Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Институт управления и предпринимательства в социальной сфере

Специальность менеджмент организации

Курсовая работа

Выполнил студент

дневного отделения

специальности МО – 1(2)

Санайкина Виктория

По дисциплине: Основы медиакультуры

На тему: Анализ телевизионной передачи

Руководитель

Спивакова К.С.

Москва 2009 год

Содержание

Введение

Глава I Анализ принципов функционирования телевидения

Глава II Закон РФ "О средствах массовой информации"

Глава III Социально безответственное и депрессивное телевидение

Глава IV Медиаобразование

Заключение

Список литературы

Введение

Сколько различной гадости внедряется в наш мозг через черный ящик. А ведь забавно: все смотрят, и никто не думает, на что он смотрит. Каковы от этого последствия. Плодотворно ли это влияет на его психическое и эмоциональное состояние. Если откровенно и субъективно, то характеристика нашего телевидения далека от идеала, который должен способствовать нравственному, интеллектуальному и духовному развитию.

По данным опросов различных социологических групп, телевидение является главным источником, как получения информации, так и развлечений почти для 80% жителей России. При увеличении количества телевизионных программ и каналов, качество телепередач становиться крайне невысоким, и они не несут никакого смыслового подтекста. Соответственно и отношение населения страны к данному виду СМИ и СМК неоднозначно. В российском обществе, особенно последнее время, постоянно раздаются заявления о негативном воздействии СМИ, прежде всего телевидения, на психику людей. Чаще всего сейчас произноситься словосочетание «информационная война», под которым подразумевается целенаправленное использование возможностей телевидения и других СМИ для формирования в сознании зрителей или читателей отрицательного или положительного образа тех или иных политических деятелей, партий, организаций и т.п.

Периодически также возникают дискуссии о более широком разрушительном воздействии содержания и методов СМИ на психическое здоровье, нравственность и мировоззрение личности. К сожалению, подобные дискуссии и заявления имеют расплывчатый характер, не опираются на правильно собранные и проанализированные факты. Внимание, прежде всего, должно быть направлено на все, что отражает представления аудитории о тех или иных ценностях, идеалах, мечтаниях. Телевизионная критика в газетах постепенно утрачивает аналитику и трансформируется в информационную печатную журналистику о телевидение: информационные жанры все больше вытесняют аналитические. Газеты все чаще помогают телевидению в привлечении аудитории к тому или иному телевизионному проекту.

Переориентация работников телевидения с интересов аудитории на получение коммерческой выгоды, приводит к тому, что телевидение делает ставку на передачи на криминальную и развлекательную темы. «Наблюдается крайне низкая степень ответственности журналиста не только перед аудиторией, но и перед самим собой» Г. Кузнецов.

Все чаще программы содержат признаки, указывающие на опасность для психического здоровья и нравственности зрителей; содержат этические нарушения.

Таблица 1. – Краткий статистический результат.

|  |  |
| --- | --- |
| Общее количество рассмотренных передач | 9 |
| Общее время передач | 136 мин. |
| Время сюжетов с насилием | 45 мин. |
| Доля сцен со следами насилия во времени | 33% |
| ДТП | 13 |
| Драки с нанесением телесный повреждений | 4 |
| Замерзший человек | 3 |
| Пожары | 4 |
| Убийство | 5 |
| Нанесение побоев ребенку | 2 |
| Грабеж | 2 |
| Найден труп | 6 |
| Теракт | 1 |

«Медийная критика – особая область журналистики, которая призвана помочь обществу в познании новых реалий и тенденций в деятельности СМИ. Она является одновременно и своеобразным способом рефлексии, самопознания современной печатной и электронной прессы, и общественным зеркалом, которое призвано отражать «блеск и нищету» СМИ, оказавшихся в рыночной среде» А. Короченский (доктор филологических наук, профессор).

Целью работы является анализ популярной телевизионной передачи.

