

Средства массовой информации в жизни современных подростков



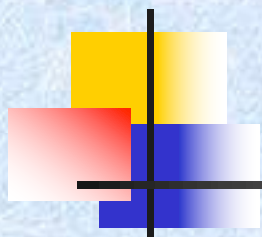


АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

На сегодняшний день СМИ стали огромным миром, охватившим все сферы нашей жизни, без них мы не можем существовать. Каждый день общество соприкасается со средствами массовой информации. Всеми возможными благами СМИ пользуются различные по возрастному составу группы общества, но наиболее активно – молодёжь. Этот факт и стал причиной выбора темы нашей работы.

ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ

С одной стороны, СМИ закабаляют человека, насаждая стереотипы восприятия, мышления и поведения у огромных масс людей. С другой стороны, СМИ информируют о событиях, происходящих вокруг, способствуют расширению кругозора, помогают разобраться во взаимоотношениях, определиться с профессией... Это и подталкивает к поиску ответа на вопрос: обогащает или обедняет массовая коммуникация наше межличностное общение, нашу духовную жизнь.



СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Наша работа – попытка раскрыть тему в практическом аспекте, оценить какое влияние оказывают СМИ на формирование мировоззрения и поведение школьников нашего города.

ЛИЧНЫЙ ВКЛАД В РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ

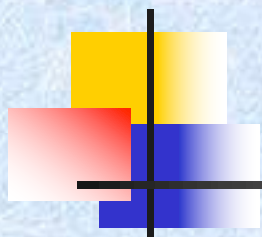
Нами было проведено анкетирование подростков на тему «Молодежь и СМИ», выявлены проблемы взаимодействия СМИ с обществом, оценено влияние СМИ на формирование мировоззрения старшеклассников г. Искитима.

Однако наша работа не может считаться полностью завершенной. Продолжением ее изучения может стать более подробное рассмотрение роли и функции рекламы, как составной части коммуникативных средств, СМИ.



АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И СТЕПЕНЬ ИЗУЧЕННОСТИ ДАННОГО ВОПРОСА

В процессе исследовательской работы изучен достаточный объем современной научно-популярной литературы, а также сделан обзор Интернет-ресурсов, публикующих современные массовые издания и ссылки на них. Однако, данный вопрос хотя и актуален в современном обществе, но он недостаточно рассмотрен в условиях нашего местного сообщества.



ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель: проанализировать роль СМИ в формировании мировоззрения подростков нашего города

Задачи:

- рассмотреть воздействие СМИ на функционирование современного общества;
- выявить факторы воздействия СМИ на мировоззрение подростков г. Искитима.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Современные подростки (школьники 10-11 классов школы № 5 и обучающиеся объединения «Экономическая школа» МАОУ ДО «Центр дополнительного образования» г. Искитима).

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

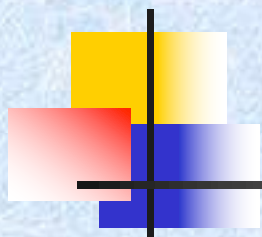
Средства массовой информации

ГИПОТЕЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

СМИ оказывают и негативное воздействие на мировоззрение современных подростков нашего города через такие факторы как предоставление недостоверной информации, чрезмерное увлечение СМИ в ущерб здоровью и другим обязанностям, внушение «запрограммированных» мыслей и действий.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- анкетирование;
- методы сравнения и аналогии;
- математические методы обработки информации.

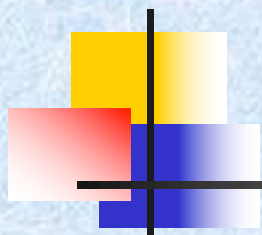


СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

- ✓ **Телевидение**
- ✓ **Журналы**
- ✓ **Газеты**
- ✓ **Интернет**
- ✓ **Кино**
- ✓ **Книги**
- ✓ **Реклама**

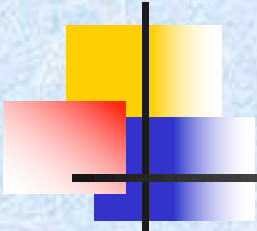
Один телевизор приходится примерно на 10 человек в мире, один радиоприемник на 4 человека. Телевидение для основной массы населения является предпочитаемым каналом получения информации.

В мире наметилась тенденция усиления интереса к еженедельным, ежемесячным и специализированным журналам. В нашей стране их насчитывается более 40 000.



ФУНКЦИИ СМИ

| | |
|---|--|
| <i>Информационно-познавательная</i> Предоставляет информацию о событиях в стране и мире | <i>Коммуникативная</i> Для тех кто страдает дефицитом общения |
| <i>Социальная</i> Способствует сплоченности общества, помогает освещать проблемы общества | <i>Культурная</i> Повышение культурного уровня людей, освещение культурных событий |
| <i>Отдых, развлечение</i> Помогает отдохнуть, развлечься, поднять настроение, обогатить досуг | <i>Экономическая</i> Получение прибыли от продажи СМИ и распространения рекламы |
| <i>Политическая</i> Способствует поддержанию в обществе опред. норм, политических настроений | <i>Утилитарная</i> Помогает в решении конкретных вопросов быта, выбора покупок... |
| <i>Образовательная</i> Предоставляет знания, помогает повысить уровень образования | |



НЕГАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ И ОБЩЕСТВА В РОССИИ

На сегодняшний день главной проблемой СМИ является большой объём недостоверной информации, которую они преподносят аудитории. С телеэкранов не сходят разного рода «страшилки» и насилие.

В мае 2000 г. в телепрограмме «Времечко» был проведён опрос: «Что сейчас надо спасать в первую очередь?». Примерно 8 % телезрителей ответили – «наши кошельки»; 54 % - «нашу природу» и 42 % - «наши души».

Позже эта программа предложила телезрителям ответить на вопрос: «Почему наши дети растут такими жёсткими?». Около 9 % ответили, что виноваты в этом «гены», около 29 % - «семья и школа» и более 62 % - «СМИ».

