**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное агентство по образованию**

**Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики**

**КАФЕДРА «СОЦИОЛОГИЯ»**

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Социология»**

**на тему «Влияние телевидения на процесс социализации молодежи»**

**Выполнила:**

**Проверил:**

**Санкт-Петербург**

**2010 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение………………………………………………………………………3

Глава I. **«**Влияние телевидения на процесс социализации молодежи»…...6

 1. Понятие «Социализации»…………………………………………….. . 6

 2. Социальные институты и их роль в жизни общества………………..11

 3. Влияние телевидения и СМИ на процесс социализации………….....16

Глава II. Социологическое исследование «Изучение субъективной оценки роли телевидения в формировании взглядов на жизнь»...………………... 19

Заключение……………………………………………………………………21

Список литературы…………………………………………………………...22

Приложение…………………………………………………………………...23

**Введение**

В настоящее время телевидение, видеотехника, кино, радио, компьютеры, пресса оказывают мощное воздействие на дух и психику человека. Они во многом определяют поведение, личность и мышление людей.
Это воздействие так велико, что средства массовой информации всерьёз называют его четвёртой властью.

У взрослых в результате длительного просмотра телевизора и гиподинамии наступает раннее старение, происходит постепенный распад человеческой души, ранние инфаркты, инсульты, депрессия.

Если в прошлые десятилетия по ТВ демонстрировались учебные, познавательные фильмы, уроки по науке, искусству, технике, классическая музыка, оперы, балеты, отечественные фильмы — экранизации прекрасных классических произведений, то в последнее десятилетие с экранов кино, теле и видео хлынул мутный поток американских, западных фильмов, несущий с собой насилие, убийства, секс, пошлость, ложь, агрессию.

Средства массовой информации произвели в мире сексуальную революцию, навязали детям и молодёжи ложные понятия о вседозволенности. В результате резко возросла детская преступность, наркомания, свободные сексуальные связи подростков и молодёжи, которым подменили святое понятие любви и целомудрия лёгкой доступностью секса.

В результате такого образа жизни у молодых наступает глубокое разочарование в жизни, неверие в настоящую любовь, когда очень трудно создать дружную семью, где муж и жена с уважением, бережностью и любовью относились бы друг к другу, воспитывали своих детей сердечными, здоровыми, жизнерадостными, творческими людьми.

Средства массовой информации могут и должны формировать подрастающее поколение патриотами своей Родины, вежливыми, сердечными, справедливыми людьми. Мы не должны равнодушно взирать на пошлые, развращающие передачи, калечащие наших детей, молодёжь.

При проведении телетрансляции происходит воздействие на психику посредством задействования различных форм передачи информации; одновременное участие органов зрения и слуха активно задействуют пласты подсознания, за счет чего достигается максимальный манипулятивный эффект. Менее чем за полчаса просмотра телевизионной передачи мозг начинает впитывать любую информацию, которая поступает посредством телетрансляции. Вспомним, один из принципов манипуляции массами — внушение. На этом принципе основано действие телерекламы. Например, человеку показывается какой-нибудь рекламный ролик. Предположим, поначалу у такого человека происходит явное отторжение демонстрируемого материала (т.е. представление человека об этом товаре иное). Такой человек смотрит, слушает,  оправдывая себя тем, что ничего подобного покупать не будет. Этим как бы успокаивает себя. На самом деле, если на протяжении длительного времени в информационное поле попадает какой-нибудь сигнал, то информация неизбежно откладывается в подсознании. А значит, если в последующем станет выбор между тем, какой товар купить, такой человек бессознательно отдаст предпочтение тому товару, о котором уже «что-то слышал». Более того, именно этот товар в последующем будет вызывать в его памяти положительный ассоциативный ряд. Как чего-то знакомого. В итоге, когда такой человек оказывается перед выбором товара, о котором ему ничего не известно, и товара, о котором он уже «что-то слышал» — то инстинктивно (т.е. подсознательно) потянется к знакомому товару. (С.А.Зелинский, 2007).

