

Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа №422
Кронштадтского района Санкт-Петербурга

Исследовательская работа по обществознанию
на тему: «Влияние массовой культуры на подростков»

Авторы:

ученица 9 «М» класса Куватова Алина,
ученица 9 «М» класса Ткачева Светлана,
руководитель - Фомичёва Надежда Егоровна

Содержание

1. **Введение.**
2. **Часть 1. Массовая культура.**
3. **Часть 2. Подростковый возраст.**
4. **Часть 3. Влияние массовой культуры на подростков.**
5. **Заключение.**
6. **Список использованной литературы.**
7. **Приложения.**

Введение.

За последние полстолетия жизнь человека существенно изменилась, приобрела новые черты и явления, темп ее ускорился. Во многом это связано с постоянно изменяющимися потребностями и желаниями человека, которые он постоянно стремится удовлетворить. Уровень современной науки и техники позволяет делать это легко и быстро. Научно-технические революции значительно изменили человеческую жизнь, облегчив практические стороны: стало легче и быстрее общение, удобнее бытовая сторона жизни. Мы с легкостью перемещаемся из одной точки мира в другую, за секунды узнаем новости из другого полушария или найти человека, которого не видели десятки лет. Многие вещи для людей стали доступнее и проще, в том числе и культура, которая из «элитарной» превратилась в «массовую». Она с легкостью проникла во все сферы нашей жизни и стала неотъемлемой ее частью. При этом ее влияние очень сильно и мы не всегда можем его контролировать, особенно тяжело делать это подросткам, что объясняется особенностями их психического и физического развития.

Темой нашей работы является влияние массовой культуры на подростков. Объектом исследования в основном были ученики 422 школы в возрасте от 11 до 18 лет, их интересы и увлечения.

Цель работы: изучить влияние массовой культуры на подростков.

Нами были поставлены основные задачи:

- рассмотреть понятие «массовая культура», выявить ее особенности и характерные черты»
- дать краткую характеристику подросткового периода и его особенностей
- провести опрос подростков с целью выявления их интересов, чтобы в дальнейшем проанализировав их, установить зависимость между предпочтениями подростков и факторами массовой культуры.

Часть 1. Массовая культура.

Основная задача - дать определение понятию «массовая культура» и выявить её характеристики.

Глава 1. Возникновение и распространение массовой культуры как явления

Интерес к явлению массовой культуры возник довольно давно, и на сегодняшний день существует немало исследований, теорий и концепций «массовой культуры».

Культурологи, социологи, философы, экономисты и обществоведы придерживаются различных точек зрения по поводу времени возникновения массовой культуры и ее распространения. Отдельные ученые связывают появление массовой культуры с традиционными античными зрелищами, такими, например, как бои римских гладиаторов, которые привлекали многочисленных зрителей. И относят к массовой культуре различные карнавалы, маскарады и массовые гуляния, которые были естественным явлением в различных уголках мира на протяжении многих веков. В социологии же, например, сформировалась особая точка зрения, согласно которой начальную стадию возникновения массовой культуры связывают с развитием техники и промышленности, начиная с промышленного переворота в Англии на рубеже XVII – XVIII веков. Первый шаг в этом направлении был сделан с появлением газет и журналов как раз в этот период. Постепенное развитие технических средств (появление радио, телефона, печатных станков, а потом и машинок, телевидения, а впоследствии и Интернета) привело к тиражированию и распространению продуктов культуры и превращению их в товар для продажи и потребления. Бурное развитие средств массовой информации, которое пришлось на XX столетие, привело к распространению массовой культуры как явления. Но,

тем не менее, существовали и другие факторы, способствующие этому процессу.

Развитие капиталистической модели экономики повлияло на то, что объектом продажи становились не только товары, производимые различными отраслями промышленности, но и культурный продукт. То есть, люди поняли, что с помощью искусства тоже легко можно заработать деньги, нужно лишь только изучить настроения и вкусы людей и соответствовать им. С развитием промышленности также был связан и процесс миграции населения. В начале XX века люди массово покидали деревни и переезжали в города. Таким образом, происходил разрыв с народной культурой и традициями, а, следовательно, и упрощалось и отношение людей к жизни. Многие традиции забывались или превращались в ненужные пережитки, люди стали задумываться лишь о том, как сделать свою жизнь проще и удобнее. Это привело к упрощению искусства, к его «дефициту», как называют его некоторые ученые. Это явление связывается еще и с тем, что бурное развитие техники и технологии вывело на первое место науку, отодвинув на второй план искусство в классическом понимании. Еще одним фактором, способствующим распространению массовой культуры, можно назвать и множество военных конфликтов и социальных потрясений, которыми был богат XX век. К ним можно отнести мировые и гражданские войны, революции и противостояния, которые привели к глобальным изменениям в жизни государств и их населения. На фоне всего этого людям требовалось отвлечься от реальности, получить удовольствие, свой кусочек счастья.