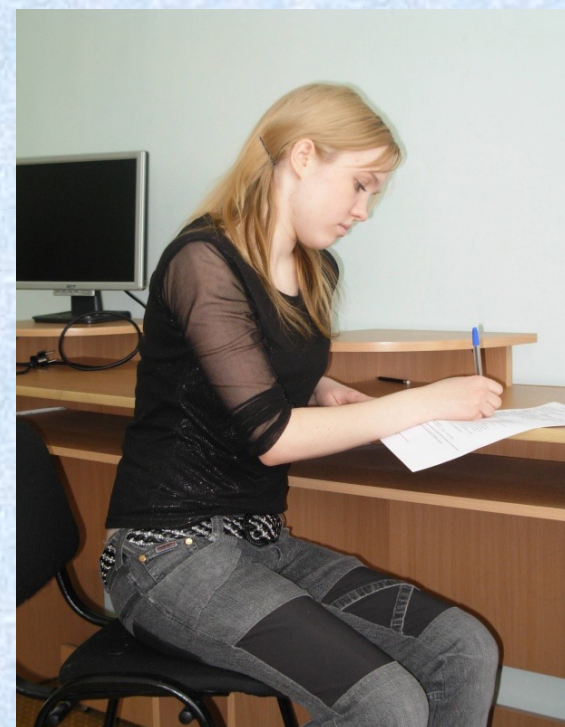
Вот как россияне оценили профессиональные достоинства журналистов согласно интерактивному опросу канала ТВЦ: 21 % считают, что они – «независимы», 24 % - «некомпетентны», 55 % - «необъективны».

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г.ИСКИТИМА К СМИ

**В мае 2020 года был проведен
анкетный опрос «Молодежь и СМИ».**

**Респонденты: учащиеся 10-11
классов школы № 5 г.Искитима и
обучающиеся 10-11 классов «ЦИТ».**

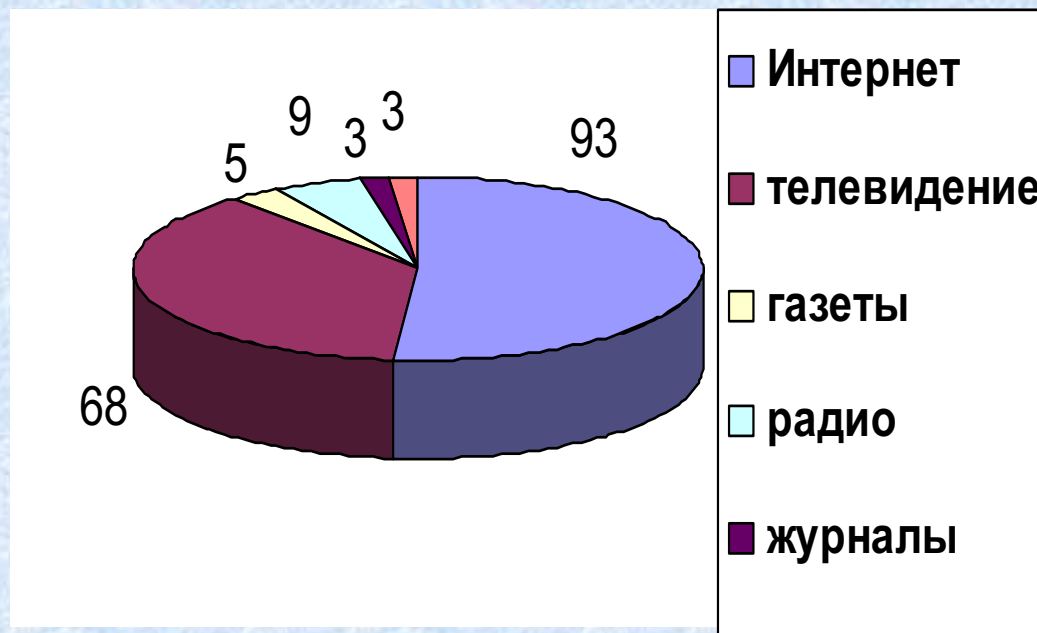
Количество: 100 человек.



**Бреус Ольга,
обучающаяся 11-го кл.
«ЦИТ» (респондент)**

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 1. Источники получения информации подростками, %



Большинство школьников предпочитают получать информацию через Интернет (93%), по телевидению (68%). Меньше доля тех, кто предпочитает получать информацию из газет, по радио, из журналов и из книг.

Многие выбирают разные виды СМИ, основываясь на удобстве, достоверности информации и интересе.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 2. Темы, интересующие опрошенных школьников, в печатных СМИ, %



Большинство интересуется, прежде всего, секс (63%), юмор (51%) и музыка (30%). Юношей также интересует информация о проблемах военнослужащих и армии (14%); девушек светская жизнь (29%).

Больше половины школьников читают газеты и журналы довольно часто (каждый день или чаще 1 раза в нед.).



ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

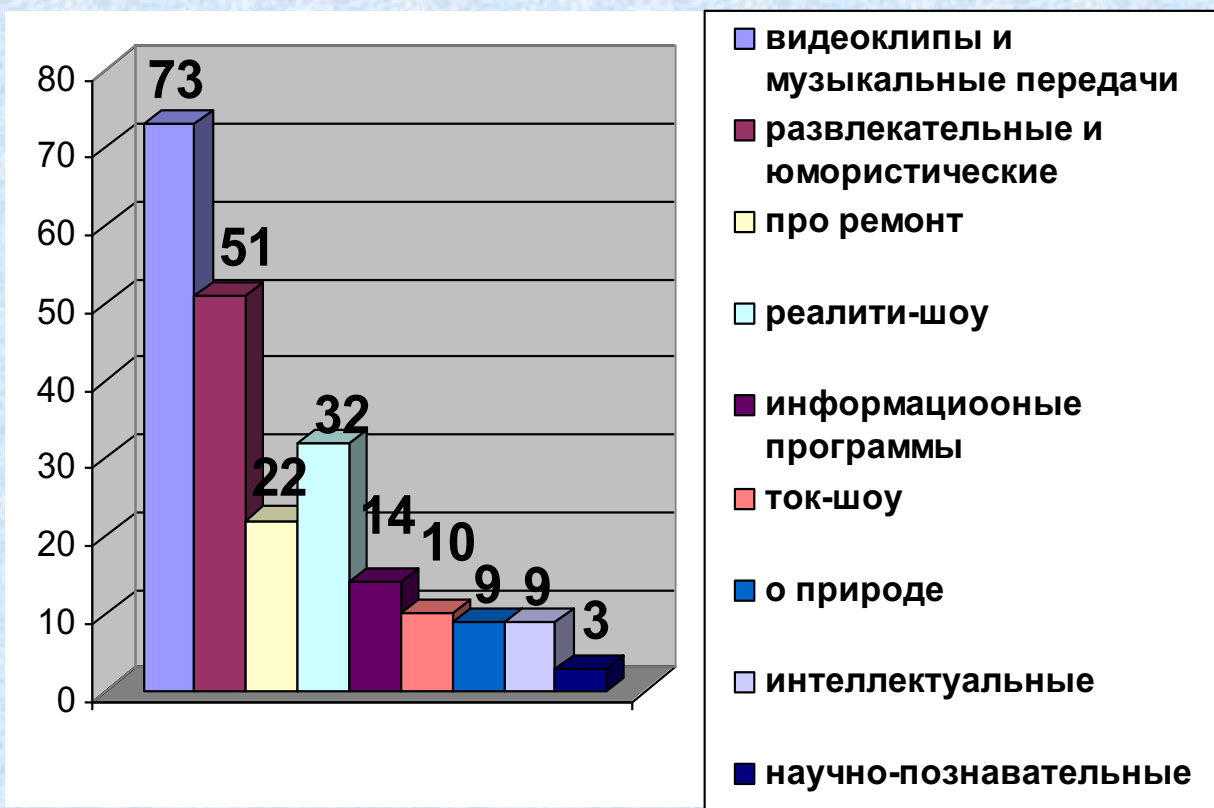
Таблица 1. Среднее время просмотра телевизора школьниками, час

| Группа опрошенных | | В будние дни | В выходные дни |
|-------------------|---------|--------------|----------------|
| Все опрошенные | | 2,74 | 3,63 |
| По полу | Юноши | 2,78 | 3,88 |
| | Девушки | 2,70 | 3,49 |
| По успеваемости | Хорошая | 2,24 | 3,29 |
| | Средняя | 2,73 | 3,57 |
| | Плохая | 3,47 | 4,18 |
| По классам | 10-е | 2,51 | 3,37 |
| | 11-е | 2,23 | 3,17 |

Преобладающее большинство учащихся (78%) смотрят телепередачи каждый день, 15% - чаще одного раза в неделю, 3% - примерно раз в неделю, а 2% - реже одного раза в неделю. Юноши в среднем затрачивают больше времени на просмотр телепередач, чем девушки, а ученики с плохой успеваемостью - больше, чем ученики успешные. Скорее всего, просмотр телепередач отвлекает слабоуспевающих от выполнения домашнего задания.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

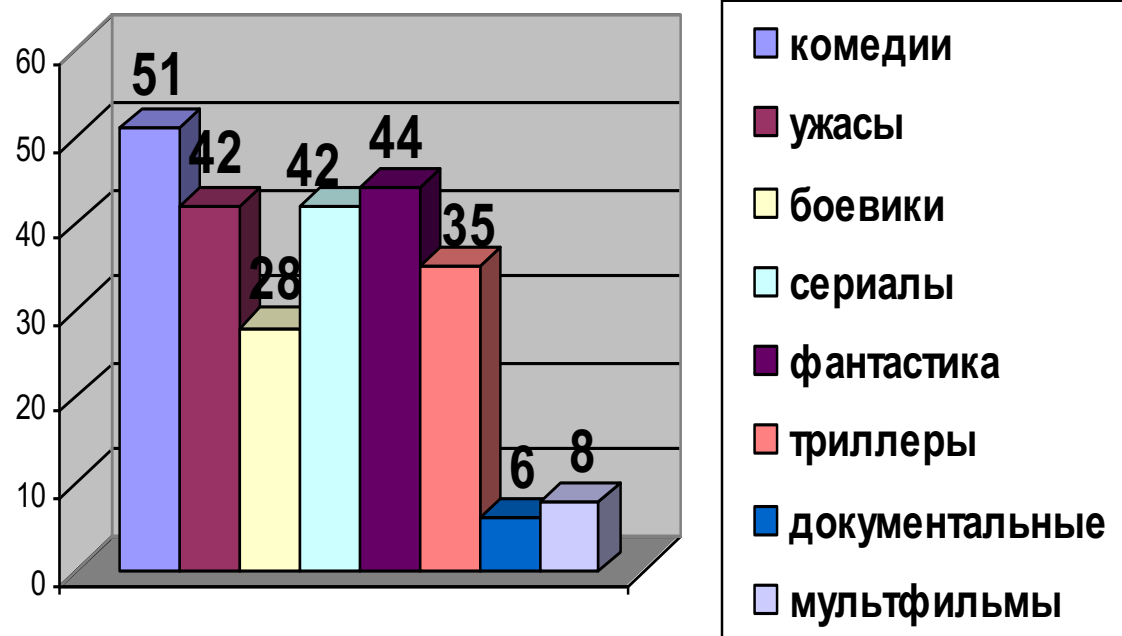
Диаграмма 3. Предпочтения школьников в выборе телевизионных программ, %



Большинство школьников (73%) предпочитают смотреть видеоклипы и музыкальные передачи, 51% - развлекательные и юмористические. Юноши с большим интересом смотрят передачи про ремонт (22%), девушки - реалити-шоу (32%). Заметно меньше респондентов выбирают для просмотра информационные и научно-познавательные программы.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