Выделяют пять стадий взаимодействия социума и телевидения. Первая стадия — интерес к источнику информации (т.е. к телевизору). Вторая стадия — оценка информации. Кроме того, обладание телевизором на этой стадии отмечается человеком как повышение собственного социального статуса. Третья стадия характеризует собой развитие массового телевидения. Телеприемник могут себе позволить приобрести многие семьи. На четвертой стадии — взрослые уже не только проводят значительное количество времени перед телевизором, но и телевизор уже начинает строить их жизнь посредством полученной когда-то информации посредством телепросмотра. Пятая стадия характеризует собой появление кабельного телевидения, а значит, растет избирательность в получении той или иной информации.

Мы должны напомнить, что манипулирование психическим сознанием масс происходит при показе любых передач по ТВ. В специфике телевизионной информации заложена необходимость восприниматься некритично, соответствовать ожиданиям аудитории, ее стереотипам и устойчивым представлениям о реальности. Телепрограмма с первых же секунд должна сигнализировать зрителю о том, что она адресована именно ему, отвечает его потребностям. После этого такие импульсы должны повторяться с достаточной периодичностью, чтобы у сидящего перед экраном человека не появилось мотивов переключить канал. Зритель выступает своеобразным «резонатором» между собственными представлениями о мире и тем, что он видит по телевизору, получая посредством просмотра подтверждение правильности своего выбора. (А.Н. Фортунатов, 2007).

Итак, с помощью ТВ можно извлекать известную пользу. Для этого необходимо владеть технологиями правильного просмотра телепередач. Передачи по ТВ несут в себе функция вызывания невротической зависимости и последующего снятия его. Каждый, кто смотрит телевизор, находится в зоне действия развития подобного рода зависимостей, поэтому отказаться от просмотра очень трудно. Необходимо иметь сильную волю, такую же когда человек избавляется от алкогольной или наркотической зависимости полным отказом от употребления затуманивающего сознание яда. Телесигнал кодирует психику человека. Основано кодирование на том факте, что любая информация из внешнего мира поступает в подсознание человека, а после начинает оказывать влияние на сознание, а значит и на появление у такого человека мыслей, желаний, поступков, фактически программируя его на выполнение заданных целей.

 **Глава I. «Влияние телевидения на процесс социализации молодежи»**

**1. Понятие «Социализации»**

Для начала раскроем некоторые понятия, которые помогут наиболее точно раскрыть данную тему.

Социализация - (от лат. socialis - общественный) – включение индивида в систему общественных отношений через освоение и усвоение культурных ценностей, социальных норм и моделей поведения посредством взаимодействия с другими индивидами.

Социализация предполагает одновременно:

* усвоение социальных ролей и образцов поведения, позволяющих индивиду претендовать на занятие определенных социальных позиций и приобретение соответствующего социального статуса;
* овладение формами, ценностями, символами, нормами, традициями, языками, смыслами и т.д. культуры;
* приобретение собственного социокультурного опыта и личностной (социальной, этнической, конфессиональной и т.д.) идентичности;
* достижение статуса "взрослого" - самостоятельного и автономного деятеля, способного к принятию ответственных решений, касающихся его жизни в соответствии с институционально и межличностно транслируемыми предписаниями, запретами и ожиданиями общества, а также социальных общностей и групп, к которым принадлежит индивид.

Социализация - двунаправленный процесс, в котором, с одной стороны, от общества к личности идут процессы трансляции необходимых для усвоения содержаний и осуществляются процедуры целенаправленного (но и стихийного) воздействия и социального контроля, призванные обеспечить проектируемые результаты, а с другой - на уровне индивида - происходит в той или иной мере адекватное усвоение социокультурного опыта, его интернализация и формирование самих личностных структур.

Через процессы социализации обеспечивается воспроизводство людских ресурсов общества, и задаются их качественные параметры, обеспечивается его нормальное функционирование и преемственность поколений, закладывается потенциал для последующих социальных изменений и социокультурного развития. Социализация обеспечивается принятыми в культуре и институциализированными в социуме и его соответствующих подсистемах технологиями и стратегиями обучения, профессиональной подготовки, образования, воспитания, поддержанием необходимого уровня функциональной грамотности социальных деятелей.

