



Интернет на сегодняшний день открывает для нас самый широкий спектр возможностей. В частности, простое общение не ограничено только текстовой перепиской. Сегодня пользователи сети могут пользоваться голосовой и видео связью, обмениваться видео и фотографиями или загружать эти ресурсы на страницы социальных ресурсов. Колоссальное количество подобной информации ежедневно публикуется в интернете. Поскольку фотографии и видеоролики частных пользователей становятся достоянием общества, они зачастую несут не только ту информацию, которую нам хотел донести автор, но скрытые детали, которые могут изменить смысл увиденного.

Массовая публикация фото и видеороликов об образе жизни людей, их публикующих, создает эффект того, что просматривающий воспринимает совокупность подобных файлов не как собрание частных случаев, а как закономерность. У него формируется модель поведения и образа жизни.

Зачастую, эта информация носит позитивный характер, но бывают случаи, когда подобные фото и видеоролики пагубно влияют как на индивида, так и на общество в целом. Особенно это касается распространенных сегодня в рунете изображений сцен отдыха на дискотеках, в клубах, на природе. Люди фотографируют себя со спиртными напитками в руках. Да, в нашей стране употребление и приобретение алкогольной продукции разрешено (с достижением совершеннолетия). И никто не запрещает фотографироваться со спиртным в руках. Но когда в сети публикуются тысячи изображений подобного отдыха, это побуждает объекта воздействия данной информации к принятию ложной модели того, что так делают абсолютно все, и что более страшно, появляется мысль о том, что это делают почти ежедневно. Удивительно видеть, что люди, активно публикующие материалы подобного содержания, активно обсуждают проблему роста объема потребления алкоголя в нашей стране, который достиг предельно высокого уровня. Они не задумываются о том, что сами являются

Автор:

05.04.2010 12:46 - Обновлено 05.04.2010 13:18

---

активными агитаторами чрезмерного потребления спиртного.

Взрослый человек, имеющий уже сформированную точку зрения на вопрос потребления алкоголя, все равно остается под влиянием данной «рекламы». Но средний возраст пользователя интернета с каждым годом уменьшается. Наши дети получают все больше и больше информации из сети. И какую же модель поведения они выберут, просматривая подобные фотографии и видеоролики. Поражает тот факт, что среди активно публикующих и обсуждающих изображения потребления алкоголя много молодых родителей, чьи дети, постоянно наблюдающие маму и папу на природе с пивом или чем-нибудь еще, становятся группой риска.

Ярким примером этого пагубного влияния является JAGA субкультура. Члены этой субкультуры активно выражают свою любовь к энергетическому алкогольному напитку Jaguar, зачастую перерастающую в смысл жизни. Появился целый список сленговых наименований этого напитка. В интернете существуют довольно многочисленные сообщества людей, публикующих фото и видео материалы с названиями: «я и Яга на отдыхе» или «я с Ягой на улице». Для этих людей напиток стал чем-то вроде лучшего друга. Это показатель деградирующей личности. Подобные группы и клубы по интересам активно агитируют к подобному образу жизни, особенно ярко это выражено среди несовершеннолетних. В добавок, употребление алкогольных энергетических напитков сильно вредит здоровью. Водка и прочие крепкие напитки, по сравнению с алкогольными энергетиками, оказывают значительно меньший урон здоровью.

Сегодня интернет это не просто банк информации, это мощнейший механизм воздействия на личность и общество. Файлы, размещаемые пользователями становятся бумерангом, всегда возвращающимся к запустившему его человеку. Но бумеранг это не просто игрушка, это серьезное оружие, способное причинить вред неумелому пользователю. Пора осознать и, как минимум, задуматься о том, что мы публикуем в сети. Сколько можно рыть яму самим себе? Может быть пора остановиться?

Дмитрий Ермолинский.