Таким образом, появление и распространение массовой культуры было обусловлено самим развитием экономики и общества в целом, а также историческим развитием наиболее развитых стран того периода.

Глава 2. Понятие и признаки массовой культуры

Что же такое массовая культура? И какими существенными признаками она обладает?

Универсального определения массовой культуры до сих пор не существует. Этому есть свое объяснение. «Массовая культура» - это сложное понятие, которое включает в себя такие элементы как «массовость» (как распространённость и степень потребляемости продукции) и «культура» (как духовная ценность и как потребляемый людьми продукт).

Существуют различные определения понятия «массовая культура» и большинство из них представляют собой обобщение основных признаков этого явления.

Так, энциклопедический словарь по философии определяет массовую культуру как «феномен человеческой истории, возникающий в силу того, что в XX веке культура стала представляться совокупностью знаний, приемов и методов, техник и технологий действия, т.е. чем-то внешним по отношению к человеку, тем, чем можно овладеть, выучив, затвердив, приняв к сведению, и что можно легко отбросить, когда отпала необходимость».¹ Схожее понятие предлагает и Новейший философский словарь, говоря, что «массовая культура - термин, используемый в современной культурологии для обозначения специфической разновидности духовного производства, ориентированного на «среднего» потребителя и предполагающего возможность широкого тиражирования оригинального продукта».² Большая Советская Энциклопедия четкого определения не дает, но также характеризует массовую культуру как превращенное в отрасль экономики культурное явление, «утверждающее тождественность материальных и духовных ценностей» и потребляемое через средства массовой информации большинством членов общества.³

Таким образом, можно выделить ряд характеристик или признаков, присущих такому явлению, как «массовая культура»:

- Массовость (массовое производство продукции массовой культуры и ее массовое потребление людьми, независимо от места проживания, а также проникновение массовой культуры во все сферы жизни общества);
- Ориентированность на среднего потребителя, а не на узкую группу ценителей или интеллектуалов;
- Быстродоступность и быстрозабываемость (продукцию массовой культуры невозможно приравнять к шедеврам мировой культуры, доступным только в музеях и имеющим огромное свое значение для духовного развития не одного поколения людей);
- Занимательность и развлекательность;
- Упрощенность смысла и содержания (зачастую продукция массовой культуры не несет сложной смысловой нагрузки, а ориентируется на инстинкты и эмоции людей)

Таким образом, массовая культура – это сложное явление, имеющее множество определений, содержащее в себе ряд признаков и характеристик. Не исключено, что с дальнейшим развитием общества в целом число этих понятий будет увеличиваться, а сама массовая культура приобретать новые признаки и черты.

Глава 3. Виды, направления и функции массовой культуры

Очевидно, массовая культура – явление далеко не однородное. И как любое другое сложное социальное явление оно имеет свою структуру, уровни и выполняет определенные функции в развитии общества.

В современной культурологии массовую культуру подразделяют на три вида или уровня:

- кич-культура (т. е. низкопробная, даже вульгарная культура, которая не наводит на размышления, не ставит вопросов, а сразу предлагает очевидные и стереотипные ответы);
- мид-культура (так сказать, культура «средней руки», которая является ориентиром для всей массовой культуры в целом);

- арт-культура (массовая культура, которая не лишена определенного, иногда даже высокого, художественного содержания, это наиболее высокий уровень массовой культуры).

Поскольку массовая культура подразумевает широкое воздействие на большую аудиторию, и ее потребителями является огромное количество людей, то и основными средствами ее распространения являются средства массовой коммуникации, к которым относят:

- средства массовой информации (газеты, журналы, радио, телевидение и т.д.)
- средства массового воздействия (реклама, мода, кино, массовая литература)
- технические средства связи и общения (телефон, Интернет)

При этом из-за своей распространенности и сложности как явления, массовая культура включает в себя множество направлений, ориентированных на различные группы людей:

1. Информационная индустрия. К ней можно отнести газеты и журналы, образовательные и воспитательные организации, Интернет, различные банки информации, библиотеки и все средства передачи информации, которые рассчитаны на массового потребителя и распространяющие в доступной форме современные знания.
2. Индустрия досуга. Сюда обычно включают все виды художественной литературы и искусства, развлекательные представления, спорт как зрелище, оздоровительные комплексы (спа, курорты, косметические услуги).
3. Система массового потребления – это реклама и мода. Именно они формируют представления о том, что престижно, контролируют и стимулируют потребление определенных товаров.
4. Социальная мифология. Сюда относят различные идеи, сплетни, слухи и мифы, которые дают объяснения тем или иным проблемам или явлениям, а также могут использоваться для создания паники или,

например, создания имиджа той или иной страны (миф об американской мечте).