Успешность социализационных процессов в любом обществе во многом определяется:

* привитием меры необходимого для каждого конкретного социума и допустимого его культурой конформизма как принятия и усвоения "правил общественной жизни" в широком смысле слова;
* успешностью блокирования тех форм, способов, стратегий и технологий социального поведения и действования, которые определяются как девиантные (отклоняющиеся);
* умением поддержать необходимое и допустимое соотношение между инновационной (креативной) и традиционной (репродуктивной) составляющими в общественной жизни;
* поддержанием баланса социальных изменений и социальной стабильности, социальной мобильности и социальной организованности, воспроизводством структур, обеспечивающих [социальный порядок](http://voluntary.ru/dictionary/567/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%2B%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD).

Таким образом, социализацию следует рассматривать как один из основных социообразующих, наряду со стратификацией и институционализацией, процессов, проявляющийся на всех уровнях и охватывающий все сферы общественной жизни. Характер и поддерживаемые параметры социализационных процессов позволяют во многом как типологизировать социумы, относящиеся к разным цивилизациям и эпохам, так и понимать специфичные только для этих социумов и их культур конкретные социокультурные и личностные феномены. Существенны и показательны в социологическом контексте, в частности, те сломы социализационных стратегий и технологий, которые фиксируются при переходах от традиционных к индустриальным и от последних к постиндустриальным типам социальности .

В большинстве социологических дискурсов (дискурс - социально обусловленная организация системы [речи](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%87%D1%8C)) различают первичную и вторичную социализацию, что вводит представление о периодичности и стадиальности протекания социализационных процессов.

Первичная социализация трактуется при этом как финитный процесс, завершающийся со становлением личностных структур индивида и приобретением им прав "взрослого" в данном типе общества (т.е. началом социальной зрелости). Последнее, как правило, связано с:

* овладением определенной профессией и началом трудовой деятельности; получением образования, соответствующего тому или иному стандарту;
* началом самостоятельной семейной жизни и приобретением статуса "родителя";
* обретением всей полноты политических, юридических и т.д. прав и обязанностей;
* закреплением личностной (само) идентификации.

В обществах традиционного и особенно архаического типов границы завершения первичной социализации фиксируются достаточно четко, например, через прохождение обрядов инициации, и характеризуются, как правило, совпадением (как минимум корреляцией) во времени всех составляющих социализационного процесса. В обществах индустриального типа составляющие социализации в той или иной мере автономизируются друг от друга, что ведет к нарастанию их несинхронности во времени. В обществах "позднего модерна" и/или постмодерновых обществах десинхронизация и автономизация этих составляющих многократно усиливается, а сама социализация предельно растягивается во времени, вторгаясь отдельными своими компонентами в фазу "социальной зрелости", принципиально определявшуюся как лежащую за пределами первичной.

Это связано с изменением характера и параметров протекания других социокультурных процессов. Из наиболее существенных факторов в этом отношении следовало бы назвать:

* принципиальное изменение демографического поведения, акселерацию, иные стратегии построения брачно-семейных отношений;
* увеличение требований к получаемому стандарту образования, длительность и сложность овладения современными профессиями, возрастание квалификационных требований;
* рост территориальной и социальной мобильности, максимальную динамизацию социокультурной жизни, необходимость постоянной корректировки и смены приобретаемых идентичностей;
* предельную урбанизированность образа жизни, его жесткое подчинение временным ритмам, анонимизацию социальных отношений;
* изменение моделей экологического, экономического, политического, культурного и индивидуального поведения;
* влияние массовой культуры, рекламы, средств массовой информации, новых компьютерных и информационных технологий;
* факторы психологического характера (одиночество, стрессы, культурные шоки, психические заболевания и т.д.).