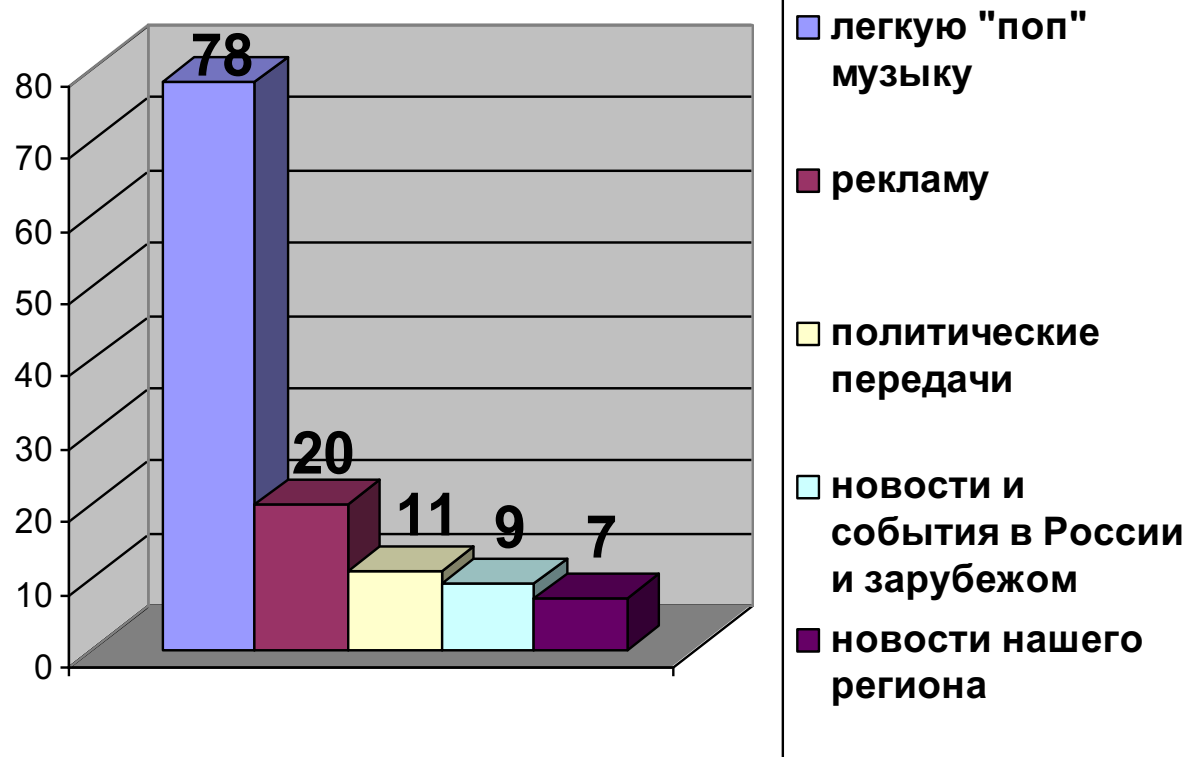
Диаграмма 4. Предпочтения в выборе фильмов, %



Большинство школьников при выборе фильмов для просмотра предпочитают комедии (51%) и ужасы (42%). Парни часто смотрят боевики (28%), девушки увлекаются сериалами (42%). Немало школьников смотрят фантастику (44%), триллеры (35%), документальные фильмы (6%), мультфильмы и анимацию (8%) и др.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 5. Отношение подростков к радио, %

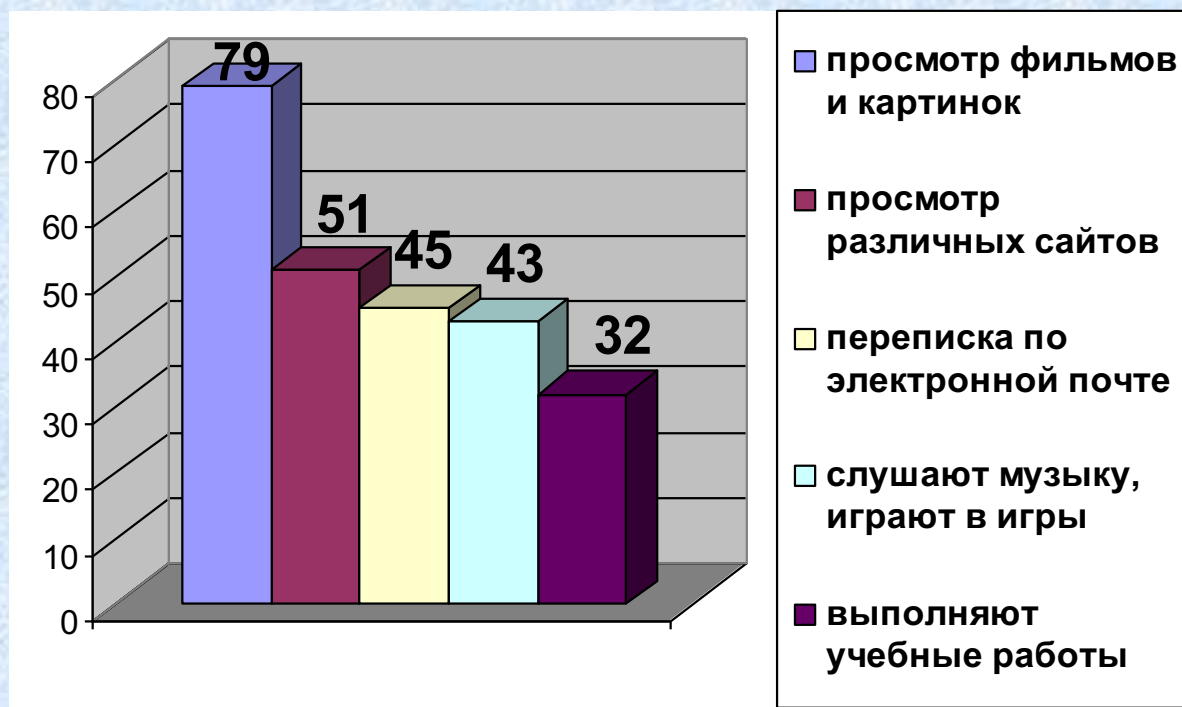


44 % опрошенных, слушают радио когда предоставляется случай, 31% - слушают дома, 25% - не слушают вовсе.

