Федеральное агентство по образовании.

Государственное учреждение высшего профессионального образования

Пермский государственный университет

Березниковский филиал

Кафедра психологии

Курсовая работа студентки 4 курса

заочного отделения

по специальности «Психология»

Миннахметовой М.Г.

научный руководитель

преподаватель кафедры психологии

Гришина А.Е.

г. Березники 2004 г.

Содержание

Введение

Глава I. Теоретическая часть

1.1. Описание интересов, виды интересов, их взаимодействие

1.2. Особенности профессиональных интересов у медработников

1.3. Описание СМИ

1.4. Влияние СМИ на интересы

Глава II. Экспериментальная часть

2.1. Описание выборки

2.2. Описание методов исследования

2.3. Полученные результаты и их интерпретация

- Описание результатов анкетирования

- Описание результатов тестирования

- Методика по определению структуры интересов

- Методика Йоваши

Выводы

Заключение

Литература

ВВЕДЕНИЕ

Проблема изучения интересов медработников актуальна в связи с социально-экономическими и социально-политическими изменениями в нашей стране. Финансовый кризис привел к снижению престижности такой профессии как врач. Наряду с этим возрастает уровень требований к профессиональной деятельности врача.

По мнению Рубинштейна С.Л. [18,с.525-526] успешность профессиональной деятельности зависит от направленности личности. Одной из ведущих характеристик личности является ее направленность. В свою очередь наиболее ярко характеризует направленность личности ее интересы. Направленность личности социально обусловлена и ее формирование происходит в процессе воспитания. Неотъемлемой частью социализации в последнее время стали средства массовой информации. Зависимость интересов различных слоев населения от СМИ изучали Зиллман Н.Г.

[21,с.62], Ирон Н.А.[21, с.323], Лассвел К.И.[21, с.160], Бусселле Р.Г[21, с.335], Товлес М.Т [21, с.335] и другие. Об эмоциональной стороне восприятия СМИ писал Зиллман Н.Г.[21, с.62], о том, какое влияние оказывают СМИ на мораль и нравственность людей писали Лассвел К.И.[21,с.160] и Тюхманн Б.Б.[21, с.161]; о влиянии СМИ на агрессивность писали Гроссман Н.А.[21, с.305] и Хьюсман К.А[21, с.305]; проблемами сексуального насилия занимались Греенберг М.Л.[21, с.335], Бусселле Р.Г.[21, с.335] и Товлес М.Т.[21, с.335].

Но вопрос о влиянии СМИ на медработников недостаточно исследован.

Проблема:

Изучить особенности интересов

Объект исследования:

Интересы медработников

Предмет исследования:

Условия формирования интересов медработников.

Цель исследования:

Описать влияние СМИ на интересы медработников.

Гипотеза

Количество проведенного времени у телевизора влияет на интересы

медработников.

Задачи исследования:

1. Выявить и описать состояние проблемы в научной литературе.

2. Описать особенности СМИ.

3. Обобщить условия формирования интересов

4. Рассмотреть и описать диагностические методы, используемые для изучения интересов.

5. Провести экспериментальное изучение интересов медработников.

6. Выявить особенности интересов у медработников, затрачивающих

на просмотр телевизионных передач значительное количество времени.

**Глава I. Теоретическая часть**

**1.1. Определение интересов и их характеристика**

Существует несколько подходов в определении понятия «интерес». Интерес – мотив или мотивационное состояние, побуждающее к познавательной деятельности. В условиях формирования познавательной деятельности содержание интереса может все более обогащаться. [8,стр.140].

По С.Л. Рубинштейну [8, стр.525], интерес в психологическом смысле слова является специфической направленностью личности, которая лишь опосредованно обусловлена осознанием ее общественных интересов.

Интерес – форма проявления познавательной потребности, обеспечивающая направленность личности на осознание целей деятельности и тем самым способствующая ориентировке, ознакомлению с новыми фактами, более полному и глубокому отражению действительности. [9,11,13, 25].

По Л.М. Фридману [20, стр.140], интерес – потребность личности в определенных предметах и видах деятельности, как источниках желанных переживаний и средствах достижения желанных целей, выступает в качестве мотива к деятельности.

**Характеристика интересов.**

**Широта интереса.**

По С.Ю,Циркину [22, с.25] оценка широты или узости интереса человека определяется их содержательностью и значением для развития личности.

**Устойчивость интереса.**

Устойчивость интереса выражается в длительности его сохранения и в его интенсивности. Об устойчивости интереса свидетельствует преодо-ление трудностей в осуществлении деятельности, которая сама по себе интерес не вызывает, но выполнение которой является условием осуществления интересующей человека деятельности.[16,22].

**Отличительные особенности интереса.**

Интерес – это сосредоточенность на определенном предмете мыслей, вызывающая стремление ближе ознакомиться с ним, глубже в него проникнуть, не упускать его из поля зрения. Интерес – тенденция или направленность личности, заключающаяся в сосредоточенности ее помыслов на определенном предмете.[15, стр.525-526].