В результате не только размываются этапные границы социализации, возрастает сложность и насыщенность социализационных процессов, но и массовизируются феномены так называемых "опережающей" и "запаздывающей" социализаций, во многом ставится под вопрос сам финитный характер ее первичной формы и возникает необходимость переопределения сути социализации вторичной.

Под последней в социологии традиционно понимали совокупность процессов социально-адаптационного характера, характеризующих изменения в жизни "социально-зрелого" ("взрослого") человека - носителя сформированных личностных структур, автономного и ответственного за самостоятельно принимаемые решения. При таком подходе к трактовке социализации некоторые социологи вообще отрицали необходимость понятийного оформления этих процессов как социализационных, считая возможным рассматривать их в терминах социальной адаптации - приспособления на разных уровнях "включенности" к изменениям социокультурных, жизненных и возрастных ситуаций. Особые, но слабо прописанные проблемы в данном случае представляли собой тематизмы:

* завершения активного жизненного цикла, в связи с чем предлагалось обсуждение разных версий "десоциализации" пожилых людей, сужающих сферу своей социокультурной активности;
* маргинализации и пауперизации тех или иных социальных групп и индивидов;
* ресоциализации отдельных людей, потребность в которой возникала в результате перенесенной болезни или полученной травмы (на чем предметно фиксировались прежде всего психологи);
* кардинальной смены языковой и/или культурной среды (чем занимались прежде всего культурологи и антропологи).

Таким образом, в отличие от более или менее соблюдаемого единства (при всем многообразии дисциплинарных и парадигмальных версий), в понимании сути первичной социализации, наиболее спорным и уязвимым для критики оказался концепт вторичной, что было усилено критической рефлексией процессов, стимулированных обществами.

**2. Социальные институты и их роль в жизни общества**

Социальный институт или общественный институт (от [лат.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) institutum — установление, учреждение) — исторически сложившаяся устойчивая форма организации совместной деятельности людей, реализующих определенные функции в обществе, главная из которых  удовлетворение социальных потребностей.

Слово «социальный институт» употребляется в самых разнообразных значениях. Говорят об институте [семьи](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%8C%D1%8F), институте [образования](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5), институте [здравоохранения](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%BE%D1%85%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), институте [государственной власти](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE), институте [религии](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%8F) и т. д. [Очередь](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%8C) за товарами потребления также будет являться социальным институтом.

Социальный институт или общественный институт — это постоянно повторяющиеся и воспроизводящиеся отношения [людей](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8E%D0%B4%D0%B8) (например: институт брака, институт семьи, институты государственного администрирования), это устойчивая совокупность людей, групп, учреждений, деятельность которых направлена на выполнение конкретных общественных функций; строится эта деятельность на основе определенных норм, правил. Примеры: семья, государство, учреждения образования, здравоохранения.

Различают 4 сферы жизнедеятельности общества, в каждую из которых входят различные общественные институты и возникают различные общественные отношения.

Экономическая — отношения в процессе материального производства (производство, распределение, потребление материальных благ). Институты, относящиеся к экономической сфере: заводы, фабрики, банки, рынки, фирмы.

Социальная — отношения между различными социальными и возрастными группами; деятельность по обеспечению социальной гарантии. Институты, относящиеся к социальной сфере: коммунальные службы, образование, система здравоохранения, система социального обеспечения, предприятия связи, предприятия досуга.

Политическая — отношения между гражданским обществом и государством, между государством и политическими партиями. Институты, относящиеся к политической сфере: государство, парламент, правительство, судебная система, политические партии.

Духовная — отношения, возникающие в процессе создания духовных ценностей, их сохранения, распространения, потребления. Институты, относящиеся к духовной сфере: учреждения системы образования, науки, театры, музеи.

Первое, чаще всего употребляемое значение термина «социальный институт» связано с характеристикой всякого рода упорядочения, формализации и стандартизации общественных связей и отношений. А сам процесс упорядочения, формализации и стандартизации называется [институционализацией](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F).

Процесс институционализации включает в себя ряд моментов.

