

ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті подані результати соціологічного дослідження на тему «Вплив телебачення: проблеми та наслідки», визначено ставлення студентської молоді до телебачення та розроблені практичні рекомендації з приводу зменшення впливу телебачення на свідомість людини.

Ключові слова: соціологія, телебачення, вплив, свідомість, особистість.

Abstract

The paper presented results of a study on "The impact of television: the problems and consequences" defined attitude students to television and practical recommendations on reducing the impact of television on the human mind.

Keywords: sociology, television, influence, consciousness, personality.

“Телебачення – це коли люди, які нічого не роблять, дивляться на людей, які нічого не вміють робити” – саме так говорив відомий американський комік ХХ століття Аллен Фред.

Телебачення є одним з найвідоміших і популярних слів у нашому суспільстві, а також найбільш масовим засобом передачі інформації. У перекладі з грецької і латинської мов означає «далеко», «бачу». Перша передача, в якій пересувалося зображення була виконана в СРСР в місті Ташкенті 26 липня 1928 року. А постійне телемовлення почалося вперше в націонал-соціалістичній Німеччині в 1934 році. В Україні короткометражні механічні телетранслятори працювали з 1932 року в Одесі, Києві й Харкові, а з 1934 року почали з'являтися телефільми зі звуковим супроводом.

Ще в 1986 році вчені з Університету Міссурі почали вивчати, як впливають формальні складові телебачення – монтаж, плани, наїзди, шуми, світло – на дослідницький рефлекс людини. Вчені прийшли до висновку, що ці стилістичні прийоми дійсно викликають у людини мимовільні реакції і таким чином утримують його увагу. Природа цих реакцій сходиться до еволюційної здатності людини розпізнавати і реагувати на рух навколо. Таким чином, телебачення унікальне не стільки змістом, скільки формою.

За весь час існування телебачення, вченими були проведені численні дослідження на тему впливу телебачення на людей. Було відзначено, що телебачення може суттєво впливати на свідомість людей як в позитивному руслі, так і в негативному. Через телебачення, як один з найпопулярніших засобів масової інформації, людина може задовольнити свою потребу в придбанні потрібної інформації. Так, спільно українськими та канадськими вченими, було проведено соціальне дослідження на тему «Роль джерел інформації в становленні здорового способу життя дітей та молоді віком від 10 до 22 років». Це дослідження проводилося на базі Українського інституту соціальних досліджень і центру «Соціальний моніторинг».

У ході досліджень науковими співробітниками були визначені засоби масової інформації, які мають найбільший вплив на людину в інформаційному плані. І ними був складений своєрідний рейтинг популярності – перше місце зайняло телебачення (60%), друге – радіо (23%), третє – вуличні рекламні інформаційні буклети (17%), четверте – щотижневі видання, газети, спортивні журнали (4%). У результаті своїх досліджень вчені дійшли висновку, що телебачення може колосально впливати на становлення особистості підлітка.

Дуже цікаве соціологічне дослідження було проведене російськими вченими на тему «Вплив телебачення на формування життєвих поглядів». Дослідниками спочатку був обраний метод анкетування учасників. В анкетуванні брали участь 70 добровольців: 35 чоловіків і 35 жінок у віці від 25 до 35 років. Анкета складалася з десяти питань, основні з них – яким ЗМІ віддає перевагу для отримання інформації, як часто дивитися телевизор, які передачі, яке відношення до реклами, чи є телевизор засобом відпочинку? У результаті були підведені такі підсумки:

- 1) у 90% опитаних телебачення є основним джерелом отримання інформації;
- 2) телебачення займає більшу частину часу людей;
- 3) в основному (у більше 85% опитаних) є засобом розваги та відпочинку;
- 4) на думку жіночої половини учасників необхідно виключити сцени насильства, жорстокості.

Ще одне цікаве дослідження, яке тривало шість років, було проведено австралійськими вченими. У дослідженні брали участь 8800 добровольців, які по кілька годин на день дивилися телевізор. Узагальнивши результати, вчені зробили висновок, що ті люди, які дивляться телевізор не більше 2 годин на день, на 80% менше мають ризик померти від серцевих захворювань в порівнянні з тими, хто дивиться телевізор від 4 годин на добу і більше. Також було встановлено, що кожна додаткова година перегляду телевізора на 9% збільшує ризик онкологічних захворювань, на 11% — хвороб серця і на 70% — ризик втрати гостроти зору. Іншими наслідками такої телевізійної залежності є гіпертонія, ожиріння та діабет.

Запитайте будь-яку людину — коли найчастіше вона дивиться телевізор. «Коли я втомився і хочу відпочити», — такою буде відповідь більшості. Однак перегляд телепередач як ніщо інше додає втоми, виснажує нас. Саме це відчуття ніколи не покидає тих, для кого перегляд телевізора вже став звичайною справою і навіть залежністю. Після перегляду телевізора ви будете почувати себе ще більш втомленими та дратівливими.