По А.Г. Маклакову [12, стр.512], одной из наиболее существенных характеристик интереса является то, что при его удовлетворении он не угасает, а, наоборот, вызывает новые интересы, соответствующие более высокому уровню познавательной деятельности.

С.Ю. Циркин [22, стр.25] считает, что удовлетворение интереса может приводить: 1) к его угасанию и 2) к его дальнейшему развитию в виде возникновения новых интересов более высокого уровня. Тем самым интерес выступает в качестве побудительного механизма познания.

Субъективно интерес обнаруживается в эмоциональном тоне, который приобретает процесс познания во внимании к объекту интереса.[9,12,18].

С.В.Голубев [7, стр.66] предлагает следующую классификацию интересов и соответствующую систему их взаимодействия в структуре личности. Он выдвигает 3 основания различий:

1) по целям и характеру предполагаемого результата – на материальные (практические) и духовные (идеальные);

2) по степени общности, широте охвата социальной реальности – на интересы общего характера и частного характера;

3) по продолжительности и актуальности для индивида – на временные и постоянные.

Интересы классифицируются по содержанию, т.е. по их предметной отнесенности, по широте предметного содержания; по глубине, т.е по их укореннености в системе потребностных отношений личности; по их устойчивости, по силе; по длительности.[8, с.140-141].

По С.Л. Рубинштейну , в интересе к тому или иному объекту обычно различают непосредственный и опосредованный интерес. Непосредственный интерес вызывается привлекательностью объекта, а опосредованный интерес направлен к объекту как к средству достижения целей деятельности.[18, стр.526-527].

По В.Г. Асееву [2, с.9] осознание объективного интереса может создавать мнение, что интерес является субъективным фактором, особенно тогда, когда он осознан.

Осознанный интерес выступает как мотив, намерение, сознательно поставленная цель.[11, с.107].

**Возникновение и развитие интереса.**

Интерес возникает на основе познавательного влечения (желания) к той или иной области действительности.[8,18].

**Переход интереса в склонность.**

Интерес в динамике своего развития может превратиться в склонность. Это происходит тогда, когда в интерес включается волевой компонент. Склонность характеризует направленность индивида на определенную деятельность. Основой склонности является глубокая устойчивая потребность индивида в той или иной деятельности. В качестве основы склонности также может выступать стремление совершенствовать умения и навыки, связанные с потребностью. Принято считать, что возникшая склонность может рассматриваться в качестве предпосылки к развитию определенных способностей. [12, стр.512.]

**Взаимодействие интересов.**

Пристальное внимание проблеме взаимодействия интересов в ракурсе возможности их реализации уделено в работе Бернацкого В.О. «Само взаимодействие интересов есть условие и принципиальный способ их реализации. В этом заключена цель и задача любого отдельного общественного формирования, а процесс реализации – это завершающий этап взаимодействия интересов».[3, с.76].

**1.2.Особенности интересов у медработников**

По С.Л. Рубинштейну [18,с.534], значение выбираемой профессии и профессионализации в целом определяется субъективной оценкой той роли, которую они призваны сыграть в индивидуальной жизни личности.

Профессиональное развитие личности - это формирование у человека возможностей (прежде всего способностей) и мотивов, оптимально соответствующих требованиям деятельности, ее целям, содержанию и условиям реализации. [24, стр.13]. Профессиональная деятельность является важнейшей стороной жизнедеятельности человека, которая обеспечивает полную самореализацию личности, актуализацию всех ее возможностей.[40,с.25].

По А.В. Брушлинскому [4, с.20] мотивы деятельности не являются изначально полностью сложившимися, они тоже формируются по ходу психического как процесса. Д.Е. Супер [30, с.736] разбил профессиональный путь человека на 5 этапов, акцентируя внимание на выяснении индивидуумом своих склонностей и способностей: этап роста, этап исследования, этап упрочения карьеры, этап сохранения достигнутого и этап спада. Профессиональная мотивация это элемент профессионального самосознания субъекта труда. Анализ деятельности врача позволяет выделить мотивационный компонент, который представляет собой сложную систему отношений личности: от интереса к медицине к потребностям, от потребностей к мотивам развития, от мотивов к сложной мотивационной сфере, которая является сущностной характеристикой профессионализма врача. [10,25,32,37].

Производительная мотивация обусловливает заинтересованное отношение к деятельности, активную направленность на социально-значимые объекты.[15, с.37-39]. Машин В.А. выделяет две формы психологической регуляции профессионального становления: индивидная и личностная. Для индивидной формы характерно стремление к поддержанию соответствия между человеком и требованиями той деятельности, которую он выполняет. Личностная регуляция определяется ломкой старых способов и средств деятельности. [39, с.144-149].

Врачебная деятельность относится к сложным видам труда, требующего от субъекта разносторонней образованности, непрерывности процесса профессионализации, выполнения различных структурированных видов деятельности, операций и манипуляций, предъявляющих к субъекту специфические требования.[33,34,35,36].

Профессионально-личностные кризисы развития врача являются предметом многих психологических исследований.[38, с.21-29].