Большинство слушают FM-радио (92%) и только единицы – проводное (8%). Подавляющее количество подростков (78%) предпочитают легкую («поп») музыку. Гораздо реже слушают рекламу (20%), политические передачи (11%), новости и события и др.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

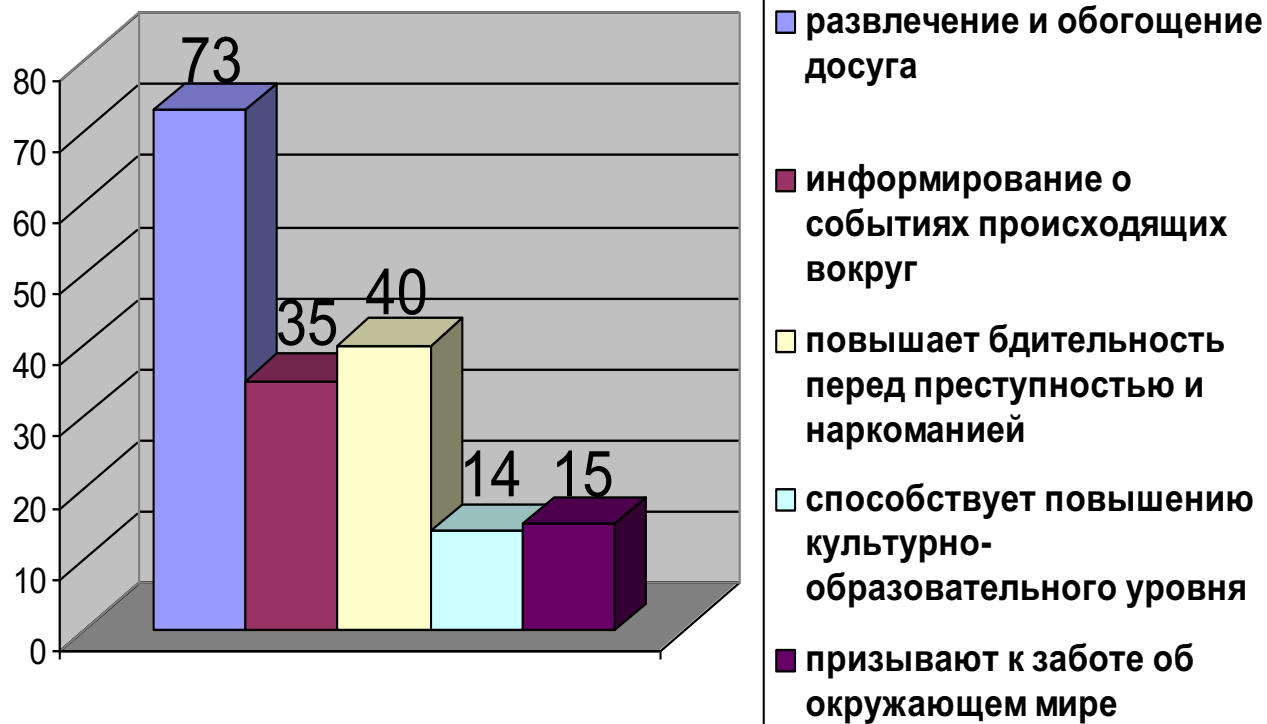
Диаграмма 6. Использование возможностей
Интернета, %



Компьютер и Интернет имеют дома 76% опрошенных. Современная молодежь со школьных лет «включается в сеть», активно осваивает все возможности этого ресурса: черпает информацию для просмотра фильмов и картинок (79%), просматривает различные сайты (51%), переписывается по электронной почте (45%), слушает музыку, играет в игры (43%), выполняет учебные работы (32%).

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

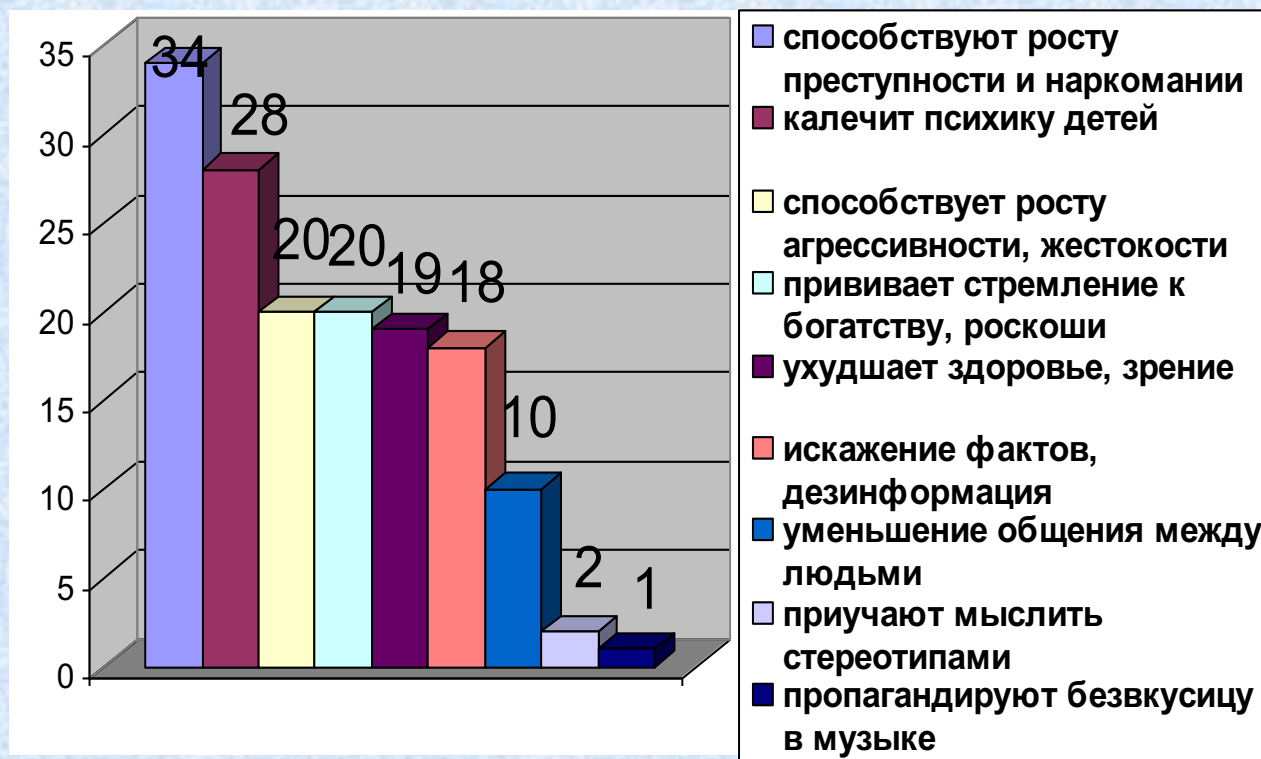
Диаграмма 7. Позитивные воздействия СМИ
на общество, %



