

ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА НАСЛІДКИ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ)

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті подані результати дослідження направлені на вирішення питань впливу телебачення на свідомість людини, його негативні наслідки. Запропоновано рекомендації що до вирішення проблеми. Врахована думка студентів.

Ключові слова: телебачення, дослідження, свідомість, проблема, соціологія

Abstract

The article presents the results of the study aim at addressing the impact of television on human intelligence, its negative sequences. The commendations are offered to resolve the issue. Considered the opinion of students.

Keywords: television, research, mindfulness, problem.

Вступ

Сутність досліджуваної проблеми.

В умовах практично безмежної любові до телебачення можна сказати, що більша половина людства мають певні психологічні проблеми. Дослідники експериментально довели, що відео сюжети й теленовини, в яких показують страшні події, спричиняють довготривалий негативний вплив на психологічний стан людини. За словами вчених, негативні новини викликають колективну психологічну травму.[1]

Кандидат медичних наук, Ігор Янушев говорить, що у телевізора є зворотній бік і він не такий привабливий як здається. У людей, які весь час дивляться агресивні сюжети по телебаченню і у самих розвивається агресія, при чому не віртуальна, а реальна. Багато вбивств було «підглянуто» із бойовиків та фільмів жахів.

Вчені наголошують, що дітей віком до двох-трьох років взагалі не рекомендовано підпускати до телевізора. Для дитини рух є природним станом організму, а під час перегляду мультфільмів м'язова система знаходиться в статичному стані. Від цього з'являються м'язові болі, дитина ризикує здоров'ям осанки і нормальним розвитком кісткової системи. Іншим негативним наслідком затяжного перегляду телебачення є можливий стан збудження та роздратованості. Так, нервова система збалансовує бездіяльність підвищеною активністю. Або навпаки, після затяжних телесеансів у дитини призупинені реакції – це пов'язано зі зміною стану, трансом.

Актуальність дослідження даної проблеми полягає в тому, що необхідно дослідити, яку роль відіграє телебачення в оточуючому середовищі. За результатами дослідження можна буде зробити висновки, наскільки гостро стоїть проблема і запропонувати шляхи вирішення або покращення ситуації щодо негативного впливу телебачення на людей. Регулярний перегляд телебачення істотно впливає на думку людини та її світосприйняття. За допомогою подібного проведення часу можна і досить позитивно вплинути на людство, але, на жаль, на сьогоднішній день, ситуація є досить плачевною, адже більшість телепрограм спрямовані на те, аби задовольнити потреби у розвагах, вплинути необхідним для певної групи людей чином на телеглядачів. Чим більше досліджень провести (як масштабних, так і зовсім невеликих), тим краще можна буде зрозуміти ситуацію, яка є на сьогоднішній день.

Широке поширення відео- й телепрограм із сюжетами насильства й захоплення ними людей викликають гостру критику соціологів, педагогів, психологів, які вважають, що сцени насильства на екрані й фільми жахів роблять молодь більш агресивною й жорстокою. Так, статистика повідомляє, що в найбільш популярних телевізійних програмах на годину трансляції припадає в середньому біля дев'яти актів фізичної і восьми актів вербальної агресії. У середньостатистичній американській сім'ї телевізор працює до семи годин на день: на кожного члена сім'ї в середньому

припадає по чотири години. Жінки проводять перед телевізором більше часу, ніж чоловіки, дошкільнята і пенсіонери – більше школярів і працюючих, а менш освічені більше тих, хто має вищу освіту. Тому не випадково ця тема являє собою інтерес для соціологічної науки й має високу соціальну значимість, привертаючи до себе все більшу увагу дослідників

У ході вивчення проблеми впливу телебачення на формування агресивної поведінки людини Дроздовим О.Ю. наприкінці 1990-х років було встановлено, що український глядач на своєму телеекрані бачить сцени агресії в середньому раз на кожні 6 хвилин, а в період з 19.00 до 23.00, коли біля екрану збирається найбільша глядацька аудиторія, цей умовний інтервал збільшується до 12 хвилин..