**1.3. Описание СМИ**

Средства массовой информации – массовая коммуникация. Массовая коммуникация это распространение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей.[6, с.699].

Использование СМИ.

**Радио** в большей степени, чем телевидение, адресовано аудитории, относящейся к конкретной возрастной категории и имеющей определенные интересы (например, существуют станции, передающие музыку различных жанров, в частности классическую, эстрадную, ретро и т.д.). Дети, не достигшие подросткового возраста, мало слушают радио, но оно является одним из основных элементов подростковой и молодежной культуры. Во всем мире радио является наиболее доступным СМИ. Особенно большое значение оно играет в отсталых обществах, поскольку не требует овладения грамотой и по сравнению с телевизорами радиоприемники стоят относительно недорого и могут хорошо работать на батарейках. В отличие от телевидения и печатных СМИ выпуск радиопрограмм, особенно в разговорном и музыкальном формате, требует сравнительно небольших затрат. Подобные разговорные передачи могут, как облагораживать слушателей, так и взывать к низменным чувствам.

Газеты в большей степени, чем телевидение или журналы, отличаются локальной направленностью, являясь основным источником местных новостей, рекламы, сплетен. Наиболее читаемыми являются спортивные разделы газет, а к самым заядлым читателям относятся, как правило, те группы населения, которые реже смотрят телевизор: это люди старшего возраста, лучше образованные и имеющие более высокий социально-экономический статус. Читатели газет бывают обычно заняты разнообразными видами деятельности и хотят быть в курсе событий. Они чаще, чем не читающая публика, смотрят также программы телевизионных новостей. По Н.А. Богарту [21, с.28] и К.И. Стону[21, с.28] те, кто следит за новостями, обычно пользуются обоими источниками; люди, не читающие газеты, не смотрят и программы теленовостей.

Журналы сочетают в себе характерные для газет долговечность и возможность более глубокого освещения материала с визуальной привлекательностью телевидения. Читателями журналов являются в основном взрослые люди, но существуют и детские журналы и журналы для подростков, которые помогают развивать у детей привычку к чтению и работе с печатными источниками информации.

Реклама это разновидность информации, которая является одним из важнейших путей получения знаний о мире и о производимых в нем продуктах. Реклама рассчитана на подсознательное восприятие людей, благодаря которой создается образ новой реальности, которая затем становится для потребителя образом окружающего мира. (например, реальность, полная опасностей, в которой человеку необходимо приобретать дверные замки и оружие; реальность людей, которые озабочены социальным статусом и которых человек должен постоянно впечатлять своей одеждой и собственностью).

Телевидению посвящено большинство исследований массовой коммуникации. Основной причиной этого является то количество времени, которое мы затрачиваем на просмотр телепередач.

По Н.А. Кубею [21, с.25] в среднем на просмотр телевизора тратится более 7 часов в сутки (свыше 8 часов – в домах, где имеется кабельное телевидение), причем среднестатистический взрослый или ребенок смотрят телевизор от 2 до 3 часов ежедневно; из повседневных видов деятельности больше времени человек тратит только на работу и сон.

По К.И. Кондри [21, с.25] наиболее заядлыми телезрителями являются пожилые люди. Другие группы населения, проводящие много времени у телеэкрана – это женщины и малообеспеченные люди.

Телевидение отражает и описывает мир, который окружает нас. Практически всю информацию мы получаем при помощи телевидения: новости, которые влияют на нашу оценку происходящих в мире событий; нравственные ценности и их влияние на общество; спортивные новости; сцены насилия на экранах телевизоров; освещение политических дебатов между кандидатами; сексуальная информация и многое другое.

Другие СМИ. Не существует единого мнения в отношении того, какие иные СМИ следует относить к массовой коммуникации. Границы здесь становятся все более расплывчатыми. И кино, и видео, и факсы, и Интернет обладают отдельными, но не всеми характеристиками массмедиа. По Н.К. Джоветту [21, с.29] и В.В. Линтону [21, с.29] кинофильмы играют в общественной культуре роль аналогичную массовой коммуникации, особенно в настоящее время, когда технология видео позволяет смотреть фильмы в телевизионном формате. Возможности Интернета, а также факсов, обеспечивающих широкое распространение материала, позволяют этим системам действовать в качестве традиционных печатных и электронных СМИ.

Реклама это разновидность информации, предназначенная для переработки и являющаяся одним из важнейших путей получения знаний о мире и о производимых в нем продуктах. Реклама рассчитана на подсознательное восприятие людей, благодаря которой создается образ новой реальности, которая затем становится для потребителя образом окружающего мира.

**1.4. Влияние СМИ на интересы**

Телесериалы.

В данной работе влияние СМИ будет рассматриваться на примере телевидения, а именно телесериалов.