Из поставленной цели вытекают задачи:

1) определить роль и место популярной телепередачи как одного из проводников массовой культуры на современном социокультурном этапе;

2) выявить манипулятивные возможности медиатекстов телепередачи;

3) обосновать необходимость введения медиаобразования.

Вопросы влияния телевизионных передач исследуются в научных трудах многих отечественных и зарубежных авторов [Усов Ю.Н., 1995, 2000; Зазнобина Л.С., 1996, 1998; Спичкин А.В., 1999; Шариков А.В., 1991; Федоров А.В., 1999, 2001-2008; Мастерман Л., 1985, 1997 и др.]. В настоящее время разработано немало концептуальных подходов и в сфере влияния телепередач на аудиторию [Левшина И.С., 1983; Полуэхтова И.А., 2003; Собкин В.С., 2000; Федоров А.В., 2001-2008; Шариков А.В., 1991 и др.]

Структура работы: курсовая работа состоит из введения; 4 глав; заключения, включающего выводы и перспективы дальнейшего исследования проблемы; библиографического списка.

Во Введении обоснована актуальность исследования, определена его цель, объект и задачи, раскрывается научная новизна и теоретическая значимость, практическая ценность. Формулируется гипотеза, указываются методы исследования. Отмечаются теоретическая и практическая значимость работы.

В главе I « Анализ принципов функционирования телевидения » описывается, какое информационное воздействие производится на человека.

В параграфе 1. 1 «Анализ жанровой структуры каналов» речь идет о том, что особенности развития современного общества порождают передачи такого типа. («Спрос рождает предложение»).

В параграфе 1. 2 «Краткое содержание передачи. Ее влияние на обстановку в семье» идет краткое описание сюжета и персонажей, рассмотрена проблема возможности этой передачи оказывать социально-деструктивное, манипулятивное воздействие, регулировать и предписывать определенные модели поведения; выражать и отображать оценки действительности.

В главе II «Закон РФ "О средствах массовой информации"» написан непосредственно сам закон.

В главе III «Социально безответственное и депрессивное телевидение» автор приводит факты, подтверждающие негативное влияние этой телепередачи и передач такого типа на аудиторию.

В главе IV «Медиаобразование» идет объяснение необходимости введения медиаобразования и толкование этого термина.

В параграфе 4. 1 «Медиакритика» описывается термин «медиакритика» и его теоретическое и практическое значение.

В параграфе 4. 2 «Развитие критического мышления» автор объясняет причину, по которой возникает необходимость развития критического мышления у людей и способы развития.

В параграфе 4. 3 «Научные труды отечественных и зарубежных авторов» предлагается список ученых и авторов книг (с годами изданий и переизданий), изучающих поднятую проблему.

Заключение содержит общие выводы исследования.

Глава I Анализ принципов функционирования телевидения

Деструктивное информационное воздействие возможно не только как целенаправленная манипуляция (обман, клевета, намеренное воздействие на бессознательные структуры психики и т.п.), но и как информационное загрязнение социально-психологической среды человека, создающееся в результате гуманитарной и психологической неподготовленности производителей и распространителей информации, а нередко и в результате беспринципной гонки за прибылью и зрителем (слушателем, потребителем, читателем).

В качестве объекта анализа автор выбрал одну из наиболее известных и «смотрибельных» передач.