Но нельзя рассматривать массовую культуру односторонне и видеть в ней только отрицательные черты влияния на общество. Во-первых, массовая культура и общество взаимно влияют друг на друга, а, во-вторых, в этих процессах прослеживаются как отрицательные, так и положительные моменты.

Массовая культура, как уже говорилось выше, проникает во все сферы жизни, и с развитием информационных технологий ее влияние на общество только усиливается. Это увеличивает поток информации, который обрушивается на людей и который зачастую не поддается какому-либо контролю ни со стороны государства, ни со стороны общества. К этой информации имеют доступ различные категории граждан, в том числе и дети, и подростки, которые наиболее подвержены влиянию и внушению. Все это ускоряет темпы жизни, что негативно сказывается на образе жизни и здоровье людей. Помимо этого к отрицательным чертам массовой культуры относят ее развлекательный характер и то, что она не способствует творческому развитию людей или формированию духовных ценностей, а направлена лишь на формирование потребления того или иного товара.

Но стоит помнить и о положительном влиянии массовой культуры на общество. Это проявляется в том, что культура и ее достижения стали доступнее простому человеку, как и информация вообще. Стало проще получать знания, развиваться и общаться. Помимо этого продукты массовой культуры способствуют отвлечению от насущных проблем, которые постоянно возникают в повседневной жизни. При этом стоит упомянуть, что массовая культура не просто формирует спрос, она ориентируется на запросы общества, которые не всегда бывают высокими.

В XX веке массовая культура превратилась в неотъемлемую часть общества, приобрела различные, порой неоднозначные черты. С одной стороны, она

охватила широкие слои общества, приобщила их к культуре, сделала ее доступнее для простого народа, но с другой стороны – она с легкостью используется как средство манипуляции общественным сознанием и мнением.

Часть 2. Подростковый возраст.

Основная задача - охарактеризовать подростковый возраст, определить его особенности.

Глава 1. Краткая характеристика подросткового возраста

Подростковый возраст — это стадия развития личности, которая обычно начинается с 11-12 и продолжается до 16-17 лет — периода, когда человек входит во «взрослую жизнь». Этот период не зря называют «вторым рождением», так как он сопровождается возникновением новых чувств, переживаний. Человек переходит из детства к взрослой жизни, хочет стать ее полноправным членом.

Подростковый возраст подразделяется на:

- младший подростковый возраст - с 11 до 13 лет (5 - 6 класс)
- старший подростковый возраст - с 13-14 до 16-17 лет (7 - 10 класс)

Каждый из этих периодов характеризуется своими особенностями, связанными с процессами роста и развития ребенка. Но существуют и общие черты: изменения в организме – быстрый рост (5-8 см в год); увеличение массы тела; резкая смена настроений, что обуславливается гормональными изменениями и изменениями в нервной системе; быстрая утомляемость, усталость; мечтательность, построение планов на будущее, фантазии; стремление к самостоятельности.

Глава 2. Особенности младшего подросткового возраста.

Несмотря на краткость младшего подросткового периода, он в некотором смысле сложнее, чем следующий за ним, т.к. дети в 11-13 лет только-только отходят от детского возраста и еще не знают, как справляться с изменениями в своем организме.

1) Зачастую младшие подростки отличаются агрессивностью, драчливостью. Они очень легко поддаются под чужое влияние, особенно старших по возрасту, проявляют склонность к нарушению правил (например, попробовать покурить, украсть, обмануть). Это можно объяснить незнанием и непониманием особенностей реальной взрослой жизни, любопытством и боязнью спросить об этом у взрослых.

2) С одной стороны младшие очень активны в любой своей деятельности – игре, общении, учебе. Но с другой стороны, они очень быстро утомляются, что влияет на результаты и соответственно на самооценку, если результаты не соответствуют их ожиданиям.

3) Очень часто у младших подростков наблюдается завышенная самооценка, неумение адекватно оценивать свои поступки, умения и достижения. Поэтому часто они радуются неудачам своих сверстников и хвастаются своими достижениями, успехами и приобретениями.