Одним из необходимых условий появления социальных институтов служит соответствующая социальная потребность. Институты призваны организовывать совместную деятельность людей в целях удовлетворения тех или иных социальных потребностей. Так институт семьи удовлетворяет потребность в воспроизводстве человеческого рода и воспитании детей, реализует отношения между полами, поколениями и т. д. Институт высшего образования обеспечивает подготовку рабочей силы, даёт возможность человеку развить свои способности для того, чтобы реализовать их в последующей деятельности и обеспечивать своё существование и т. д. Возникновение определённых общественных потребностей, а также условия для их удовлетворения являются первыми необходимыми моментами институционализации.

Социальный институт образуется на основе социальных связей, взаимодействия и отношений конкретных лиц индивидов, социальных групп и иных общностей. Но он, как и другие социальные системы, не может быть сведен к сумме этих лиц и их взаимодействий. Социальные институты носят надъиндивидуальный характер, обладают своим собственным системным качеством. Следовательно, социальный институт представляет собой самостоятельное общественное образование, которое имеет свою логику развития. С этой точки зрения социальные институты могут быть рассмотрены как организованные социальные системы, характеризующиеся устойчивостью структуры, интегрированностью их элементов и определенной изменчивостью их функций.

Прежде всего, речь идёт о системе ценностей, норм, идеалов, а также образцов деятельности и поведения людей и других элементов социокультурного процесса. Эта система гарантирует сходное поведение людей, согласовывает и направляет в русло их определенные стремления, устанавливает способы удовлетворения их потребностей, разрешает конфликты, возникающие в процессе повседневной жизни, обеспечивает состояние равновесия и стабильности в рамках той или иной социальной общности и общества в целом.

Само по себе наличие этих социокультурных элементов ещё не обеспечивает функционирование социального института. Для того чтобы он работал, необходимо, чтобы они стали достоянием внутреннего мира личности, были интернализованы ими в процессе социализации, воплотились в форму социальных ролей и статусов. Интернализация индивидами всех социокультурных элементов, формирования на их основе системы потребностей личности, ценностных ориентаций и ожиданий является вторым важнейшим элементом институционализации.

Третьим важнейшим элементом институционализации является организационное оформление социального института. Внешне социальный институт представляет собой совокупность лиц, учреждений, снабженных определенными материальными средствами и выполняющими определенную социальную функцию. Так, институт высшего образования состоит из определенной совокупности лиц: преподавателей, обслуживающего персонала, чиновников, которые действуют в рамках таких учреждений, как вузы, министерство или Госкомитет по высшей школе и т. д., которые для своей деятельности располагают определенными материальными ценностями (зданиями, финансами и т. д.).

Таким образом, каждый социальный институт характеризуется наличием цели своей деятельности, конкретными функциями, обеспечивающими достижение такой цели, набором социальных позиций и ролей, типичных для данного института. На основе всего вышеизложенного, можно дать следующее определение социального института. Социальные институты — это организованные объединения людей, выполняющих определенные социально значимые функции, обеспечивающие совместное достижение целей на основе выполняемого членами своих социальных ролей, задаваемых социальными ценностями, нормами и образцами поведения.

Каждый институт выполняет свою, характерную для него социальную функцию. Совокупность этих социальных функций складывается в общие социальные функции социальных институтов как определённых видов социальной системы. Эти функции очень многообразны. [Социологи](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F) разных направлений стремились как-то классифицировать их, представить в виде определённой упорядоченной системы. Наиболее полную и интересную классификацию представила т. н. «институциональная школа». Представители институциональной школы в социологии ([С. Липсет](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D0%BF%D1%81%D0%B5%D1%82%2C_%D0%A1%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D1%83%D1%80_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD), Д. Ландберг и др.) выделили четыре основных функции социальных институтов:

Воспроизводство членов общества. Главным институтом, выполняющим эту функцию, является семья, но к ней причастны и другие социальные институты, такие, как государство.

Социализация — передача индивидам установленных в данном обществе образцов поведения и способов деятельности — институты семьи, образования, религии и др.

