирование привычек в области питания. Наибольшее влияние на формирование нездоровых привычек в питании оказывает телевизионная реклама, предлагающая большое количество продуктов питания, отрицательно влияющих на здоровье человека, вводящая зрителя в заблуждение относительно полезности данных продуктов: фаст-фуд, полуфабрикаты, чипсы, сладости и т. п.

Формируя нездоровые привычки молодёжи в области питания, которые могут привести к различным последствиям, в том числе к заболеваниям желудочно-кишечного тракта, проблемам с обменом веществ, ожирению, телевидение создало новый стандарт красоты — худое тело.

Постоянное демонстрирование в кадре худых актрис, повлияло на изменение представлений о красоте, которая стала ассоциироваться с неестественно и нездорово худым телом. Согласно результатам исследований российских ученых, показ чрезмерно худых моделей и актрис как идеалов красоты увеличивает недовольство

обычных женщин своим телом и может являться причиной депрессии и отказа от еды. Голодание девочек уже стало серьёзной проблемой во всём мире⁵.

Причем, большинство телевизионных персонажей, в том числе худых, едят всё что пожелают, и остаются при этом стройными. Создаётся парадоксальная ситуация.

В отношении возможного влияния современного телевизионного контента на формирования ценности здоровья были сделаны следующие выводы:

1. В современном телеэфире недостаточно программ, посвящённых темам здоровья, особенно ориентированных на молодёжь.

2. Ряд программ и роликов, посвящённых здоровью, несут исключительно негативный посыл, не полезную информацию, запугивают зрителя.

3. Большинство фильмов и сериалов способны оказать негативное влияние на представления молодёжи о здоровом образе жизни, поскольку в них часто демонстрируются сцены употребления алкоголя и курения.

4. Реклама также способствует формированию лояльного отношения к вредным привычкам, а также формирует нездоровые привычки в питании.

Учитывая огромную роль телевидения в формировании мировоззрения и представлений индивида, в том числе и в области здоровья, очень важно, чтобы на телевидении транслировалось больше сюжетов, содержащих образы и примеры здорового образа жизни, а также в случае демонстрирования

примеров нездорового образа жизни больше акцентировалось внимания на его последствиях. С целью убеждения людей придерживаться более здорового поведения на телевидении должны транслироваться сообщения, которые показывают: 1) тяжёлые болезненные последствия от рискованного поведения; 2) лёгкость заражения какой-либо болезнью; 3) то как защитное поведение уменьшает шансы заболеть или лечит болезнь; 4) действенность перехода к здоровому поведению.

Список ссылок

- ¹ Батенева Т. 2013. Бедные игрушки // «Известия», <http://www.izvestia.ru/news/322771>
- ² Хочунская Л. В. 2011. Медиаобраз как диалог ценностей. М.: РУДН, с. 247.
- ³ Телевидение и видеоигры превращают детей в агрессоров <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=7353> (дата обращения 12.04.2013)
- ⁴ Брайант Д., Томпсон С. 2004. Основы воздействия СМИ. М., с. 432
- ⁵ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/harr/index.php

Список использованной литературы

1. Хочунская Л. В. 2011. Медиаобраз как диалог ценностей. М.: РУДН.
2. Брайант Д., Томпсон С. 2004. Основы воздействия СМИ. М.
3. Наранбаатар Б. 2006. Влияние телевидения на ценности молодёжи // Доклад на конференции "Диалог СМИ и общества". М.: РУДН.
4. Зулькафиль М. 2007. Орчин үеийн сэтгүүл зүй. УБ.
5. Березин М. 2006. Теория массовых коммуникаций. М.: РУДН.
6. Өнөрбаяр Г. 2007. Олон нийтийн санаа бодол ба PR. УБ.

Summary

The article devoted to the topic of influence of TV on youth opinion. Media as a source of health information, taking on a huge responsibility, being able to form opinions and views of the general public about this important area of human life. Given the fact that the credibility of the media by the

younger people is large enough, the problem of the influence of television on the formation of ideas about the health of young people is of particular importance.

Mongolian media are paying attention to topics of health, journalists specialize in practice, but prints and TV, radio programs on the subject remain unnoticed, or even a "symbolic."