Анализ жанровой структуры каналов показал, что пять из десяти программ относятся к телесериалам, 30% от списка занимают развлекательные программы и 20% - новости. Данное распределение по жанрам полностью совпадает с общемировыми тенденциями телесмотрения: в списках десяти лучших программ за 2009 год по 73 странам мира в среднем около 46% передач относятся к жанру кино (сериалы, теленовеллы, мыльные оперы, художественные фильмы). Второй по популярности жанр – развлекательные передачи (36%). На третьей строке с 18% находятся новости. (Eurodata TV) Если анализировать то, в какие дни недели выходили программы, попавшие в десятку лучших в России, здесь явное лидерство за буднями: 7 из 10 передач. С одной стороны, данный результат вполне закономерен, так как будних дней в принципе больше. С другой стороны, общий объем рейтингов в выходные дни выше, чем в будни, поэтому вероятность попасть в топ у программ, выходящих в субботу или воскресенье, априори больше. Дальнейший анализ показал, что скорее всего, на распределение топа по дням недели оказываю влияние позиции каналов-лидеров в различные части недели. Лидерами российского телевизионного рынка являются «Первый канал» и «Россия».

Самым дегенеративным, на взгляд автора, каналом из общедоступных является ТНТ. А самой дегенеративной телепередачей является «Счастливы вместе».

Папа — неудачник, без стабильной заработной платы, тюфяк, находящийся под каблуком у жены. Дегенерат или быдло, который не упустит повода, чтобы дать кому-нибудь по физиономии, напиться пивом и сходить в стриптиз бар попускать слюни на голых девиц.

Мама — туша, просиживающие жизнь на диване. Не хозяйственная и безответственная. Не приносящая дохода в семью, не хранящая семейный очаг, не занимающаяся детьми. Дом в грязи и вони. Курит, унижает мужа. Дочь - полная дегенератка. Аналитическое мышление полностью отсутствует. Тупая. Не способная адекватно воспринимать мир. Более подходит под категорию «девушка легкого поведения».

Сынок — лузер, с кучей комплексов, которым сопутствуют вечные неудачи с женским полом. Способный к адекватному мышлению. Не глупый, но убогий. Из семейки самый положительный персонаж, но также дегенерат.

Итак, вот такая у нас картина. Каким образом теперь это на нас влияет, несет ли плодотворное воздействие, стимулирует ли к чему-то. Нет. За просмотром сериала, смотрим на деградирующую семью, деградируем сами. Незаметным образом, все забавно и смешно. Смотрим шуточки, и сами не замечаем, как вырабатывается определенная линия поведения, схожая с семьей Букиных. Мозгу проще всего идти по уже протоптанной дорожке, не искать новых путей. Пример с низа. Ситуация, папа говорит маме: «Приготовь поесть»,- она говорит, чтоб еду для собак поел. Смотрим. Проходит тропинка в мозгу. Затем жизнь, подобная ситуация. Шутка, отговорка, либо подобное, пусть не такое, действие, но происходит уже по известной дорожке. Повторяем то, что видели, слышали когда-то, что вызвало у нас бурные овации, эмоции, приступы смеха или похвалы, не замечая того, и не отдавая себе отчета, совершаем действия подобные семьи Букиных.

Глава II Закон РФ "О средствах массовой информации"

Закон РФ "О средствах массовой информации". Статья 4. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости. (в ред. Федерального закона от 19.07.95 № 114-ФЗ)

Запрещается использование в теле-, видео-, кинопрограммах, документальных и художественных фильмах, а также в информационных компьютерных файлах и программах обработки информационных текстов, относящихся к специальным средствам массовой информации, скрытых вставок, воздействующих на подсознание людей и (или) оказывающих вредное влияние на их здоровье. (в ред. Федерального закона от 19.07.95 № 114-ФЗ).

Глава III Социально безответственное и депрессивное телевидение

Содержатся ли в данной программе признаки, указывающие на опасность для психического здоровья и нравственности зрителей? Содержит ли данная программа этические нарушения? Бесспорно! Признаки, указывающие на опасность для психического здоровья и нравственности зрителей, очевидны.

●Подчеркивание и нагнетание негативных аспектов реальности.

●Демонстрация социально-патологических моделей поведения.

●Существенная зависимость психики и поведения человека от ситуационных (внешних) факторов. Существенное влияние моделирования и примера на психику и поведение человека. Ограниченность обыденной человеческой психики, препятствующая точному восприятию реальности и способствующая влиянию на поведение, эмоции и мышление в обход сознания.