Большинство школьников считают, что самые позитивные воздействия средств массовой информации - это развлечение и обогащение досуга, помощь в отдыхе (73%). Немало тех, кто отдал должное СМИ в их усилиях повысить бдительность перед преступностью и наркоманией (40%).

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г.ИСКИТИМА К СМИ

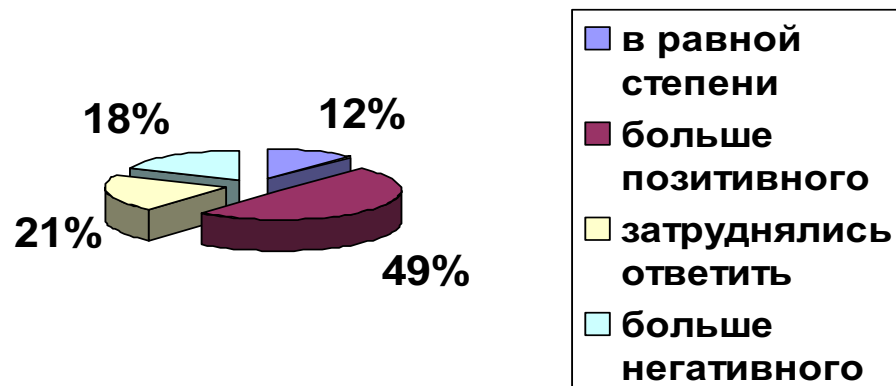
Диаграмма 8. Негативные воздействия СМИ на общество, %



Но, помимо позитивных, существуют и негативные воздействия. И важно, что подростки это осознают. Они считают, что самая главная проблема - это то, что СМИ способствуют росту преступности, наркомании (34%), также они обращают внимание на то, что показ насилия, секса калечит психику детей (28%).

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 9. Мнения опрошенных школьников о соотношении между позитивным и негативным воздействием СМИ на общество, %



Меньшинство подростков (18%) дали деятельности СМИ однозначно негативную оценку, остальные были менее категоричны.



ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г.ИСКИТИМА К СМИ

Таблица 2. Мнения опрошенных школьников о положительных личностных качествах героев фильмов и передач, которым более всего подражают подростки, %

| Качество | % отмет-их |
|---|-------------------|
| Вкус, стильность в одежде, причёске, макияже | 36 |
| Юмор, веселье | 78 |
| Романтические отношения в любви | 18 |
| Физическая ловкость, владение боевыми искусствами, оружием | 6 |
| Храбрость, бесстрашие | 24 |
| Целеустремленность, деловитость | 22 |
| Забота о людях, о семье | 2 |
| Образованность, культурный уровень | 0 |

В образах телевизионных и киногероев подростков больше всего привлекают внешние признаки (веселье, вкус, стильность во внешнем облике), в меньшей степени их интересует внутреннее содержание (храбрость, целеустремленность, образованность, забота о людях).



ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г.ИСКИТИМА К СМИ

Таблица 3. Мнения опрошенных школьников об отрицательных качествах героев фильмов и передач, которым более всего подражают подростки, %

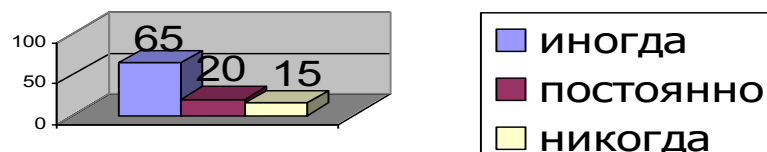
| Качество | % отметивших |
|---|-------------------------|
| Ненормативная лексика, жаргон | 29 |
| Легкость, развязность в сексуальных отношениях | 57 |
| Жесткость, агрессивность | 25 |
| «Вызывающая» одежда, прически, татуировки | 40 |
| Употребление наркотиков, алкоголя, курение | 7 |
| Жадность до денег, жадность наживы | 22 |
| Никакие | 0 |

Среди отрицательных качеств персонажей фильмов, передач наиболее часто школьники подражают развязности в сексуальных отношениях, ношению «вызывающей» одежды, потреблению ненормативной лексики, жаргонных слов, жестокости и агрессивности.