Одна з причин цього — надмірна інформація, яка нескінченним потоком ллється в вашу голову: телешоу, новини, реклама, серіали, фільми тощо. Не дивно, що до ще одного пункту негативної дії перегляду телевізора відносять зниження розумової працездатності. Під час перегляду ваш мозок не налаштований на роботу, а тільки на засвоєння інформації. Як наслідок, після кількох годин перебування в такому стані ви відчуваєте втому та сонливість, а ваша розумова активність знижується до мінімуму.

Протиріччя полягає у тому, що телебачення – це річ, безсумнівно, корисна (у деяких свої проявах), але й водночас воно може надавати згубний вплив на здоров'я і психіку людей, а його подальший розвиток може докорінно змінити соціальні відносини у суспільстві. Саме тому, потрібне більш детальне вивчення проблеми.

Об'єктом даного соціологічного дослідження є представники студентської молоді ВНТУ ФМІБ 3-го курсу групи УБ-14б віком від 18 до 21 року, серед яких 63% чоловічої та 37% жіночої статі, загальною кількістю – 27 осіб.

Предметом соціологічного дослідження є ставлення представників студентської молоді до телебачення.

Метою даного соціологічного дослідження є з'ясувати, як ставляться представники студентської молоді ВНТУ до телебачення та на основі отриманих результатів розробити практичні рекомендації щодо можливих шляхів вирішення проблеми.

В квітні 2017 року на території ВНТУ було проведено опитування студентів 3 курсу групи УБ-14б ФМІБ 27 осіб, серед них 17 осіб (63%) - представники чоловічої статі і 10 (37%) - представниці жіночої статі. Віком 18-19 років – 10 осіб, 20-21 років – 17 осіб.

В ході даного соціологічного опитування були отримані такі результати:

На питання «Як Ви ставитеся до телебачення?» 37,04% опитуваних відповіли, що позитивно, така ж сама кількість опитуваних (37,04%) ставиться до телебачення – нейтрально, 18,52% - негативно.

На питання «Чи вважаєте Ви себе телеглядачем?» переважна більшість опитаних, а саме 66,66% відповіли, що вважають і лише третина (33,33%) опитуваних не вважає себе телеглядачем. Це свідчить про те, що кожен третій опитуваний вважає себе телеглядачем.

На питання «Як впливає телебачення на свідомість людини?» більшість опитуваних (44,44%) вважає, що негативно, 29,63% опитуваних вважає, що взагалі не впливає, 22,22% опитуваних вважає, що впливає і лише 3,7% опитуваних вважає, що телебачення вкрай негативно впливає на свідомість людини. Отже, можна зробити висновок, що телебачення негативно впливає на свідомість людини.

На питання «Чи змінюються Ваші стосунки з оточуючими під впливом телебачення?» переважна більшість опитуваних, а саме 74,07% відповіли, що не змінюються, 18,52% опитуваних відповіли, що змінюються. Це свідчить про те, що під впливом телебачення стосунки з оточуючими людьми не змінюються.

На питання «Для чого Ви дивитися телевізор?» однакова кількість опитуваних, а саме 40,74% відповіли, щоб відпочити та просто так і лише 18,52% опитуваних дивляться телевізор, для того, щоб дізнатися щось нове.

На питання «Скільки годин в день Ви дивитися телевізор?» переважна більшість 51,85% опитуваних відповіли, що 1-3 години, 25,92% опитуваних дивляться телевізор менше 1-ї години в день, а 22, 22% опитуваних – більше 3-х годин в день. Отже, більшість респондентів дивитись телевізор 1-3 години на день і це не є критичним для суспільства.

На питання «Яким передачам Ви віддаєте перевагу?» 44,44% опитуваних відповіли, що віддають перевагу розважальним передачам, 22,22% - інформаційним, 18,52% - пізнавальним, 14,81% - художнім чи документальним фільмам.

На питання «Чи звертаєте Ви увагу на рекламу?» 40,74% опитуваних відповіли, що лише інколи звертають увагу на рекламу, 33,33% - завжди звертають, 25,92% - ніколи не звертають. Це свідчить про те, що переважна кількість телеглядачів звертає увагу на рекламу, що є позитивним явищем для рекламодавців.

На питання «Реклама для Вас:» 30,43% опитуваних відповіли, що реклама – це можливість відійти від телевізора на кілька хвилин, 23,91% опитуваних відповіли, що реклама – це перерив в будь-якому ток-шоу, серіалі і т.д., така ж сама кількість опитуваних відповіла, що реклама – це джерело роздратування, 6,52% опитуваних обрали інший варіант і лише для 2,17% опитуваних реклама є джерелом натхнення для створення чогось нового.