Велика кількість даних підтверджує те, наскільки руйнівно впливає телебачення на свідомість і поведінку людини. Так, компаніїю «Mediascore» у результаті аналізу сітки мовлення було встановлено, що 60% програм містили сцени насильства (1998). Максимальна кількість актів агресії спостерігається в період з 18.00 до 20.00 (Федоров, 2004; Gerbner et al., 1986). Тривалість середньостатистичної сцени насильства становить близько 5-7 хвилин. До 18-річного віку американська дитина стає свідком 180 тисяч актів насильства на екрані, з них приблизно 80 тисяч становлять убивства.[2]

Відповідно до заяви «Італійського національного інституту здоров'я» часто італійські підлітки починають палити цигарки, щоб наслідувати акторам і зіркам телебачення. Експерти заявляють, що італійські телеканали Rai, Mediaset, La7 й MTV показують людину, що палить, кожні 32 хвилини. Причому більшість випадків паління асоціюється з позитивним героєм, переможцем. Відповідно до досліджень, проведених у США, 38% американських підлітків почали палити, копіюючи телевізійних героїв. Результати досліджень WisdomWorks Ministries показали, що 41% американських підлітків або читали, або дивилися історії про Гаррі Поттера. В результаті цього 12% з них серйозно зацікавилися чаклунством, а 66% опитаних брали участь у різних окультичних ритуалах.

Всеукраїнське соціологічне опитування проводилося Київським міжнародним інститутом соціології в лютому 2018 року

Під час дослідження шляхом опитування вивчалися думки й погляди дорослих жителів України (віком від 18 років) стосовно користування засобами масової інформації. Абсолютна більшість жителів України (86 %) отримує інформацію про ситуацію в країні і світі від українських телеканалів. 27 % українців отримують інформацію з українських інтернет-сайтів, 24 % — із соціальних мереж. Для ще 18 % основним джерелом виступають особисті соціальні кола: родичі, друзі, сусіди, колеги та інші. Іншими джерелами користуються не більше 8 % населення. Зокрема, 5 % респондентів зазначили, що вони отримують інформацію про ситуацію в Україні і світі з російських телеканалів.[3]

Варто пам'ятати те, що в сучасних умовах засоби масової інформації це необхідна і невід'ємна умова отримання й засвоєння досвіду. Вони висвітлюють актуальні суспільні проблеми й тим самим впливають на думку та поведінку людей як у суспільстві, так й індивідуально. Активна роль телебачення пов'язана з його впливом на різні етапи й сторони інформаційного процесу в суспільстві, але потік інформації в сучасному світі настільки різноманітний і суперечливий, що самостійно розібратися в ньому не в змозі ні окрема людина, ні навіть група фахівців. Безконтрольне перебування частини молодих людей перед телевізором, «всєдність» або, навпроти, спрямованість їх інтересів тільки на розважальні програми ведуть до пасивного та бездумного сприйняття телепередач. Пасивні ж молоді люди стають ще більш пасивнішими, коли „спілкування” з телевізором хаотичне й не вибіркоче. Такі люди стають так званими «телеманами».

Визначення проблемної ситуації.

Таким чином, існує проблемна ситуація, яка полягає у впливі телебачення на свідомість людини. На основі цього можна зробити висновок, що існує проблемна ситуація, яка потребує додаткового вивчення.

Об'єктом даного соціологічного дослідження є студенти потоку 1 курсу факультету МІБ, віком від 16 до 19 років, серед яких 67.7% чоловічої і 32.3% жіночої статі, загальною кількістю — 62 особи.

Предметом соціологічного дослідження є ставлення представників студентів ВНТУ до ролі й впливу телебачення на життя людини.