Телесериалы обосновались на нашем телеэкране давно и прочно. Их популярность стала известна. Сегодня телевизионные каналы состязаются за аудиторию «мыльных опер», ибо сериал гарантирует высокий рейтинг зрительских предпочтений. По опросам любят смотреть телесериалы 53% зрителей. Старшее поколение смотрит телесериалы не только чаще, но и регулярнее. Любят смотреть телесериалы и женщины. Среди тех, кто смотрит телесериалы регулярно, они составляют 74%. В соответствии с интересами зрителей большая часть их любит смотреть латиноамериканские сериалы. Этот интерес к сериалу принципиально отличается от других видов интереса, который могут вызывать у нас новости, викторины и фильмы. Самая заметная черта сериалов – их продолжительность. Наиболее успешные американские проекты насчитывают несколько тысяч серий (российская индустрия сериалов еще не развита, поэтому обычно отечественные сериалы состоят из 30-50 серий). В идеале сериал может длиться бесконечно, регулярно появляясь на экранах в одно и то же время. Главное в сериале - неспешное развитие сюжета, когда можно пропустить несколько серий, но быть всегда в курсе событий. На раскрутку сериала всегда требуется время. Первые 15 – 20 серий обычно оставляют зрителя равнодушным, но затем интерес к сериалу резко возрастает. По данным опроса, 22% смотрят сериалы, потому что сериалы - это компенсация неудач путем погружения в мир любимых героев, 16% - смотрят сериалы для того, чтобы занять воображение, 14% зрителей ощущают чувство расслабленности и спокойствия при просмотре телесериалов, 12% - зрителей избавляются при помощи сериалов от скуки.[19, с.54-57].

Мораль и нравственность СМИ.

По К.А. Лассвелу [21, с.160-161] , телевидение берет на себя роль учителя нравственности, «передает от поколения к поколению некие оставшиеся в наследство моральные нормы». Тем не менее, сама суть этого социального наследия еще бурно обсуждается. Несмотря на то, что в немногих репортажах СМИ, радио и телепередачах явно просматривается мораль, но намеки на те или иные нравственные ценности встречаются всегда, в особенности на ТВ. С одной стороны, СМИ можно считать непосредственным отражением нравственности самого общества. Если общество не придерживается пуританской морали, это отразится и в СМИ. Если определенные религиозные ценности доминируют в обществе, в массмедиа они тоже будут преобладать. С другой стороны, массмедиа можно считать катализатором изменений общественных нравов. Ценности СМИ необязательно совпадают с общественными ценностями и моралью, в то же время СМИ могут невольно придавать большее значение одним понятиям и снижать значимость других. СМИ как распространитель нравственности – самая трудная тема для эмпирических исследований. Хотя много дискутируют и рассуждают о воздействии массмедиа на общественные ценности, существует очень мало хороших исследований, которые бы дали четкие ответы на все вопросы. Проводились эксперименты, в которых исследовался характер ценностей, проповедуемых в массмедиа, и воздействие СМИ на мораль.

Семейные нравы.

Семейные нравы – расхожее выражение в рассуждениях социологов и политиков 90-х годов. Тем не менее, для разных людей оно имеет разное значение, потому что существует много ценностей, относящихся к семье и взаимоотношениям между ее членами. Современные СМИ представляют причудливое сочетание полной свободы и традиционных консервативных нравов. Это сочетание проявляется и в отдельных областях, относящихся к теме семейной морали и ценностей.[21, с.164].

Модели семьи.

Сейчас на телевидении гораздо больше различных моделей семьи, чем в 50-е или 60-е годы, хотя это разнообразие возникло лишь с середины 70-х годов. Сейчас на телевидении уже не изображают детей исключительно из благополучных семей, у которых есть отец и мать. В последние годы в фильмах представлены самые разные семейные ситуации, в том числе дети, живущие с разведенными родителями. Попадается и несколько необычных «семей», включая овдовевшего отца, холостого дядю и приходящего любовника или разведенную женщину-хозяйку, ее ребенка и мать. Тем не менее, типичен все же паттерн традиционной цельной семьи. Контент анализы показывают, что в целом телевизионная семья изображается позитивно. Это идеальная семейная пара, в которой не существует противоречий и конфликтов. Между членами семьи устанавливаются отношения сотрудничества и помощи. Конфликты существуют, но чаще всего между детьми-ровесниками, и обычно эти конфликты легко разрешаются, на улаживание телевизионной семейной ссоры требуется максимум полчаса. В семье соблюдается взаимная забота и уважение.

По М.С. Ларсону [21, с.164], семейное счастье никак не связывается с финансовым положением, изображается единая и прочная семья среднего класса, конфликты происходят лишь в богатых семьях. Наиболее общее во всех семейных ценностях на телевидении – это солидарность (поддержка, верность и любовь к семье). Это наиболее ясно видно в семейных комедиях. Их главная тема - семья важнее денег, власти, жадности, статуса или карьеры.

Освещение политических дебатов в СМИ.

В программах телевидения политика является одной из важных тем. Политические компании, кандидаты и вопросы политики подробно описываются в прессе и на телевидении. Некоторые аспекты политических кампаний освещаются очень подробно, а другие описываются поверхностно. Это зависит в большей степени от того, насколько значительны и информативны те или иные события. Во-первых, внимание прессы приковано к важным заявлениям политиков, во-вторых :любая грубая ошибка, совершенная кандидатом в длинной предвыборной гонке всегда привлекает пристальное внимание. В третьих, СМИ привлекает любой вид живой реакции на политическую речь или событие.

