УДК 070.489:004.9:791.43

ІЗ ДОСВІДУ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТА ДРУКОВАНИХ ЗМІ НА ФОРМУВАННЯ МОЛОДІЖНОЇ АУДИТОРІЇ

Пенчук І.Л., аспірант

Львівський національний університет ім. І.Франка

У статті висвітлюються проблеми впливу сучасних електронних і друкованих ЗМІ на формування світогляду молоді. Авторкою проведено дослідження, результати якого показують, як сучасне телебачення, радіомовлення та періодичні видання задовольняють потреби реципієнтів, формують його свідомість і смаки.

Ключові слова: телебачення, радіомовлення, преса, молодіжна аудиторія, свідомість.

Пенчук И.Л. ИЗ ОПЫТА ИССЛЕДОВАНИЯ ВЛИЯНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ И ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ / Львовский национальный университет им. И.Франко.

В статье освещены проблемы влияния современных электронных и печатных средств массовой информации на формирование мировоззрения молодежи. Автором проведено исследование, результаты которого показывают, как современное телевидение, радиовещание и периодические издания удовлетворяют потребности реципиентов, формируют их сознание и вкусы.

Ключевые слова: телевидение, радиовещание, пресса, молодежная аудитория, сознание.

Penchuk I. FROM EXPERIENCE OF RESEARCH OF INFLUENCE AUDIOVISUAL AND PRINTED MASS MEDIA ON FORMATION OF A YOUTH AUDIENCE / I. Franko Lviv National Universuty, Ukraine

The article under consideration deals with the problem of influence modern electronic and printed mass media on formation of outlook of youth are covered. The author carries out research which results show, how modern TV, broadcasting and periodicals satisfy needs of recipients, form their consciousness and tastes.

Key words: TV, broadcasting, press, youth audience, consciousness.

Останнє десятиліття Україна переживає справжню інформаційну революцію. Став майже безмежним доступ до теле- і радіопрограм, з'явилася можливість отримувати інформацію за допомогою комп'ютерів. У цій кількості серйозної інформації та розважальних повідомлень, важливих речей і дріб'язку особливо важко обирати найбільш потрібне молодій людині, яка творить свій світ, шукає відповідь на запитання: “З кого робити життя?”. Які суб'єктивні норми творення власного “Я” обирає наша молодь? Кажучі мовою минулої формації, як самовиховується, кого вибирає собі вихователем. Вирішуючи цю проблему, було проведено опитування тисячі запоріжців 15-25 років. І ось основні висліди.

Менше 0,5% нашої молоді відвідують кіно або театр. Хоча в останні роки простежується тенденція активізації відвідування модних нині кінопалаців: стереозвук, якісне зображення, нові хітові стрічки, відомі актори і т.д.

21% опитаних у вільний час читають літературу, періодичні відання. Серед любителів читати 80% одразу відкинули коштовні журнали. Молоді робітники читають детективи, фантастику, релігійну літературу; вони віддають перевагу місцевій пресі, читають кримінал, молодіжні сторінки, програму телепередач. Цікаво, що розв'язуванням кросвордів захоплюється працююча молодь і люди з вищою освітою, які мають роботу не за фахом.

Студенти називають книги, пов'язані з комп'ютерними технологіями і обмаль художньої літератури. Вони довіряють київським газетам “Дзеркало тижня”, “Україна молода”, “Точка зору”, журналам “ПіК”, “Сучасність”. Нерідко звертають увагу на публікації, орієнтуючись за прізвищем автора.

Майже 90% щодня дивляться телевізор. Перегляд інформаційних програм є майже обов'язковим для багатьох респондентів. У новинах глядачі звертають увагу на коментар, репортаж, аналіз і особистість ведучого. Найбільш популярними є “Репортер” на “Новому каналі” та “ТСН” на “1+1”. Глядачі відзначають їх об'єктивність і відносну правдивість. Велика кількість опитнаних люблять дивитися КВК (КВН), але зазначають, що їх ображають анекдоти про “хохлів” і набридла “блакитна” тема збочень. Серед робітничої молоді більше футбольних вболівальників, ніж серед студентів. Прикметно, що спортивні програми, які ведуться українською мовою, впливають не тільки на виховання національної гідності, а й на знання рідної мови. Немало молодих футбольних фанів шанує державний гімн, прапор, не цурається мови.

Видовищно розважальні, чуттєві, явно примітивні молодіжні “районні” мильні опери (“Район Мелроуз”, “Район Сансет”, “Район Беверлі Хіллз”) дивляться переважно підлітки, що пояснюється захопленням наших дітей антуражем: красою інтер'єрів, одягом героїв, шикарними автомобілями. Учням старших класів, студентам імпонує розкутість, легковажність героїв. Відчувається, що підлітки стандартизуються на телевізійний кшталт, переймають не тільки пропаговані одяг та зачіски, а й почуття, смаки, стилі поведінки.

З'ясувалося, що кінофільм від початку до кінця дивляться тільки 15% опитаних, інші вдаються до фрагментарного перегляду. Більшість вважає, що фільми по телебаченню демонструються вже знайомі, тому, переключаючи канали, молоді люди проглядають знайомі кадри, довше дивляться фрагменти з улюбленими акторами, пам'ятними сюжетами, цікавими трюками. Молоді респонденти повністю переглядають відеофільми, віддаючи перевагу мультиплікаційним фільмам, фантастиці та еротичному (іноді порно) кіно.

Найпопулярнішим у цьому сезоні серед молодіжної аудиторії виявився фільм “Shrek” (у перекладі з німецької “переляк”). Глядачі відзначили досконалість комп'ютерної графіки, чорний гумор казкових персонажів, якісний стереозвук, наявність музичних композицій у виконанні відомих співаків. Більшість опитуваних віддало перевагу англомовному, а не дубльованому російському варіантові.

Студентська молодь ставиться до свого вільного часу більш серйозно. Якщо п'ять років тому вони віддавали першість американській кіно- та відеопродукції, то сьогодні називають психологічні фільми виробництва Франції, Італії, Польщі. Американські фільми наші студенти вважають красивими, але бездушними ілюстраціями з талановитими трюками та вродливими акторами. До речі, високопрофесійні переклади кінофільмів українською мовою, здійснені студією “1+1”, сприймаються молоддю Запоріжжя краще, ніж російські.

Радіо – фон життя багатьох. Якщо пенсіонери споживають інформацію державного дротового радіо (скільки накосили, скільки надоїли), то молодь робить ставку на FM. Його слухають у транспорті, вдома, на вулиці. Молодь називає радіо своїм універсальним вихователем, співрозмовником, засобом відволікання від буденних турбот.

Регіональні радіостанції змагаються в оперативності подачі новин, а не в кращій їх формі. Брак професійних журналістів відчувається на виборі тем, смажених фактів, великій кількості криміналу. Це породжує розважальну журналістику, “голівудизацію новин” (за визначенням Дена Резера із американської Сі-Бі-Ес).