Метою даного соціологічного дослідження є з'ясувати, як ставляться студенти ВНТУ до впливу телебачення на свідомість людини, його негативні наслідки та виявити, яке місце посідає

телебачення у повсякденному житті даної категорії населення, а також на основі отриманих результатів розробити практичні рекомендації щодо можливих шляхів вирішення проблеми.

Результати дослідження

В ході даного соціологічного дослідження було опитано 30 осіб. Серед них 23 особи (76,67%) – представники чоловічої статі і 7 (23,33%) – представниці жіночої статі. Віком 17 років – 24 особи (80%), 18 років – 6 осіб (20%).

В ході даного соціологічного дослідження були отримані такі результати:

На питання «Наскільки проблема телебачення актуальна для вас на даний момент?» (Оцініть по 5-ти бальній шкалі 1-не актуальна взагалі; 5- найбільш актуальна на даний момент) Середнє значення актуальності проблеми телебачення на даний момент (3,03%). Отже, можна зробити висновок, що проблема актуальності телебачення на даний момент займає не останнє місце в суспільстві.

На питання «Чи може перегляд телепередач якимось відобразитися на Вашому настрої?» четверта частина опитаних (4 чоловік – 13,33%) відповіли, що покращує настрій, третина опитаних (9 чоловік – 30%) відповіли, що погано впливає на настрій, і більша частина опитуваних (17 чоловік – 56,67) відповіли, що ніяк не впливає на настрій. Це свідчить про те, що на переважну більшість опитуваних, перегляд телепередач не впливає на настрій.

На питання «На що Ви готові замінити час, проведений за переглядом телебачення?» половина опитаних (15 чоловік – 50%) відповіли, що на прогулянку з друзями, третина опитуваних (8 чоловік – 26,67) відповіли, що на спілкування з рідними, четверта частина опитуваних (4 чоловік – 13,33%) відповіли, що на прочитання книг, і лише (3 чоловік – 10%) відповіли, що на комп'ютер. Отже, більша частина опитуваних готова замінити вільний час на щось корисне, а не тільки перегляд телебачення.

На питання «Як часто Ви піддавалися впливу телереклам чи телепередач?» (1 особа 3,33%) відповіла, що часто, (7 чоловік – 23,33%) відповіли, що не дуже часто, (5 чоловік – 16,67%) відповіли, що залежно від ситуації, така ж сама кількість опитуваних (5 чоловік – 16,67%) відповіли, що інколи, і більшість опитуваних (12 чоловік – 40%) відповіли, що ніколи. Таким чином більшість опитуваних все-таки піддається впливу телебачення.

На питання «Яким передачам Ви віддаєте перевагу?» майже третина опитуваних (7 чоловік – 23,33%) відповіли, що розважальним, третина опитуваних (8 чоловік – 26,67%) відповіли, що інформаційним, така ж сама кількість опитуваних (8 чоловік – 26,67%) відповіли, що пізнавальним, (0 чоловік – 0%) відповіли, що художнім чи документальним, і майже третина (7 чоловік – 23,33%) відповіли, що спортивним. Отже видно, що художні і документальні передачі найменш цікаві телеглядачам.

На питання «Для чого Ви дивитесь телевізор?» майже чверть опитуваних (7 чоловік – 23,33%) відповіли, що щоб відпочити, майже половина опитуваних (13 чоловік – 43,33%) відповіли, що просто так, і третина опитуваних (10 чоловік – 33,33%) відповіли, що щоб дізнатися щось нове. Отже, більшість опитуваних дивиться телевізор просто так, а це не є корисним.

На питання «Скільки годин в день Ви дивитесь телевізор?» (4 чоловік – 13,33%) відповіли, що 1-3 години, більша половина опитуваних (18 чоловік – 60%) відповіли, що менше 1-ї години в день, і чверть опитуваних (8 чоловік – 26,67%) відповіли, що більше 3 годин. Отже, більшість респондентів дивиться телевізор менше 1-ї години на день і це не є критичним для суспільства.