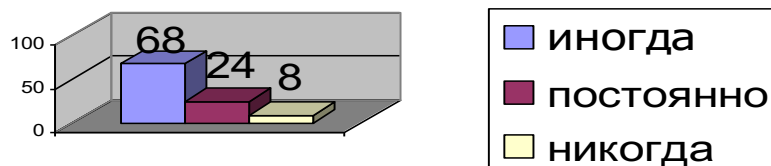
ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 10. Распределение ответов на вопрос: «Часто ли СМИ поглощают больше свободного времени, чем вы планировали, отвлекают вас от полезных дел, уроков, занятий», %

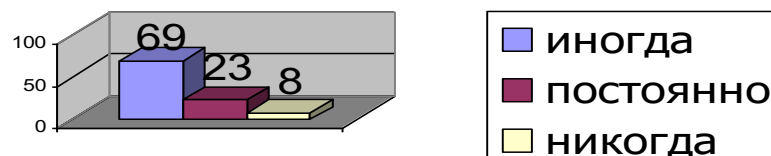
Ученики с хорошей успеваемостью



Ученики со средней успеваемостью



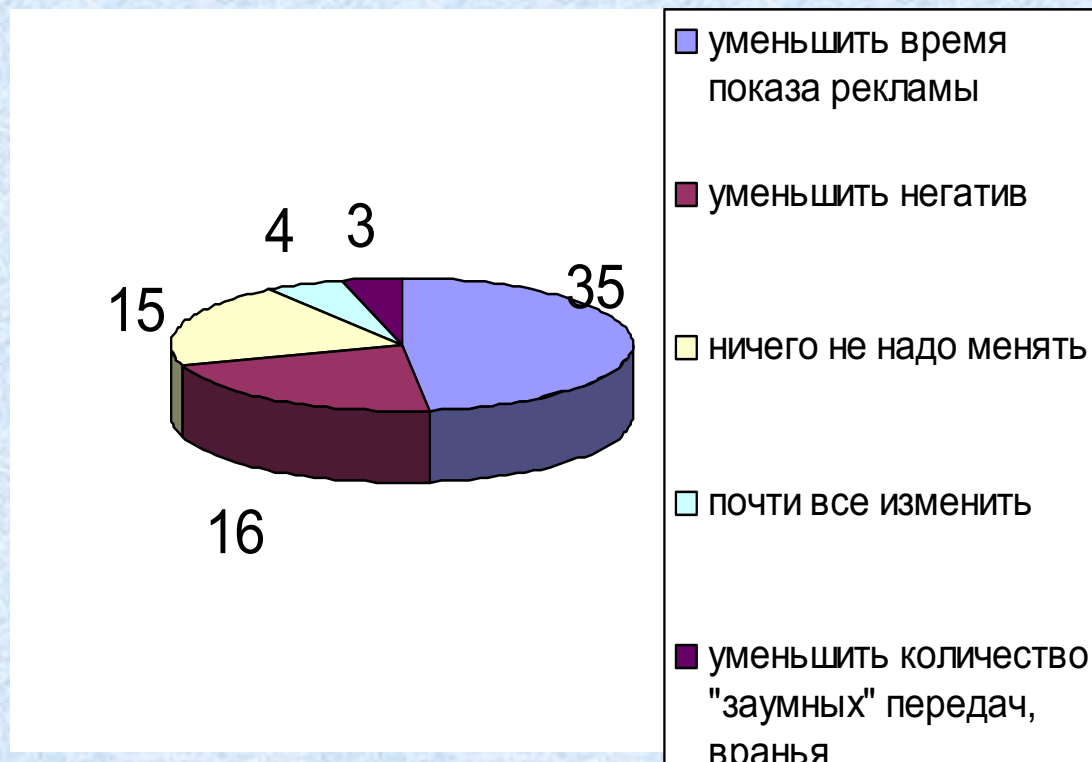
Ученики с плохой успеваемостью



Несмотря на различия в успеваемости подростков, показатели на диаграмме 10 не сильно отличаются друг от друга. А значит, СМИ отвлекают от полезных дел и учебы школьников с любой успеваемостью.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г. ИСКИТИМА К СМИ

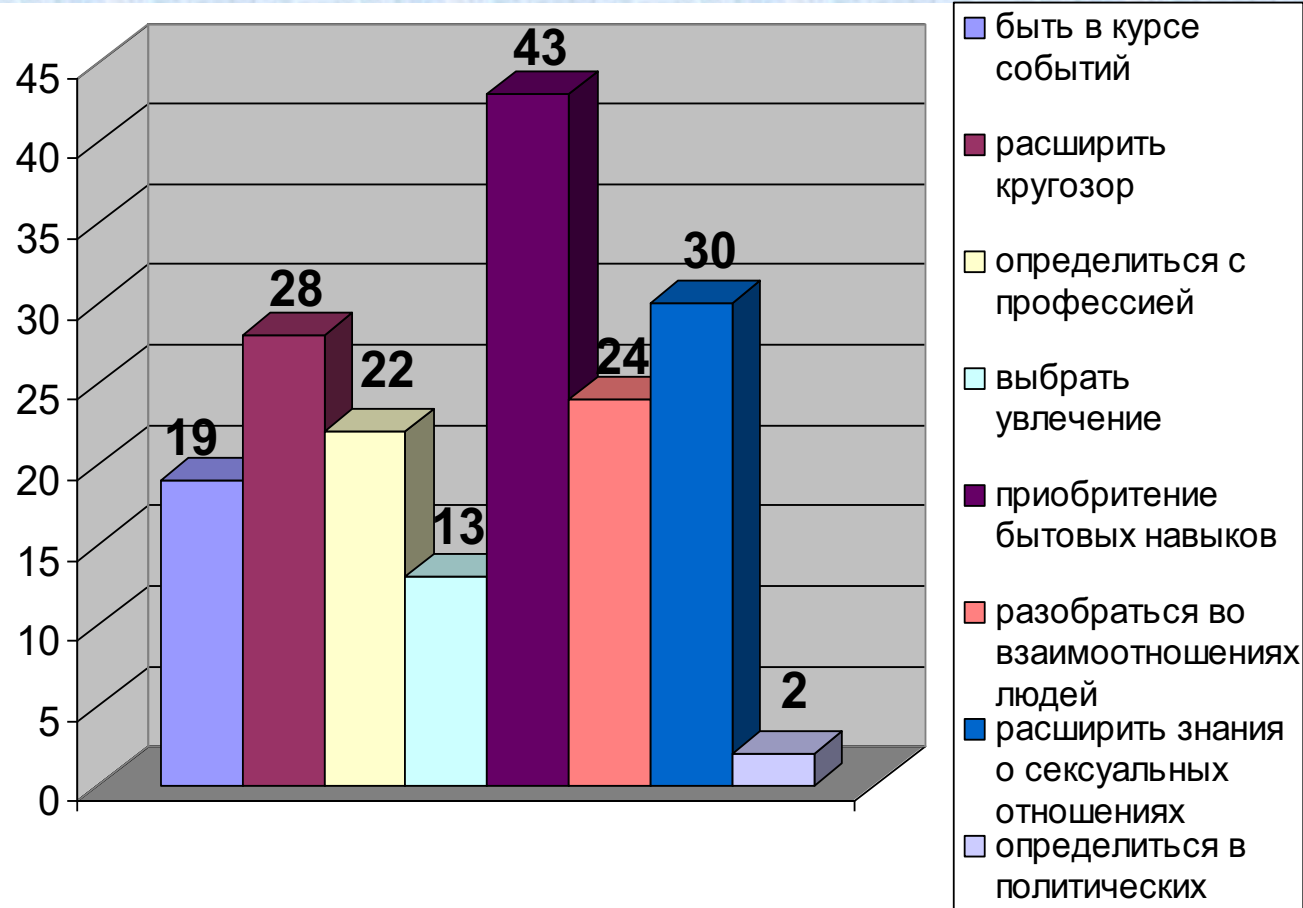
Диаграмма 11. Мнения опрошенных школьников о
необходимых изменениях в работе СМИ, %