Производство и распределение обеспечиваются экономическо-социальными институтами управления и контроля — органы власти.

Функции управления и контроля осуществляются через систему социальных норм и предписаний, реализующих соответствующие типы поведения: моральные и правовые нормы, обычаи, административные решения и т. д. Социальные институты управляют поведением индивида через систему поощрений и [санкций](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F).

Социальные институты отличаются друг от друга своими функциональными качествами:

1. Экономическо-социальные институты — собственность, обмен, деньги, банки, хозяйственные объединения различного типа — обеспечивают всю совокупность производства и распределения общественного богатства соединяя, вместе с тем, экономическую жизнь с другими сферами социальной жизни.
2. Политические институты — государство, партии, профсоюзы и другого рода общественные организации, преследующие политические цели, направленные на установление и поддержание определенной формы политической власти. Их совокупность составляет политическую систему данного общества. Политические институты обеспечивают воспроизводство и устойчивое сохранение идеологических ценностей, стабилизируют доминирующие в обществе социально-классовые структуры.
3. Социокультурные и воспитательные институты ставят целью освоение и последующее воспроизводство культурных и социальных ценностей, включение индивидов в определенную субкультуру, а также социализацию индивидов через усвоение устойчивых социокультурных стандартов поведения и, наконец, защиту определенных ценностей и норм.
4. Нормативно-ориентирующие — механизмы морально-этической ориентации и регуляции поведения индивидов. Их цель — придать поведению и мотивации нравственную аргументацию, этическую основу. Эти институты утверждают в сообществе императивные общечеловеческие ценности, специальные кодексы и этику поведения.
5. Нормативно-санкционирующие — общественно-социальную регуляцию поведения на основе норм, правил и предписаний, закрепленных в юридических и административных актах. Обязательность норм обеспечивается принудительной силой государства и системой соответствующих санкций.
6. Церемониально-символические и ситуационно-конвенциональные институты. Эти институты основаны на более или менее длительном принятии конвенциональных (по договору) норм, их официальном и неофициальном закреплении. Эти нормы регулируют повседневные контакты, разнообразные акты группового и межгруппового поведения. Они определяют порядок и способ взаимного поведения, регламентируют методы передачи и обмена информацией, приветствия, обращения и т. д., регламент собраний, заседаний, деятельность объединений.

**3. Влияние телевидения и СМИ на процесс социализации**

Влияние СМИ в настоящее время является неоднозначным: детские, юношеские и педагогические православные издания оказывают положительное образовательное и воспитательное влияние на читательскую аудиторию. Развлекательные рекламные СМИ негативно влияют на детей и молодежь, развивая потребительские инстинкты и приучая ее к сомнительным идеалам массовой культуры. В 2001-2003 году российские образовательные учреждения, стремясь к профилактике негативных воздействий СМИ, перешли в режим самообслуживания, создавая собственные СМИ (газеты, журналы, альманахи, школьные и институтские радио и телестудии). Выход из сложившейся ситуации можно увидеть в повсеместном внедрении в учебную программу образовательных учреждений спецкурсов и факультативов по специальности «Медиаобразование», создание методик по проведению конкретных мероприятий, обеспечивающих положительное влияние СМИ на детей и молодежь. Определяя последствия воздействия телевидения, мы должны также постоянно помнить о совокупном (кумулятивном) эффекте. Большинство сообщений или образов, появляющихся на телевидении, мы видим или слышим десятки, если не сотни и тысячи раз. Хотя такое продолжительное воздействие трудно имитировать в лабораторных условиях и проконтролировать в ходе полевых экспериментов, имеются методы, позволяющие его исследовать. Американский ученый Р. Харрис выделяет четыре основных класса поддающихся оценкам последствий поведенческие, установочные, когнитивные и физиологические.

 Поведенческие последствия: в данном случае человек совершает некоторые действия, например проявляет насилие, покупает какой-то товар, голосует на выборах или смеется над комедийным эпизодом, после того как видит, что кто-то ведет себя аналогичным образом.