На питання «Якщо судити позитивні і негативні впливи реклами на суспільство, то на Вашу думку які критерії реклами найбільш важливі? (Оцініть по 5-ти бальній шкалі 1-зовсім не згоден; 5-повністю згоден)» найбільшу кількість балів, а саме 4 отримав варіант «реклама в більшості випадків є неправдоподібною»; 3,6 бали – «реклама не відповідає соціально-культурним нормам»; 2,7 бали – «реклама негативно впливає на моє здоров'я і психіку»; 2,4 бали – «у нашій країні використовуються дуже прості види реклами»; 2,2 бали – «реклама не відповідає ідеологічним і релігійним нормам». Отже, можна зробити висновок, що більшість телеглядачів вважають рекламу неправдоподібною.

На питання «Телебачення для Вас – це:» 44,44% опитуваних відповіли, що час проведення дозвілля; 25,93% - джерела різнопланової інформації, 7,4% - засіб зняття стресу, а 22,22% опитуваних обрали інший варіант. Це свідчить про те, що для більшості респондентів телебачення є просто способом проведення дозвілля.

Із таблиці двомірного розподілу ознак з такими запитаннями : «Як Ви ставитеся до телебачення?» та «Вкажіть Ваш вік»ми отримали таку інформацію: 10 опитуваних, серед яких 7 осіб чоловічої статі та 3 жіночої, ставляться до телебачення позитивно; 10 опитуваних, серед яких 5 осіб чоловічої статі та 5 осіб жіночої статі, ставляться до телебачення нейтрально; 5 опитаних, серед яких 3 особи чоловічої статі та 2 особи жіночої статі, ставляться до телебачення негативно. Отже, можна зробити висновок, що чоловіки, здебільшого ставляться до телебачення позитивно, а жінки – нейтрально.

Гіпотеза, яка полягає у тому, що телебачення негативно впливає на свідомість людини підтвердилась повністю, оскільки більшість опитуваних, а саме 44,44% вважають, що телебачення негативно впливає на свідомість людини;

Гіпотеза, яка полягає в тому, що 25% студентів ставляться до телебачення позитивно, 60% - нейтрально, інші ж 15% - негативно – повністю спростована, оскільки позитивно до телебачення ставиться 37,04% опитуваних, така ж сама кількість опитуваних ставиться до телебачення нейтрально і 18,52% опитуваних ставляться до телебачення негативно;

Гіпотеза, яка полягає в тому, що під впливом телебачення стосунки з оточуючими людьми не змінюються – цілком підтвердилась, оскільки переважна більшість опитуваних, а саме 74,07% відповіли, що змінюються.

Оскільки, виявилось, що телебачення негативно впливає на свідомість людини, то рекомендуємо: менше часу проводити за переглядом телебачення та віддавати перевагу цікавим і пізнавальним телепередачам, щоб почерпнути щось корисне для себе.

Отже, провівши соціологічне дослідження серед студентів групи УБ-14б, можна стверджувати, що телебачення відіграє велику роль в житті людини. По-перше, воно є засобом масової комунікації, що найлегше сприймається людиною; по-друге, телебачення найшвидше та найоперативніше інформує про події у світі, легко та комфортно може перенести людину в будь-який куточок світу; по-третє, на сьогоднішній день, телебачення стало найдоступнішим видом відпочинку для більшості населення. Але не дивлячись на таку користь телебачення, воно ж все таки негативно впливає на свідомість та

здоров'я людини. Але й цілком відмовлятися від перегляду телевізора теж не варто, просто все має бути в міру. Адже, все добре, коли в міру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Слободянюк А.В. Значення соціології як науки та навчальної дисципліни в сучасному українському суспільстві [Текст] // Вісник «ВШ». – 2011. – №1. – С.16-20.
2. Зомбоящик: вплив телебачення на людину [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://invest-program.com.ua/vpliv-telebachennya-na-lyudynu/>
3. Телебачення, як засіб маніпуляції масовою свідомістю (на прикладу українських теленовин) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://naub.org.ua/?p=834>
4. Вплив телебачення на людину [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://erudition.com.ua/suspilstvo/vplyv-telebachennya-na-lyudynu/>
5. Слободянюк А.В. Досвід використання сучасних інформаційних технологій у процесі викладання соціологічних дисциплін / А.В.Слободянюк // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: Зб. наук. пр. – Київ-Вінниця: ДОВ "Вінниця", 2007. – Вип. 14. – С.415-419.

Касянчук Наталія Володимирівна - студентка групи УБ-14б, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: knv3110@mail.ru

Слободянюк Анатолій Володимирович — кандидат соціологічних наук, доцент кафедри суспільно-політичних наук, науковий керівник лабораторії соціологічних досліджень Вінницького національного технічного університету.

Nataliia Kasianchuk - student of UB-14b group, faculty of management, Vinnitsa technical university, Vinnitsa, e-mail: knv3110@mail.ru

Slobodyanyuk Anatoly V— PhD in Sociology, assistant professor of social and political sciences, scientific director of the laboratory of sociological researches Vinnitsa National Technical University.