4) Обычным делом в младшей подростковой группе являются придумывание прозвищ и ябедничество. Для подростка очень важно его место в его группе общения. Он стремится обзавестись друзьями, быть на уровне с другими, не выделяться и не попасть в изоляцию. При этом подростки очень ранимы и обидчивы.

Некоторые из этих черт сохраняются и в старшем подростковом возрасте, так как во многом обуславливаются гормональными и физиологическими изменениями в организме, которые они просто не умеют контролировать.

Глава 3. Особенности старшего подросткового возраста

Старший подростковый возраст ставит свои задачи перед формирующейся личностью подростка. Данный возраст — время реального перехода к настоящей взрослости, первые признаки которой появляются в младшем подростковом возрасте.

В возрасте 14 - 17 лет подростковый опыт уже недостаточен для взаимодействия с окружающим миром, а взрослый опыт еще осознанно не освоен. В связи с этим выделяются основные особенности старших подростков:

- 1) Повышенная, по сравнению с другими возрастами, значимость тесных эмоциональных контактов и интенсивная социализация. Подросток активно ищет друзей, единомышленников, посвящает много времени общению, в котором склонен к крайностям и быстрой смене симпатий. Его сознание как никогда уязвимо и находится под давлением сверстников, СМИ, Интернета и пр.
- 2) Учеба перестает быть главной и самой важной задачей. Снижается продуктивность умственной деятельности в связи с тем, что происходит формирование абстрактного, теоретического мышления, то есть конкретное мышление сменяется логическим. Это сопровождается появлением критичности. Он уже не принимает объяснения взрослых на веру, он требует доказательств и обоснований.
- 3) В этот период происходит самоопределение подростка, формируются планы на будущее. Идет активный поиск своего «Я». Подросток пытается понять самого себя и свои возможности. В связи с взрослением изменяются требования и ожидания, предъявляемые к нему другими людьми. Он вынужден постоянно подстраиваться, приспосабливаться к новым условиям и ситуациям, но не всегда это происходит успешно. Возникают многие

психологические проблемы: неуверенность в себе, нестабильность, неадекватная самооценка, чаще всего заниженная.

4) В этот же период происходит становление мировоззрения молодого человека. Оно проходит через отвергание ценностей и правил, негативизм, поиск себя и своего места среди других. Несовершеннолетние часто верят в уникальность собственных проблем и переживаний, что порождает чувство одиночества и подавленности.

5) Характерно стремление к лидерству в группе сверстников. Очень большое значение имеет возникающее у подростка чувство принадлежности к особой «подростковой» общности. Подросток стремится следовать за модой и идеалами, принятыми в молодежной группе. Огромное влияние на их формирование оказывают средства массовой информации.

Противоречие подросткового возраста заключается часто в том, что ребенок стремится получить статус взрослых и взрослые возможности, но не спешит возложить на себя ответственность взрослых, избегает ее. Подросток часто отказывается принимать оценки и жизненный опыт родителей, даже если понимает их правоту. Ему хочется получить свой собственный уникальный и неповторимый опыт, сделать свои ошибки и учиться именно на них.

Таким образом, подростки – это особая возрастная категория, для которой характерны эмоциональная неустойчивость, а, следовательно, и склонность к восприятию чужого влияния и воздействия со стороны. При этом подростки любопытны, хотят быть в «тренде», не отставать от моды, у них много интересов. Они активно ищут ответы на интересующие их вопросы, используя доступные для них источники информации (Интернет, телевидение и т.д.) К сожалению, в современных условиях, когда информация находится в открытом доступе, когда существует большое количество информационных средств и средств связи, очень легко воздействовать на неустойчивую и несформированную психику подростков,

оказывать влияние на их склонности, манипулировать их мнением и сознанием. Из-за неустойчивости психики, из-за отсутствия твердых ориентиров подросток активно ищет, примеряет и осваивает социальные роли и модели, при этом, не всегда верно оценивая свое поведение и последствия своих поступков.

Часть 3. Влияние массовой культуры на подростков.

Основная задача - установить зависимость между предпочтениями подростков и факторами массовой культуры.

Чтобы разобраться, как влияют различные факторы массовой культуры на подростков, мы провели опрос среди учеников 422 школы, разделив их при этом по половозрастным группам: мальчики 11-14 лет, мальчики 15-18 лет, девочки 11-14 лет, девочки 15-18 лет.