Спортивные события.

Спортивные массмедиа – неотъемлемая часть сознания любого современного человека, даже если он и не интересуется спортом. Мы узнаем новости спорта через СМИ, в частности через телевидение. Объединение спортивных событий и телевидения стало настолько повсеместным и принятым , что мы не замечаем того большого влияния, которое телевидение и другие СМИ оказывают на сами игры. С 50–х годов постоянно возрастало количество спортивных передач и трансляций, пока наконец к середине 80-х спорт не охватил 15% всех коммерческих программ. Спортивные передачи смотрит большое количество зрителей, телевидение теперь финансирует многие профессиональные и любительские спортивные соревнования. С годами аудитория телевизионных программ стала больше и ее значение возросло по сравнению с аудиторией спорткомплексов, а сам спорт изменился и адаптировался к нуждам и желаниям ТВ.

По К.Н. Куиперу [21, с.197-198] спортивные репортажи приобрели столь важное значение, что проводились даже научные исследования языка спортивных комментаторов.

Агрессия В СМИ.

Реальность СМИ, воспринимаемая зрителем, в особенности телевидение довольно жестоки. Примерно в 90% телефильмов встречаются сцены драки насилия. Насилие – это причинение намеренного физического ущерба другому человеку. Негативные социальные условия влияют на рост насилия в обществе гораздо сильнее, чем телевидение. Также накладывают от- печаток негативные модели отношений в семье или среди сверстников.

По Н.Г. Комстоку [21, с.301-304] насилие на телевидении провоцирует совершение 5-15% актов насилия. И ученых и авторов книг о насилии в СМИ больше всего интересует возможные последствия наблюдения за жестоким поведением. Первый эффект от такого поведения – это моделирование поступка, когда человек в реальной жизни начинает подражать поведению симпатичных ему телегероев. Второй эффект непосредственного воздействия насилия для зрителей – это чувство страха.

По Р.П. Кантору [21, с.301-304] и А.Л. Оливеру [21, с.301-304] практически все взрослые помнят, как в детстве или юности испытывали страх или ужас после просмотра того или иного фильма. Воспоминание об этих фильмах и сами впечатления ужаса надолго сохранялись в их памяти.

**Глава II. Экспериментальная часть**

**2.1. Описание выборки**

В исследовании участвовали 30 медработников женского пола в возрасте от 20 до 58 лет, средний возраст - 31, 47. Стаж работы составляет от 9 месяцев до 35 лет, среднее значение – 11, 8. В экспериментальную группу вошли респонденты, положительно ответившие на вопрос № 2 (а, б, в,г,д) анкеты. В контрольную группу вошли респонденты, положительно ответившие на вопрос № 2 (е). В результате распределения в экспериментальную группу вошли – 11 человек, а в контрольную – 19 человек.

**2.2 Описание методов исследования**

В ходе исследования была использована анкета, выявляющая особенности интересов [41,с.105-111], методика «Структура интересов» [42, с.389-395] и методика «Йоваши».

Анкета состоит из 13 вопросов, к каждому из которых предлагается выбрать один, при необходимости два-три, но не больше. Если в списке нет того ответа на вопрос, который респондент считает правильным, можно написать свой собственный вариант ответа.

1. Что Вам больше всего нравится делать в свободное время?

а) смотреть телевизор

б) смотреть видео

в) встречаться с друзьями, подругами

д) ходить в кино

е) слушать музыку

ж) ходить в театры, на выставки

з) другое

2. Какое количество времени вы тратите на просмотр телевизора в день?

а) не смотрю вообще

б) полчаса

в) час

г) 2 часа

д) 3 часа

е) более 3 часов

ж) другое

3. Какие фильмы Вы предпочитаете смотреть?

а) боевики

б) триллеры

в) детективы

г) эротику

д) комедии

е) мюзиклы

ж) мелодрамы

з) «проблемные» фильмы

и) классику кинематографа

к) другое

4. Какие телепередачи Вас больше всего интересуют ?

а) политические обзоры

б) спортивные программы

в) музыкальные передачи

г) телесериалы

д) показы мод

е) эротические шоу

ж) кинофильмы

з) телеигры

и) другое

5. Какая музыка Вам больше всего нравится ?

а) классический рок

б) тяжелый рок

в) поп-музыка

г) джаз

д) кантри

е) рэп

ж) фольклор

з) отечественная эстрада

и) классическая музыка

к) бардовская песня

л) русские романсы

м) другое

6. Что вы обычно читаете в свободное время ?

а) поэзию

б) научно-популярную литературу

в) детективы

г) фантастику

д) романы

е) приключенческую литературу

ж) эротическую литературу

з) газеты (какие?

и) журналы (какие ?

л) читаю мало

м) не читаю вообще

7. Что такое, на Ваш взгляд, «здоровый образ жизни» ?