● Взаимодополнительность различных факторов воздействия на психику человека. Существенный удельный вес в сознании человека социально-психологических автоматизмов (стереотипов), создающих возможность манипулятивного воздействия.

●Экспериментальные факты, доказывающие реальную зависимость состояния и поведения людей от содержания просматриваемых телевизионных передач.

●Усугубление искаженного восприятия действительности под воздействием односторонней информации.

●Притупление эмоций и нравственности в результате частого восприятия сцен жестокости.

Произошла окончательная переориентация аудитории от печатного текста к аудивизуальному. Огромную значимость для человека приобрели масс-медиа, становясь для человека средством восприятия, познания и освоения окружающего мира.

Медиа, являясь, одним из важнейших источников социализации личности, отрывают людей от реальности, предлагая целую индустрию ощущений взамен полноценных отношений, а также готовые образцы мыслей и поступков, оказывая манипулятивное воздействие на аудиторию.

Глава IV Медиаобразование

Конечно, не все подобные передачи несут негативную информацию. Но многие.

Способ решения проблемы может стать медиаобразование. Это предлагают Я. Засурский, А. Короченский, А. Федоров, А. Шариков и некоторые другие российские ученые, считая, что Медийная критика как одна из областей современной журналистики должна стать частью гражданского медиаобразования посредством СМИ, войти в программы школьного и вузовского обучения. Критическому восприятию медийного содержания необходимо обучать со школьного возраста.

Медиакритика представлена в сети Интернет. Во многих сетевых СМИ (например, www.utro.ru, www.dni.ru, www.gazeta.ru, www.smi.ru и других) регулярно публикуются обзоры телевизионных передач. Есть и отдельные сайты, посвященные данному направлению в журналистике. Первый в России интеренет-журнал медиакритики и медиаобразования создан авторской группой под руководством доктора филологических наук А.Короченского - www.mediareview.by.ru. Здесь публикуются оперативные статьи и обзоры состояния медиакритики в современной России и за рубежом. Также девятого июня 2005 года был запущен проект www.telekritika.ru ориентированный в том же направлении.

В отличие от России, практика медийной критики в зарубежных странах богаче. Высшие учебные заведения выпускают периодические издания для журналистов-профессионалов и простых граждан, слабо подкованных в этих вопросах, посвященные проблемам саморегулирования СМИ и журналистского сообщества. Медийная критика рассматривается как одна из необходимых форм медиаобразования, в частности, развитию способностей, уровня оценки и эстетического воспитания, постоянному повышению способностей каждого гражданина к критическому восприятию медийного содержания. Необходимость развития критического мышления аудитории очевидна, однако не в смысле абсолютно негативного и все отрицающего. Речь идет о развитии умений ставить перед собой проблемы и вопросы, искать объяснение непонятной информации, анализировать, интерпретировать, оценивать медиатексты, находить в них скрытый смысл, выявлять манипулятивные возможности. А это посильно только медиакомпетентному, медиаобразованному человеку.

От системы образования, ее качества и концепции во многом зависит развитие подрастающего поколения, в связи с чем особую актуальность приобретает медиаобразование, которое «Российская педагогическая энциклопедия» трактует как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами закономерностей массовой коммуникации (прессы, радио, кино, видео и тому далее). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, владеть способами общения на основе невербальных средств коммуникации с помощью различных технических средств [Медиаобразование//Российская педагогическая энциклопедия, 1993].