В среднем, мальчики проводят в Интернете 2-4 часа, а девочки - 1-2 часа, при этом мальчики каждый день, а девочки - 4-5 раз в неделю (см. приложение 1, 2). Это может быть связано с тем, что девочки более заняты во внешкольной деятельности (танцы, кружки рукоделия и пр.).

Мальчики больше играют в он-лайн игры и проводят время в социальных сетях. Интернет частично заменяет им живое общение, предоставляет развлечения, которые они не могут или не хотят найти на улице, во дворе, дома. В силу своих возрастных особенностей у подростков недостаточно развит самоконтроль (преимущественно у младшего подросткового возраста). Девочки больше смотрят передачи, читают блоги, проводят время на форумах, потому что это напрямую связано с их увлечениями, а также они склонны к общению он-лайн. И те, и другие одинаково используют Интернет для поиска информации, связанной с учёбой и самообразованием (см. приложение 3), что является положительным влиянием массовой культуры. В

наши дни информация легкодоступна, не нужно тратить личное время на её поиск.

Девочки больше занимаются творчеством (танцы, рисование, муз. инструменты), а также они более усидчивы и лучше концентрируются. Это обусловлено их психологическими особенностями. У мальчиков поровну разделились творчество, спорт и учёба. Они легче отвлекаются, чем девочки, склонны к бурным эмоциональным всплескам, им нужны смена впечатлений выброс энергии. Массовая культура предлагает обширный выбор доступных средств развлечения, чем и обуславливается большое количество времени, проведённое мальчиками в Интернете. Печально осознавать, что у 30% подростков нет хобби (см. приложение 5), что доказывает влияние Интернета на них, т.к. именно эти ребята больше остальных проводят время в Сети.

Перейдём к литературе. Читательские интересы младших подростков не выходят за рамки школьной программы. В основном они предпочитают читать журналы, т.к. статьи имеют краткий формат изложения, их содержание не требует излишних умственных усилий для понимания, и чтение занимает примерно 10-15 минут. К старшему возрасту подростки начинают зарубежной художественной литературой, т.к. меняются их интересы и мировоззрение, они более нацелены на внешний мир.

Музыку подростки слушают одинаково часто, однако среди девочек все слушают музыку, в то время как среди мальчиков 5% не слушает музыку (см. приложение 4). Основные направления их музыкальных предпочтений – рэп и дабстеп - музыка, не вызывающая никаких глубоких переживаний, эмоций, «уличная» примитивная музыка, не представляющая никакой культурной ценности.

Если до этого предпочтения подростков по возрастам примерно совпадали, то в отношении телевидения они разительно отличаются. Подавляющее большинство мальчиков в возрасте 11-14 лет смотрят телевизор, а практически все мальчики с 15 до 18 лет - нет. Что касается девочек, то в

возрасте от 11 до 14 лет 90% смотрят телевизор, а в возрасте 15-18 лет показания разбились поровну.

В реальной жизни у мальчиков несколько близких друзей и много знакомых, а у девочек - 1-2 близких друга и достаточно приятелей. Это зависит от восприятия подростками понятия «близкая дружба». Девочки вкладывают в него более глубокий смысл, а у мальчиков меньшие требования к дружбе.

Мальчики намного менее восприимчивы к рекламе, им нужна конкретная информация. Девочкам легче «переваривать» её. Также мальчики негативнее относятся к рекламе (см. приложение б), т.к. не видят в ней никакой ценности. Основными потребителями товаров являются девочки, девушки и женщины, но в целом, реклама является мощным рычагом воздействия на подростков, поскольку они очень внушаемы, легко манипулировать их интересами.

Исходя из результатов нашего опроса можно сделать вывод, что основное влияние на подростков оказывает Интернет, посредством которого они общаются, узнают новое, развлекаются. Также немаловажна для них музыка, фильмы, он-лайн игры и социальные сети. Это обуславливается большим количеством свободного времени (после школы) и отсутствием определённых видов деятельности (в силу возрастного фактора). Таким образом, массовая культура оказывает достаточно сильное влияние на подростков с помощью средств массовой коммуникации.

Заключение

В нашей работе мы попытались раскрыть понятие массовой культуры, особенностей подросткового возраста и постарались на основе полученных нами данных показать влияние современной культуры на подростков. Новейшие технологии сильно изменили нашу жизнь, и массовая культура, а точнее, её влияние на людей - прямое тому доказательство. Подростки интересуются музыкой, творчеством, спортом под воздействием совокупности средств массовой коммуникации, которые являются неотъемлемой частью культуры. Именно подростки, столь восприимчивые к социальным изменениям, являются одними из основных потребителей продукции массовой культуры, при этом она не несёт практически никакой смысловой нагрузки. Всё это лишний раз доказывает, что нужно ограничить пользование подростками различными техническими средствами, стараться приобщать их к достижениям мирового искусства, научного мира, прививать вкус к чтению, прослушиванию «высокой» музыки, развивать внутреннюю культуру.