(Выберите главное)

а) не пить

б) не курить

в) заниматься спортом

г) полноценно и правильно питаться

д) не употреблять наркотики

е) не вести беспорядочную половую жизнь

ж) вести осмысленную жизнь

з) жить полноценной духовной жизнью

и) другое

8. Считаете ли Вы для себя необходимым придерживаться принципов здорового образа жизни?

а) да

б) нет

в) частично

г) эта проблема меня пока не волнует

д) другое

9. Насколько Вы осведомлены о средствах и способах безопасного секса?

а) моих знаний мне вполне достаточно

б) знаю практически все

в) знаю очень мало, хотел бы узнать больше

г) не знаю и знать не хочу

д) другое

10. Чего Вы боитесь больше всего в этой жизни ?

а) стать жертвой катастрофы (авиа-, авто-, железнодорожной)

б) стать наркоманом

в) заболеть СПИДом

г) потерять жилье и стать «бомжем»

д) стать инвалидом, прикованным к кровати

е) стать жертвой массовых беспорядков, уличной драки

ж) подвергнуться нападению уголовников

з) сойти с ума

и) стать жертвой экологической катастрофы

к) оказаться участником гражданской войны

л) другое

11. Насколько безопасно Вы себя чувствуете ?

а) ничего и никого не боюсь

б) никогда не сталкивался с настоящей опасностью

в) опасные ситуации возникают, но я с ними справляюсь

г) довольно часто приходится сталкиваться с опасностью

д) в вечернее время предпочитаю сидеть дома

е) другое

12. Какая профессия (род занятий) представляется Вам наиболее престиж-

ной и достойной ?

а) научный работник

б) преподаватель

в) военный

г) врач

д) работник сферы обслуживания

е) инженер

ж) рабочий

з) фермер

и) бизнесмен

к) юрист

л) экономист

м) другое

13. Что или кто является для Вас поддержкой и опорой в трудную минуту, помогает вам «справляться с жизнью», с возникающими трудностями и

проблемами?

а) друзья

б) родители

в) домашние животные

г) природа

д) религия (какая ?

е) искусство (какое ?

ж) хобби (какое ?

з) другое

Методика «Структура интересов» разработана А.Е. Голомштоком и направлена на диагностику познавательных интересов. Для определения интересов испытуемому предлагается ответить на 171 вопрос. Интересы по своей направленности подразделены на 17 видов: география, физика, биология, техника, политика, мораль, экономика, философия, психология, литература, легкая музыка, классическая музыка, мода, хореография, искусство кино, путешествия, спорт. Против каждой из нижеприведенных фраз нужно проставить цифры 1, 2, 3, 4 в зависимости от степени их привлекательности: 1 – совершенно неприемлемо, 2 – неинтересно, 3 – интересно, 4 – весьма интересно. Обработка результатов сводится к тому, что в каждом столбце подсчитывается количество баллов. Каждый столбец ответов благодаря специальной группировке вопросов соответствует той или иной области интересов.

Методика Л.А. Йоваши позволяет определить склонности к различным видам профессиональной деятельности. Состоит из 30 вопросов. Сумма ответов равна 3 баллам. Обработка результатов сводится к подсчету баллов в каждом из столбцов: А, Б, В, Г, Д, Е . Показатели, относящиеся к соответствующим столбцам листа ответов, характеризуют следующие склонности: А – к работе с людьми, Б – к умственным видам деятельности, В – к работе на производстве, Г – к работе в области эстетики и искусства, Д – к подвижным видам деятельности, Е – к планово – экономическим видам работ или степень материальной заинтересованности.

Оценочная таблица склонности.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | Условные  обозначения |  | Уровень выражен. |  |  |  |
|  |  | высокий | выше  среднего | средний | ниже  среднего | низкий |
| Ж | А  Б  В  Г  Д  Е | > 19  >18  >18  >22  >21  >16 | 18  15-17  15-17  20-21  19-20  14-15 | 16-17  13-14  13-14  18-19  17-18  12-13 | 15  12  11-12  16-17  15-16  10-11 | <  <  <  <  <  < |

2.3. Описание результатов исследования.

Описание результатов анкетирования.

Таблица № 1.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Экспер.группа | - 11 чел. | Контр.группа | - 19 чел. |
| В свободное время  предпочитают | Ответы | % | Ответы | % |
| Смотреть телевизор | 8 | 33,33 | 10 | 24,39 |
| Смотреть видео | 1 | 4,17 |  |  |
| Встречаться с друз. | 5 | 20,83 | 12 | 29,27 |
| Ходить в кино |  |  | 2 | 4,88 |
| Слушать музыку | 5 | 20,83 | 5 | 12,20 |
| Ходить в театры | 2 | 8,33 | 5 | 12,20 |
| Танцевать |  |  | 2 | 4,88 |
| Общаться с детьми | 1 | 4,17 | 1 | 2,44 |
| Ходить в спортзал,  Бассейн | 1 | 4,17 |  |  |
| Заниматься домаш.  Делами |  |  | 2 | 4,88 |
| Получать информацию | 1 | 4,17 |  |  |
| Спать |  |  | 1 | 2,44 |
| Заниматься рукодеием |  |  | 1 | 2,44 |