Социальная обусловленность человеческой психики, ее конструирование и программирование посредством социальных и информационных воздействий и вопросы медиаобразования исследуются в научных трудах многих отечественных и зарубежных авторов [Усов Ю.Н., 1989, 1993, 1995, 2000; Зазнобина Л.С., 1996, 1998; Спичкин А.В., 1999; Шариков А.В., 1989, 1991; Федоров А.В., 1989, 1990, 1994, 1999, 2001-2009; Мастерман Л., 1985, 1997 и др.]. В настоящее время разработано немало концептуальных подходов и в сфере влияния телепередач на аудиторию [Левшина И.С.,1983; Полуэхтова И.А.,2003; Собкин В.С., 2000; Федоров А.В., 2001-2008; Шариков А.В., 1991 и др.], развития критического мышления [Мастерман Л., 1993, 1997; Симэли Л.М., 2000; Стил Дж., Меридит К., Темплер Ч.,Уолтер С., 1997; Брайан Дж., Томпсн С., 2004; Заир-Бек С.И., Муштавинская И.В., 2003, 2004 и др.].

Заключение

1. Содержание большинства медиатекстов такого вида телепередач, рассчитанных на молодежную аудиторию, не соответствует требованиям информационной безопасности по ряду критериев: ценностному (доминирующие ценности – материальные); поведенческому (демонстрация вседозволенности, фривольного поведения); личностному (потребительское отношение ко всему и ко всем, цель оправдывает любые средства и т. д.); познавательному (уровень познавательной информации очень низок, в большинстве такого рода телепередач он сводится к демонстрации бытовизма и праздного существования). Особенно значимой в таком контексте представляется проблема информационно-психологической безопасности личности, которая должна осуществляться средствами различного рода защиты от негативного информационного воздействия.

2. Актуальным и действенным представляется развитие у аудитории умений выявления признаков скрытого психологического воздействия и противодействия им. Необходимое условие для этого - развитие критического мышления, которое в свою очередь, дает возможность ориентироваться в медийной среде, анализировать, исследовать и оценивать медиатексты (например, телевизионные). В этой связи важное значение приобретает такая предметная область, как медиаобразование, которое, в свою очередь, придает базовую значимость развитию критического мышления - как необходимого условия для компетентной ориентации в медийном поле, для умений адекватно анализировать, исследовать и оценивать информацию, которая приходит по каналам масс-медиа.

Эффективность такого развития в процессе медиаобразования может быть достигнута при условиях разработки и внедрения педагогической модели, направленной на развитие у данной аудитории критического мышления по отношению к медиатекстам популярных молодежных телепередач.

Список литературы

1. Винокурова Г.В. «Актуальные проблемы права СМИ. Материалы Первой российско-американской конференции». Под ред. А.Г.Рихтера, В.В.Чернышова.— М.: “Право и СМИ”, 1997.— 184 с.

2. Винокурова Г.В. «Актуальные проблемы саморегулирования СМИ» Под ред. А.Г.Рихтера, В.В.Чернышова. — М.: Институт проблем информационного права, 2005. — 628 с.

3. Давтян С.Л. Российские средства массовой информации, власть и капитал: к вопросу о концентрации и прозрачности СМИ в России.— М.: Центр "Право и СМИ", 1999. — 80 с.

4. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. М. Фирма Гардарика, 1996.— 296 с.

5. Короченский А.П.. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка”. Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону. 2002, 272 с.

6. Рихтер А.Г.. «Правовые основы журналистики». М. Изд-во Моск. ун-та, 2002. - 350 с.

7. Адамьянц Т. Отечественные СМИ как предмет общественных дискуссий / Т. Адамьянц // Журналист. – 2009. – № 2. – С. 22 – 23.

8. Богданова О. Рекорды смеха мы бьем на диване / О.Богданова, М.Чичиков // Комсомольская правда. – 2009. – 22.VI. – С.4.

9. Донец Л. Телевидение – наше «все» / Л.Донец // Искусство кино. – 2009. – № 1. – С.1

10 Ответственность средств массовой информации // Независимая газета. – 2009. – 14.VI. – С.6.

11.http://market-pages.ru

12. http://www.mediakomitet.ru

13. http://mediart.ru

14. http://www.mngt.ru