Глава 2

Эмпирическое исследование влияния СМИ на мировоззрение подростка

2.1. Проблема

Средства массовой информации стали серьезными каналами трансляции новых смыслов, образов, моделей поведения.

Занимая лидирующее место в жизни современных подростков, средства массовой информации становятся одним из важнейших агентов воспитания.

Актуальность назревшей проблемы воспитания нравственности подростков вызывает необходимость грамотного использования средств массовой информации и создания программ влияния на нравственное развитие подростка.

2.2. Задачи и гипотеза эмпирического исследования

- Разработать методику диагностики отношения подростка к нравственным категориям
- Провести диагностику учеников 10 класса на отношение к категориям «добро», «зло», «хорошо», «плохо», «модно», «устарело».
- Сделать опрос о влиянии СМИ на мировоззрение подростка
- Систематизировать и проанализировать результаты исследования.

Гипотеза исследования: Существует связь мировоззренческой позиции подростка и предпочтением определенного СМИ

2.3. МЕТОДИКА

Для проверки гипотезы была разработана оригинальная методика, которая состоит из набора утверждений (известных афоризмов о добре и зле, вреде и пользе)

Учащимся предлагается ознакомиться с ними и отметить степень согласия с утверждениями по 10-балльной шкале.

АФОРИЗМЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ МИРОВОЗЗРЕНИЯ

- Не тот беден, кто мало имеет, а тот, кто хочет многого. Сенека
- Портит людей не бедность или богатство, а зависть и жадность. Бернард Шоу
- Главное правило в жизни — ничего сверх меры. Теренций
- Живи и жить давай другим. Державин Г. Р.
- Живут лишь те, кто творит добро. Толстой Л. Н.
- Жить — значит работать. Труд есть жизнь человека. Вольтер
- Нужно есть для того, чтобы жить, а не жить для того, чтобы есть. Сократ
- Ты можешь достичь добрым словом и пистолетом большего, чем просто добрым словом. Аль Капоне
- Деньги портят характер. Ремарк Э. М.
- Лучше не бояться, лежа на соломе, чем быть в тревоге на золотом ложе. Эпикур

Каждому испытуемому предлагается составить список СМИ, которые повлияли на мировоззрение, оценить степень влияния по 10-балльной шкале.

Каждому испытуемому предлагается галочкой отметить афоризмы, которые, по его мнению, устарели.

2.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБРАБОТКА

- Этапы обработки результатов эмпирического исследования:
- 1. Создание общей базы данных по оценкам афоризмов и предпочитаемых СМИ
-

№ итспытуемого	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Интерн ет	TV	Газеты и журналы
1	4	8	4	6	7	9	4	5	10	8	10	5	2
2	4	8	8	3	4	10	7	2	10	8	9	3	1
3	3	7	2	7	10	8	5	2	10	6	10	4	2
4	10	8	5	10	8	10	10	0	5	10	10	2	0
5	9	7	5	9	7	8	10	2	5	9	10	3	1
6	6	7	6	9	7	10	9	3	6	10	10	3	1
7	8	8	4	8	7	10	9	4	5	7	8	5	4
8	10	6	3	8	3	10	7	2	6	8	10	8	6
9	8	6	4	10	7	8	8	1	6	8	10	3	1
10	10	7	8	8	7	7	8	1	6	10	10	5	1
11	10	10	8	10	8	8	10	9	10	10	10	8	4
12	9	9	7	8	8	7	8	8	10	9	10	4	1
13	9	8	4	9	9	7	10	2	6	9	9	8	2

- 2. Анализ влияния различных СМИ на мировоззрение подростка

Статистический анализ по каждому высказыванию

С высказываниями 1,2,4,5,6,7,10 большинство подростков согласно.

Пример распределения оценок по высказыванию 10 «Лучше не бояться лежа на соломе, чем быть в тревоге на золотом ложе» приведен в диаграмме 2.

Диаграмма 2. Распределения оценок по высказыванию 10 «Лучше не бояться лежа на соломе, чем быть в тревоге на золотом ложе»

С утверждением №8 «Ты можешь достичь добрым словом и пистолетом большего, чем просто добрым словом» большинство подростков не согласились.

Амбивалентное отношение к утверждениям 3 «Главное правило в жизни – ничего сверх меры» и 9 «Деньги портят характер»

Статистический анализ связи предпочтения определенных высказываний и конкретных СМИ

Correlations (Spreadsheet3) Marked correlations are significant at p < ,05000 N=13 (Casewise deletion of missing data)

		Интернет	TV	Газеты\журналы
Var1		0,09	0,34*	0,19
Var2		-0,18	0,23	-0,00
Var3		0,06	-0,08	-0,30*
Var4		0,29*	0,13	0,03
Var5		0,09	-0,08	-0,38*
Var6		-0,27	-0,24	0,24
Var7		-0,18	0,05	-0,10
Var8		0,03	0,38*	0,31*
Var9		0,19	0,11	0,02
Var10		0,36*	0,01	-0,31*

Выбор интернета в качестве высокого влияния на мировоззрение связан с высокими оценками по утверждениям 4 и 10.

Выбор телевидения в качестве высокого влияния на мировоззрение связан с высокими оценками по утверждениям 1 и 8.

Те, кто не читает газеты и журналы дают высокие оценки для утверждений 3,5 и 10.

Выводы

1. Наибольшее влияние на мировоззрение подростков оказывает интернет и, в частности, соцсети.
2. Мировоззрение большинство подростков отвечает основным моральным ценностям и установкам человечества о добре и зле.
3. Существует связь моральных выборов с предпочтениями интернета, телевидения и газет и журналов в качестве предпочитаемых СМИ.