Таблица № 2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Что предпочитают  читать в свободное  время | Ответы | % | Ответы | % |
| Поэзию |  |  |  |  |
| Научно-популярную литературу | 5 | 18,52 | 5 | 10,87 |
| Детективы | 3 | 11,11 | 6 | 13,04 |
| Фантастику | 1 | 3,70 | 2 | 4,35 |
| Романы | 3 | 11,11 | 13 | 28,27 |
| Приключенческую  Литературу | 2 | 7,41 |  |  |
| Эротическую литературу | 2 | 7,41 |  |  |
| Газеты | 6 | 22,22 | 11 | 23,91 |
| Журналы | 5 | 18,52 | 9 | 19,57 |

Таблица № 3.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Какие фильмы Вы  предпочитаете смотреть | Ответы | % | Ответы | % |
| Боевики | 1 | 4,35 | 1 | 2,86 |
| Триллеры | 4 | 17,39 | 1 | 2,86 |
| Детективы |  |  | 5 | 14,29 |
| Эротика | 1 | 4,35 |  |  |
| Комедии | 7 | 30,43 | 8 | 22,86 |
| Мелодрамы | 6 | 26,09 | 8 | 22,86 |
| Проблемные фильмы | 1 | 4,35 | 3 | 8,57 |
| Классика кинематографа | 3 | 13,04 | 7 | 20 |
| Фантастика |  |  | 2 | 5,71 |

Таблица № 4.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Какие телепередачи Вас больше всего интересуют ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Полит. обзоры |  |  | 5 | 11,36 |
| Спорт.программы | 2 | 12,5 | 3 | 6,82 |
| Музыкал. передачи | 6 | 37,5 | 10 | 22,73 |
| Телесериалы | 4 | 25 | 3 | 6,82 |
| Показы мод |  |  | 6 | 13,64 |
| Кинофильмы | 2 | 12,5 | 9 | 20,45 |
| Телеигры | 2 | 12,5 | 4 | 9,09 |
| Документ.фильмы |  |  | 1 | 2,27 |
| Телеальманахи |  |  | 1 | 2,27 |
| Теленовости |  |  | 2 | 4,55 |

Таблица № 5.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Какая музыка Вам больше всего нра-  вится ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Классический рок | 2 | 14,29 | 2 | 4,88 |
| Поп-музыка | 5 | 35,71 | 10 | 24,39 |
| Джаз | 1 | 7,14 |  |  |
| Отечественная эстрада | 1 | 7,14 | 9 | 21,95 |
| Классич. музыка | 3 | 21,43 | 8 | 19,51 |
| Бардовская песня |  |  | 4 | 9,76 |
| Русские романсы |  |  | 6 | 14,63 |
| Шансон | 1 | 7,14 | 1 | 2,43 |
| Арабская музыка |  |  | 1 | 2,43 |

Таблица № 6.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Что такое на Ваш  взгляд, «здоровый  образ жизни» ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Не пить | 1 | 5 | 5 | 13,51 |
| Не курить | 2 | 10 | 3 | 8,11 |
| Заниматься спортом | 3 | 15 | 10 | 27,03 |
| Полноценно и пра-  вильно питаться | 5 | 25 | 5 | 13,51 |
| Не употреблять наркотики | 2 | 10 | 2 | 5,41 |
| Не вести беспоря-  дочную половую  жизнь |  |  | 1 | 2,70 |
| Вести осмысленную  жизнь | 5 | 25 | 5 | 13,51 |
| Жить полноценной  духовной жизнью | 2 | 10 | 6 | 16,22 |

Таблица № 7.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Считаете ли Вы для  себя придерживать-ся принципов здо-  рового образа жизни ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Да | 3 | 27,27 | 11 | 64,71 |
| Нет |  |  | 4 | 23,53 |
| Частично | 8 | 72,73 |  |  |
| Эта проблема меня  не волнует |  |  | 2 | 11,76 |

Таблица № 8.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Насколько Вы осве-домлены о средствах и способах безопасного секса? | Ответы | % | Ответы | % |
| Моих знаний вполне достаточно | 3 | Насколько Вы осведомлены о средствах и способах безопасного секса | 16 | 84,21 |
| Знаю практически  Все | 6 | 60 | 3 | 15,79 |
| Знаю очень мало | 1 | 10 |  |  |

Таблица № 9.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр. группа |  |
| Чего Вы боитесь больше всего в этой жизни? | Ответы | % | Ответы | % |
| Стать жертвой катастрофы | 3 | 11,54 | 4 | 11,43 |
| Заболеть СПИДом | 3 | 11,54 | 5 | 14,29 |
| Потерять жилье и  стать «бомжем» | 5 | 19,23 | 2 | 5,71 |
| Стать инвалидом | 7 | 26,92 | 11 | 31,43 |
| Стать жертвой мас-  совых беспорядков |  |  | 1 | 2,86 |
| Подвергнуться нападению уголовников |  |  | 2 | 5,71 |
| Сойти с ума | 5 | 19,23 | 4 | 11,43 |
| Стать жертвой эко-  логической катастр. | 1 | 3,85 | 1 | 2,86 |
| Оказаться участни-  ком гражд.войны | 2 | 7,69 | 2 | 5,71 |
| Ничего |  |  | 1 | 2,86 |
| Боли |  |  | 1 | 2,86 |
| Одиночества |  |  | 1 | 2,86 |