Установочные последствия: второй класс последствий воздействия телевидения связан с установками людей. Например, посмотрев рекламу, можно стать более высокого мнения о каком-то товаре или политическом кандидате, но приведет ли эта установка к фактической покупке или конкретным действиям во время голосования, уже другой вопрос.

Воздействие установок не ограничивается формированием нашего мнения о том или ином объекте. Под влиянием набора установок может сложиться образ мышления, который будет определять все наше мировоззрение. Такие установки накладывают отпечаток на наше восприятие мира и то, как мы его интерпретируем. Взаимодействие знаний, полученных из телевидения, с нашим жизненным опытом может привести к тому, что называют культивированием. Например, если мы принимаем на веру созданный в полицейском сериале образ большого города, таящего в себе множество опасностей, это представление не только накладывает отпечаток на наши установки по отношению к городам, но также может косвенно повлиять на наши когнитивные и поведенческие модели.

Когнитивные последствия: третий класс последствий когнитивные эффекты (т.е. такие последствия, которые изменяют наши знания и мышление). Наиболее ярким примером здесь будет усвоение новой информации во время просмотра телевидения. Например, телевидение «навязывает повестку дня» очень простым способом: отдавая предпочтение одним событиям перед другими при освещении новостей.

Физиологические последствия: четвертый класс эффектов масс-медиа, которые, вероятно, измеряют реже, но которым начинают уделять все большее внимание, - это физиологические изменения в нашем организме, вызванные воздействием телевидения. К примеру, просмотр фильма ужасов или захватывающего спортивного матча вызывает такие физические изменения, как учащение дыхания и сердцебиения. Даже такой обыденный материал, как телевизионная реклама, может привести к изменениям в частоте сердцебиения и ориентировочном рефлексе и к блокированию альфа - волн, испускаемых мозгом.

Далее необходимо подчеркнуть, что СМИ могут оказывать значительное влияние на общество, но это влияние проявляется лишь в определенных условиях. Люди воспринимают одно и то же сообщение по-разному и реагируют на него различным образом. Например, после просмотра телевизионной программы с элементами насилия зрители не повалят на улицу и не начнут причинять увечья окружающим, но такая программа может подкрепить насильственные тенденции, уже существующие у небольшой части зрителей, и слегка притупить чувствительность у многих других.

**Глава II. Социологическое исследование «Изучение субъективной оценки роли телевидения в формировании взглядов на жизнь»**

Для социологического исследования «Изучение субъективной оценки роли телевидения в формировании взглядов на жизнь» мною был выбран метод анкетирования – письменный опрос 10 человек – 5 мужчин и 5 женщин (от 25 до 35 лет). Данной группе людей задавались вопросы, в ходе которых они должны были оценить роль телевидения в их жизни. В анкете (приложение 1) содержалось одиннадцать вопросов, но мы рассмотрим только шесть основных:

1. Из каких средств массовой информации Вы в основном получаете информацию?
2. Как часто Вы смотрите телевизор?
3. Какие передачи Вы предпочитаете смотреть?
4. Считаете ли Вы, что по телевизору показывают много жестоких фильмов и передач?
5. Как Вы относитесь к рекламе на телевидении?
6. Является ли для Вас просмотр телевизора отдыхом?

Были получены следующие результаты:

* 6 человек получают информацию по телевидению, 3 человека – из интернета, 1 человек – из газет и журналов;
* 8 человек из 10 смотрят телевизор каждый день по несколько часов, 2 человека – один час в день;
* 7 человек предпочитают смотреть развлекательные передачи и фильмы, 2 человека – развлекательные и спортивные передачи, 1 человек – научные передачи и фильмы;
* о том, что по телевизору показывают много жестоких фильмов и передач, мнения разделились поровну: 5 человек (все женщины) ответили «да», 5- «нет»;
* к рекламе 7 человек относятся по-разному, 2 человека – отрицательно, 1 человек – затруднился ответить;
* 2 человека отдыхают, всегда смотря телевизор, 5 человек предпочитают такой отдых иногда, 3 человека предпочитают отдыхать по-другому.