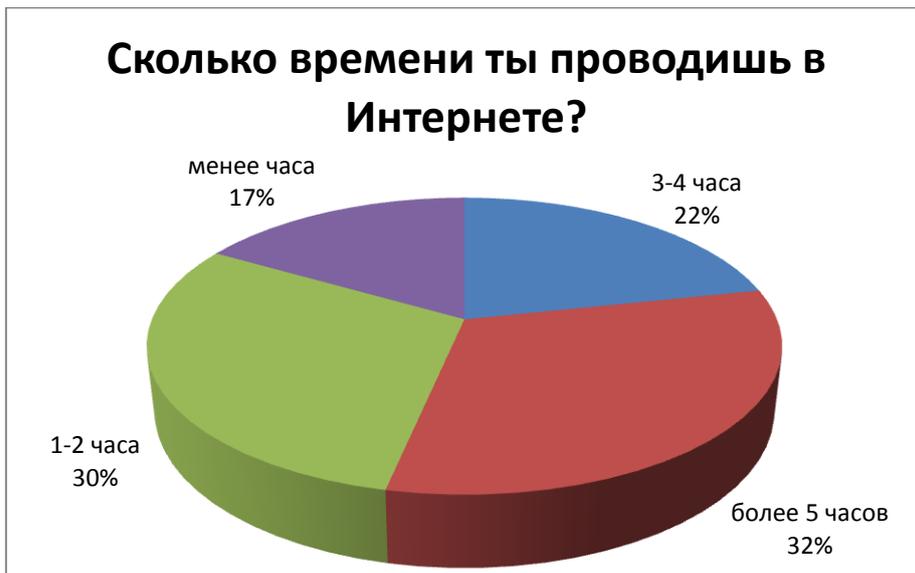
Список использованной литературы

- БСЭ. - М., Советская энциклопедия, 1969 - 1978
- Массовая культура: современные западные исследования. М., 2005
- Новейший философский словарь. М., 2009
- Обществознание. 6 класс: учебник для общеобразовательных учреждений/под ред. Л.Н. Боголюбова. - М., 2010.
- Тепляшин А. "Массовая культура, ее формы и влияние на молодежь". Доклад на научно-практической конференции III Свято-Дмитриевские образовательные чтения "Православие как основа государственности на Дальнем Востоке России". Хабаровск, 2007 год.
- Философия: энциклопедический словарь. /под редакцией А.А. Ивина. - М., 2004
- Эльконин Д.Б. Возрастные и индивидуальные особенности младших школьников. М., 1967.

- Интернет-ресурс: www.kulturoznanie.ru

Приложения

1) Мальчики



Девочки



2)

Мальчики

Как часто ты пользуешься Интернетом?