Таблица № 10

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Насколько безопас-но Вы себя чувст-  вуете ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Ничего и никого не  боюсь |  |  |  |  |
| Никогда не сталки-  вался с настоящей  опасностью | 4 | 25 | 11 | 44 |
| Опасные ситуации  возникают, но я с  ними справляюсь | 3 | 18,75 | 4 | 16 |
| Довольно часто приходится сталки-  ваться с опасностью | 2 | 11,76 |  |  |
| В вечернее время  предпочитаю сидеть дома | 7 | 41,18 | 9 | 36 |
| Предпочитаю избегать опасные ситуации |  |  | 1 | 4 |

Таблица № 11

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Какая профессия  представляется Вам  наиболее престиж-  ной и достойной ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Преподаватель | 1 | 4,76 |  |  |
| Военный | 1 | 4,76 |  |  |
| Врач | 4 | 19,05 | 6 | 19,35 |
| Работник сферы обслуживания | 1 | 4,76 |  |  |
| Фермер | 1 | 4,76 |  |  |
| Бизнесмен | 1 | 4,76 | 15 | 48,39 |
| Юрист | 5 | 23,81 | 5 | 16,13 |
| Экономист | 7 | 33,33 | 3 | 9,68 |
| Ветеринар |  |  | 1 | 3,23 |
| Психолог |  |  | 1 | 3,23 |

Таблица № 12

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Эксперим. группа |  | Контр.группа |  |
| Что или кто являет-ся для Вас поддер-  жкой и опорой в  трудную минуту ? | Ответы | % | Ответы | % |
| Друзья | 8 | 38,10 | 12 | 37,5 |
| Родители | 7 | 33,33 | 14 | 43,75 |
| Домаш. животные | 2 | 9,52 | 1 | 3,13 |
| Природа |  |  | 2 | 6,25 |
| Религия | 1 | 4,76 | 1 | 3,13 |
| Семья | 1 | 4,76 | 1 | 3,13 |
| Муж |  |  | 1 | 3,13 |
| Классическая музыка |  |  |  |  |
| Спорт | 1 | 4,76 |  |  |
| Смотря по обстоят. | 1 | 4,76 |  |  |

Выводы

В свободное время респонденты экспериментальной группы предпочитают смотреть телевизор, слушать музыку, встречаться с друзьями. Опрошенные из контрольной группы на первое место предпочитают встречаться с друзьями, смотреть телевизор и ходить в театры.

В списке наиболее предпочитаемых кинофильмов первое место у респондентов экспериментальной и контрольной групп занимают комедии и мелодрамы, но также предпочтение в 1-ой группе отдается триллерам, а во 2-ой группе - классике кинематографа и детективам.

Среди предпочитаемых телепередач лидируют у медработников музыкальные передачи, затем представители экспериментальной группы отдают предпочтение телесериалам, а в контрольной группе больше любят смотреть кинофильмы и показы мод.

Наиболее предпочитаемыми музыкальными направлениями являются у медработников поп-музыка, отечественная эстрада, классическая музыка и русские романсы. Хотя респонденты из экспериментальной группы любят послушать зарубежную эстраду, джаз и шансон.

Любимые литературные жанры у медработников это романы. Практически не пользуются спросом поэзия и эротическая литература. Предпочтение отдается газетам (преимущественно «АиФ», «Комсомольская правда») и женским журналам.

Основными составляющими «здорового образа жизни» по мнению медработников является полноценное и правильное питание, занятия спортом, ограниченное употребление алкоголя, осмысление смысла жизни.

Абсолютное большинство опрошенных считает необходимым придерживаться принципов здорового образа жизни. Частичное соблюдение принципов «здорового образа жизни» чаще выбирается респондентами экспериментальной группы. Большинство опрошенных считают свои знания о средствах и способах безопасного секса вполне достаточными.

В списке вероятных опасностей и страхов лидирует опасность стать инвалидом, прикованным к кровати, заболеть СПИДом или сойти с ума.

Среди опасностей, не вошедших в предложенный список, респонденты из контрольной группы отмечают страх остаться в одиночестве и страх перед болью.

Большинство медработников чувствуют себя безопасно, если проводят вечер у себя дома. Но в большей части никогда не сталкивались с настоящей опасностью.

Список наиболее престижных и достойных профессий возглавляют профессии бизнесмена, экономиста, врача и юриста. Респонденты же контрольной группы включают в этот список ветеринара и психолога.

Помощь и поддержку в трудную минуту медработники находят преимущественно от родителей и друзей. Лишь немногие из опрошенных находят поддержку от домашних животных, в религии, в спорте и в семье.