В результате проведенной работы были сделаны следующие выводы:

1. Телевидение играет важную роль в жизни людей, занимая большую часть их свободного времени.
2. Телевидение является основным источником получения информации.
3. 90% опрошенных предпочитают развлекательные телепередачи, 80% - фильмы, из чего можно сделать вывод, что телевидение, в основном, является развлечением и средством отдыха для молодежи.
4. По мнению женской половины опрошенных, нужно показывать меньше передач со сценами насилия и жестокости.

**Заключение**

**Научные исследования подтверждают отрицательное  влияние телевидения на увеличение уровня преступности.** В частности исследованиями  В.И.Ролинского установлено, что уровень преступности в любой стране возрастает через 10-15 лет после появления в ней телевидения с элементами насилия и агрессии. Другой известный эксперт в области информационного пространства Борис Потятиник наводит факты многократного роста подростковой преступности, который  происходил параллельно с наступлением телевидения.

Телевизор разрушает личность, духовно порабощает, ослабляет внимание и волю и приводит как бы в наркотическое состояние. Это можно отнести как к отдельному человеку, так и в целом к обществу. По мнению доктора психологических наук В.Лебедева, «телевидение и пресса может сделать так, что в транс впадет вся страна».

Современный человек не допускает даже мысли, чтобы вообще не смотреть телевизор. Он боится "отстать от жизни", не быть "в курсе" всех событий, уменьшить свой "кругозор". Однако, несмотря на то, что атеист или человек внецерковный смотрит телевизор каждый день, он вроде бы "в курсе", у него, как принято считать, "широкий кругозор", но он не знает истинных причин происходящих событий, сути происходящего и каков будет результат происходящего.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. С. А. Зелинский. Манипулирование личностью и массами. - СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2007.
2. А.Н. Фортунатов. Проблемы истории: философский и культурологический подход. Курс лекций. - Нижний Новгород: Нижегородский гуманитарный центр, 2007.
3. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В.Мочалова. - М.: РИП-холдинг, 2002.
4. Ковалева И.А. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория / И.А.Ковалева //Социологические исследования.- 2003.-№ 1.
5. Трубицына Л.В. Средства массовой информации и психологическая травма; Сост. Е.Е. Пронина // Проблемы медиапсихологии. - М.: РИП Холдинг, 2002 г.

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**АНКЕТА**

**1.** **Из каких средств массовой информации Вы в основном получаете информацию?**

🞎 а) телевидение

🞎 б) интернет

🞎 в) газеты и журналы

🞎 г) другие источники

**2. Как часто Вы смотрите телевизор?**

🞎 а) каждый день по несколько часов

🞎 б) один час в день

🞎 в) три раза в неделю

🞎 г) вообще не смотрю телевизор

**3. Какие передачи Вы предпочитаете смотреть?**

🞎 а) фильмы

🞎 б) спортивные

🞎 в) научные

🞎 г) развлекательные

🞎 д) другие

**4.** **Считаете ли Вы, что по телевизору показывают много жестоких фильмов и передач?**

🞎 а) да

🞎 б) нет

🞎 в) затрудняюсь ответить

**5.** **Как Вы относитесь к рекламе на телевидении?**

🞎 а) положительно, с удовольствием ее смотрю

🞎 б) отрицательно, она мешает и отвлекает от просмотра телепередач

🞎 в) по-разному, смотря какая реклама

🞎 г) затрудняюсь ответить

**6. Является ли для Вас просмотр телевизора отдыхом?**

🞎 а) да, я только так и отдыхаю

🞎 б) нет, предпочитаю отдыхать по-другому

🞎 в) иногда

**7. Ф.И.О. (по желанию)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**8. Ваш пол:** 🞎 мужской 🞎 женский

**9**. **Ваш возраст \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**10. Ваше образование:** 🞎 среднее 🞎 среднее специальное 🞎 высшее

**11. Уровень дохода:** 🞎 низкий 🞎 средний 🞎 высокий