Девочки

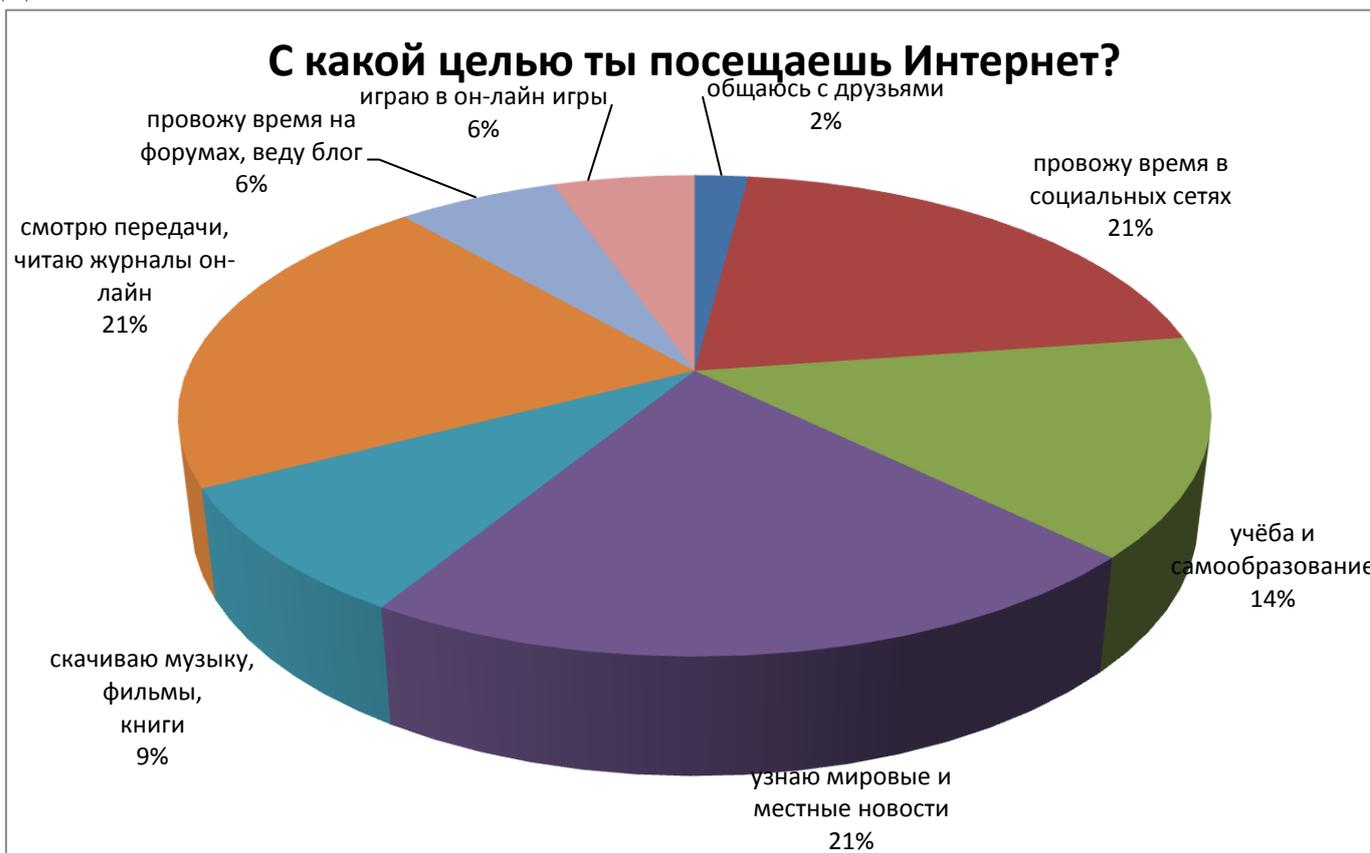
Как часто ты пользуешься Интернетом?



3) Мальчики



Девочки

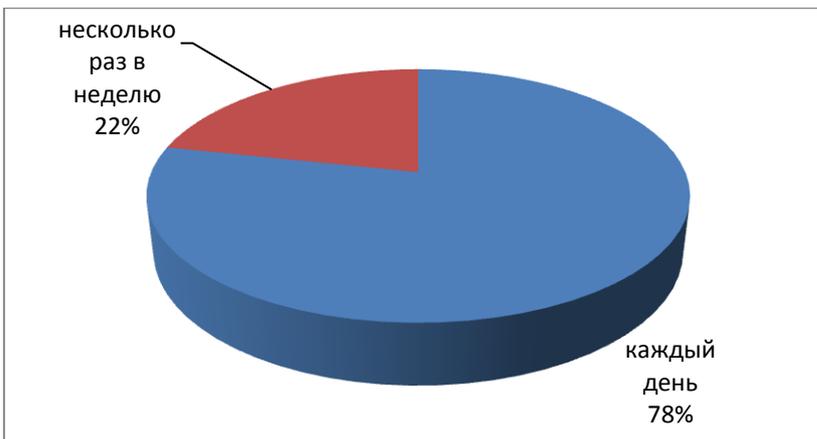


4) Как часто ты слушаешь музыку?