На заданный открытый вопрос: «Как Вы считаете, что нужно изменить в работе СМИ, телевидения?», большинство учащихся (35%) считают, что нужно уменьшить время показа рекламы, 16% - уменьшить «негатив», 15% - ничего не хотели бы изменить, но 4% считают, что в работе СМИ нужно изменить почти все.

ОТНОШЕНИЕ ПОДРОСТКОВ Г.ИСКИТИМА К СМИ

Диаграмма 12. Мнения опрошенных школьников о том, чем помогает СМИ в их жизни, %

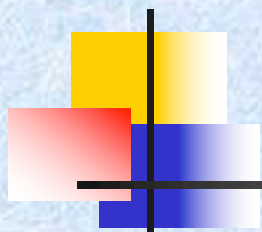


Многим подросткам (26%) СМИ иногда помогают в делах и жизни, 67%-помогают всегда и 8% - не помогают. В большинстве случаев СМИ помогают приобрести конкретные бытовые навыки (кулинария, домоводство, ремонт и др.) (43%), разобраться во взаимоотношениях людей (24%), расширить знания о сексуальных отношениях (30%).



ВЫВОДЫ

СМИ играют важную роль в жизни современных подростков. С одной стороны, СМИ информируют о событиях, происходящих вокруг, способствуют расширению кругозора. Но с другой стороны, СМИ оказывают и негативные воздействия. Всех подростков, независимо от возраста и успеваемости в школе, СМИ отвлекают от полезных дел. Работники СМИ не задумываются о том, что благодаря показу «страшилок» и боевиков, предоставлению недостоверной информации у подрастающего поколения формируется ошибочное представление об окружающем мире. Школьники стараются подражать героям фильмов, телесериалов и передач. Но, к сожалению, юное поколение вместо того, чтобы перенимать такие важные качества, как образованность, целеустремленность, деловитость, перенимает лишь внешние признаки, которые в строгом смысле нельзя назвать положительными (стильность в одежде, прически, чувство юмора). Эти качества просто безвредные, но они не требуют работы над собой, необходимости развиваться внутренне.

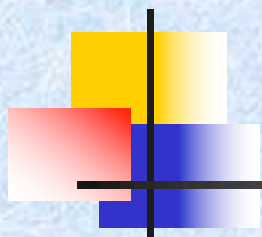


ВЫВОДЫ

Хотелось бы отметить, что изолировать молодежь от вредного влияния СМИ невозможно, но можно формировать их вкусы, научить критически воспринимать продукцию масс-культуры, транслируемую СМИ.

Исследовательская работа не может считаться полностью завершенной. Продолжением ее изучения может стать более подробное рассмотрение роли и функции рекламы, как составной части коммуникативных средств, СМИ.

Представление данной работы перед обучающимися старших классов на уроках обществознания и экономики может помочь подросткам оценить воздействие СМИ на их мировоззрение.



ЛИТЕРАТУРА

- 1. Багиров Б.Б. Журналистика и политика / Б.Б. Багиров, М.М. Ковалева // Социологическое исследование. – 2003. – 124 с.**
- 2. Дубровский О.Н. Палачи культуры / О.Н. Дубровский // Свет. - 2004. - № 10.**
- 3. Нурашев Н. Диктатура СМИ: кто жертва? / Н. Нурашев // Российская газета. - 2003. – 25 октября.**
- 4. Панкратов Ф. Рекламная деятельность / Ф. Панкратов, Т. Серегина, В. Шахурин. – М.: НВЦ «Маркетинг», 2005 – 328 с.**
- 5. Пуля И. Черным по белому / И.Пуля // Труд.- 2003. – 18 сентября.**
- 6. Россия и страны мира: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2000.**
- 7. Сфера услуг в России: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2000.**
- 8. Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации (социологические наблюдения) / Б.М. Фирсов. – Ленинград: «Наука», 1997. – 213 с.**
- 9. Шувалова М.В. Роль СМИ в социализации подрастающего поколения / М.В. Шувалова, Е.Ф. Кислицина, Е.А. Макрева // Экономика. Вопросы школьного экономического образования. – 2006 - № 3. – с. 65-80.**