На питання «Чи вважаєте Ви себе телеглядачем?» третина опитуваних (10 чоловік – 33,33%) відповіли, що вважаю, а більша половина опитуваних (20 чоловік – 66,67%) відповіли, що не вважаю. Це свідчить про те, що більша половина опитуваних не вважає себе телеглядачем.

На питання «Як змінюються Ваші стосунки з оточуючими під впливом телебачення?» (5 чоловік – 16,67%) відповіли, що суттєво, третина опитуваних (10 чоловік – 33,33%) відповіли, що не суттєво, і майже половина опитуваних (14 чоловік – 46,67%) відповіли, що не змінюються. Це свідчить про те, що під впливом телебачення стосунки з оточуючими людьми в більшості випадків не змінюються.

На питання «Реклама для Вас:» (13 чоловік – 43,33%) відповіли, що це можливість відійти від телевізора на кілька хвилин, третина опитуваних (9 чоловік – 30%) відповіли, що це перерив в будь-якому ток-шоу, серіалі і т.д., (5 чоловік – 16,67%) відповіли, що це джерело роздратування, (0 чоловік – 0%) відповіли, що це джерелом натхнення для створення чогось нового, (3 чоловік – 10%) відповіли, що інший варіант. Отже, перегляд реклами не є джерелом натхнення опитуваних.

На питання «Який тип телебачення Ви використовуєте?» переважна більшість опитуваних (18 чоловік – 60%) відповіли, що супутникове TV, третина опитуваних (10 чоловік – 33,33%) відповіли, що інтернет TV, і лише (2 чоловік – 6,67%) відповіли, що цифрове ефірне TV. Таким чином більшість опитуваних користується супутникове TV, яке все ще переважає інтернет TV.

Із таблиці двомірного розподілу ознак з такими запитаннями : В ході статистичного аналізу об'єднавши результати відповідей на питання №7 «Скільки годин в день Ви дивитися телевізор?» та питання №13 «Ваша стать?». Було з'ясовано, що: 4 опитуваних, серед яких 1 особа чоловічої статі та 3 жіночої, дивляться телевізор 1-3 годин; 18 опитуваних, серед яких 14 осіб чоловічої статі та 4 осіб жіночої статі, дивляться телебачення менше 1-ї години в день; 8 опитаних, серед яких 8 осіб чоловічої статі та 0 осіб жіночої статі, дивляться телевізор більше 3 годин. Отже, можна зробити висновок, що чоловіки, дивляться телевізор набагато більше і довше, ніж жінки.

Висновки

Отже, провівши соціологічне дослідження серед студентів потоку 1 курсу факультету МІБ, 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. Соціологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. В.Г.Городяненка. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 560 с.
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. Тарасов К.А. К поискам выхода из ловушки экранного насилия // Мир психологии, 2000. №2. С. 118 – 127.
6. Слободянюк А. В. Оцінка впливу телебачення на соціальну поведінку людей [Електронний ресурс] / А. В. Слободянюк, В. Р. Решетник // Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 14-23 березня 2018 р. – Електрон. текст. дані. – 2018. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/view/4725>.
7. Касянчук Н. В. Вплив телебачення: проблеми та наслідки [Електронний ресурс] / Н. В. Касянчук, А. В. Слободянюк // Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 14-23 березня 2018 р. – Електрон. текст. дані. – 2018. – Режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2018/paper/view/4611>.

Вознюк Володимир Андрійович – студент групи МФК-19б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: voznjuk23@ukr.net;

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

Vozniuk Volodymyr Andriyovych - student of IFC-19b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: voznjuk23@ukr.net;

Slobodyanyuk Anatoliy Volodymyrovych - Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of Social and Political Sciences, Scientific Director of the Laboratory of Sociological Research, Vinnitsa National Technical University.