Мальчики

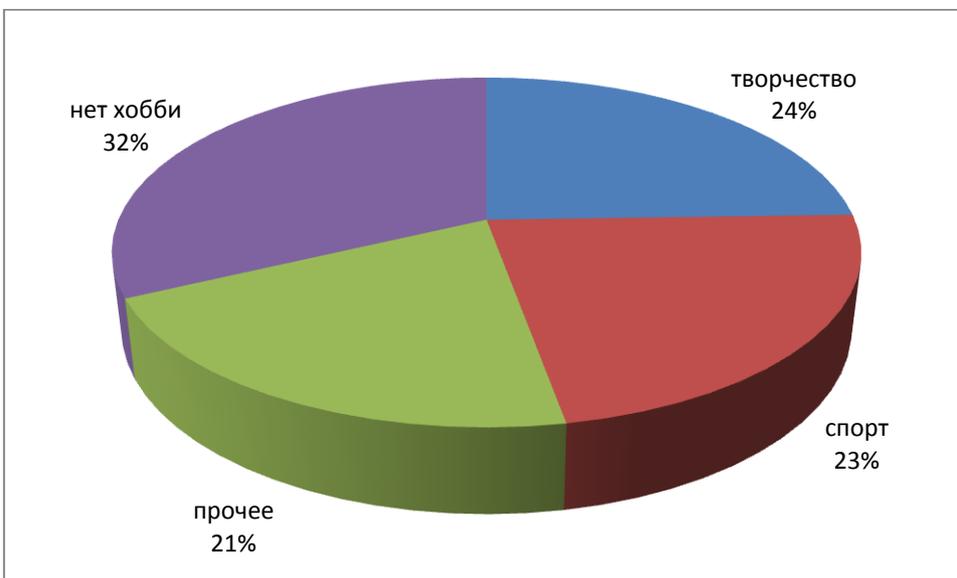


Девочки

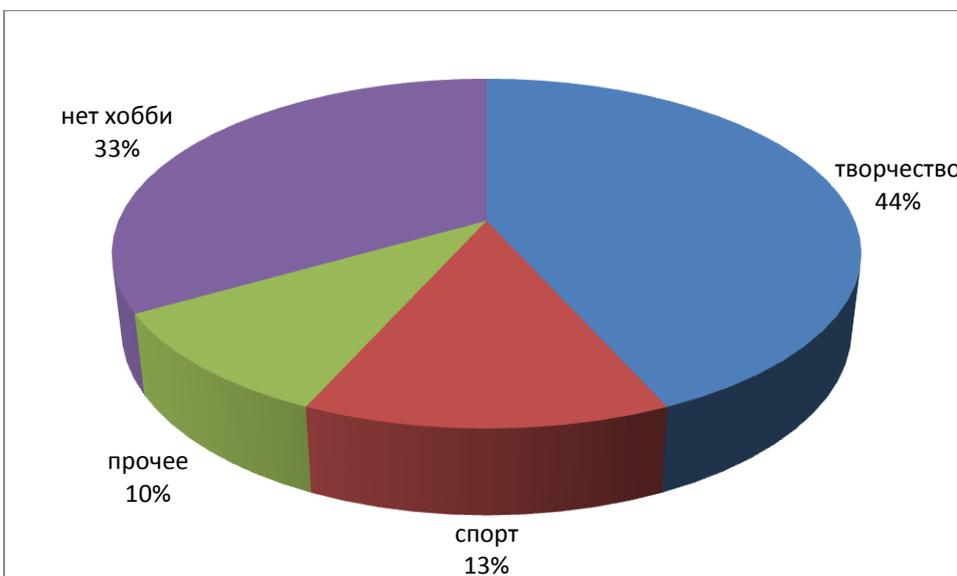


5) Есть ли у тебя хобби?

Мальчики

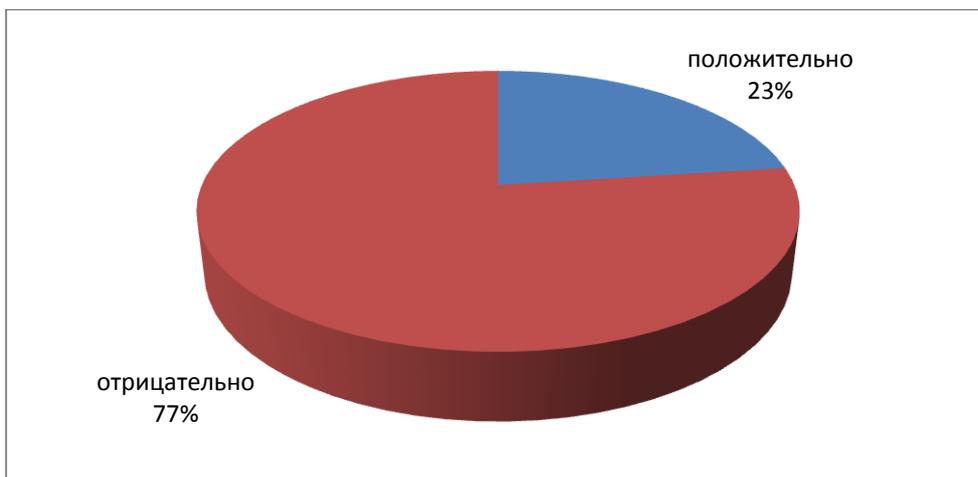


Девочки



6) Как ты относишься к рекламе?

Мальчики



Девочки

