**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 | Интернет | 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** | **ТV** | **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.