

Сыргабаев С.Б.

МОЛОДЕЖЬ В ЗЕРКАЛЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ОПЫТ КЕНТЕНТ-АНАЛИЗА

УДК: 301.085-053.7

In the given article results of content-analytical research of youth subjects in mass media, namely in newspaper editions of republic are presented. The author analyzes attention degree to youth sphere of separate representatives of the press chosen as object of studying.

В данной статье представлены результаты контент-аналитического исследования молодежной тематики в средствах массовой информации, а именно в газетных изданиях республики. Автором анализируется степень внимания к молодежной сфере отдельных представителей прессы, выбранных в качестве объекта изучения.

В повседневной жизненной практике каждый из нас слышал из уст старшего поколения упреки в адрес молодежи за их аморальность, бездуховность, отсутствие идеалов, за меркантильность и отказ от традиционных ценностей.

Но насколько справедливы подобные упреки в адрес молодого поколения? Сетования на то, что «молодежь пошла не та», что они не в пример отцам, ленивы, легкомысленны, не уважают старших, можно встретить и в папирусах древних египтян, и в письмах и эссе древних греков.

Сегодня в нашем обществе всеохватывающей информатизации, где уже невозможно представить себе эффективную деятельность в какой-либо сфере жизни без обладания информацией, главным «действующим лицом» в мозаичном театре информации, процесса рождения определенных стереотипов, шаблонов, образов какого-либо объекта, и даже создания своеобразных моделей действия, являются средства массовой информации (СМИ).

В СМИ страны освещаются разные стороны жизнедеятельности нашего молодого поколения, которые в совокупности создают определенный образ современной молодежи в сознании различных слоев населения, а также и у самих молодых людей. Эти образы при их интенсивной информационной подпитке со стороны средств массовой информации могут трансформироваться в более устойчивые проявления как стереотипы и шаблоны: позитивные или негативные по своему характеру.

Нашей целью являлась проведение контент-аналитического исследования СМИ Кыргызской Республики, а именно республиканских газетных изданий. Методика контент-анализа, иначе анализ содержания, широко применяется в социологической науке и направлена на объективное изучение текстов с целью исследования социальных процессов (явлений), которые эти тексты представляют. Если упомянуть об истории метода анализа содержания от самого Адама, то надо, очевидно, обратиться к

известному выражению «в начале было слово». Как известно, немецкий поэт Гете поправил евангелиста Матфея тем, что перевел это изречение как «в начале было дело». Известный российский психолог Л.С. Выготский сталкивая эти два положения нашел выход, сказав, что слово есть конец, который венчает дело.

В задачи нашего исследования входило:

- определить степень внимания СМИ к молодежной проблематике;
- выявить частоту и доминирующий круг поднимаемых проблем молодежной сферы в средствах массовой информации;
- установить, кто является основным субъектом информации о молодежи;
- выявить характер оценок к молодежи в целом, даваемых в средствах массовой информации.

Объектом контент-анализа выступали номера газет «Вечерний Бишкек» за 2007-2008 гг. и «Слово Кыргызстана» за 2008 г., выпущенные в пятницу. Данные газеты имеют весомый тираж и распространяются в пределах республики. При выборе пятничных номеров газет мы руководствовались тем соображением, что они являются наиболее насыщенными по содержанию и разнообразию освещаемой тематики, что в свою очередь увеличивают шансы попадания искомой темы на полосы исследуемых газет, а также их уровень «читабельности» является сравнительно с другими номерами более высоким.

Методом случайного отбора была сформирована случайная выборка из 48 номеров газеты «Вечерний Бишкек» за 2007-2008 гг. и из 24-х номеров газеты «Слово Кыргызстана». Пилотажный контент-анализ выявил, что каждый номер газет содержит в среднем 20-30 статей разной величины, без учета материалов рекламного характера. В общей сложности контент-анализу было подвергнуто 72 номера указанных газет или около 1800 текстовых материалов.

В соответствии с поставленными задачами, нам предстояло сперва определить степень внимания объектов исследования к молодежной сфере. Проведя операциональное определение понятия «степень внимания» мы измеряли его совокупным количеством статей, размещенных в том или ином номере газет за определенный период.

Степень внимания к молодежной тематике в течении 2007-2008 гг. у газеты «Вечерний Бишкек» и «Слово Кыргызстана» в 2008 г. наглядно демонстрируют нижеприведенные диаграммы.

Диаграмма №1.

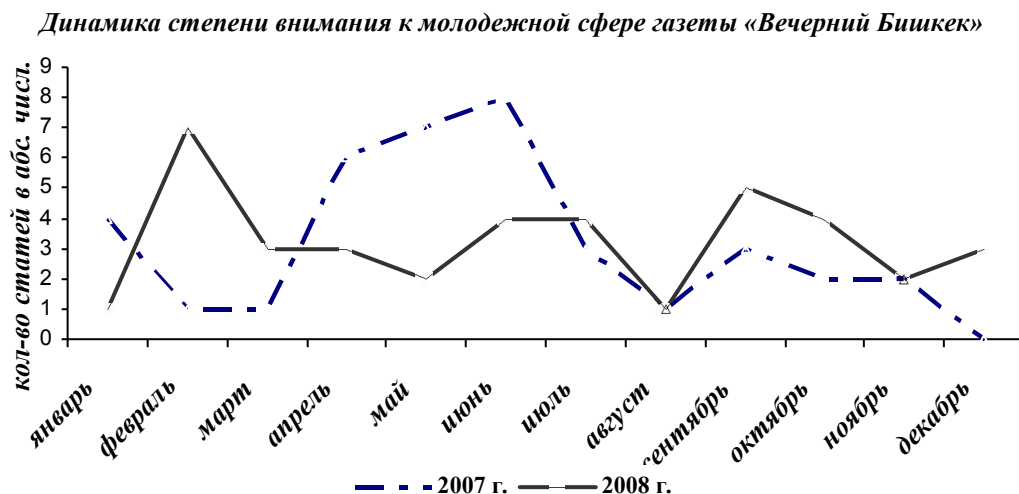
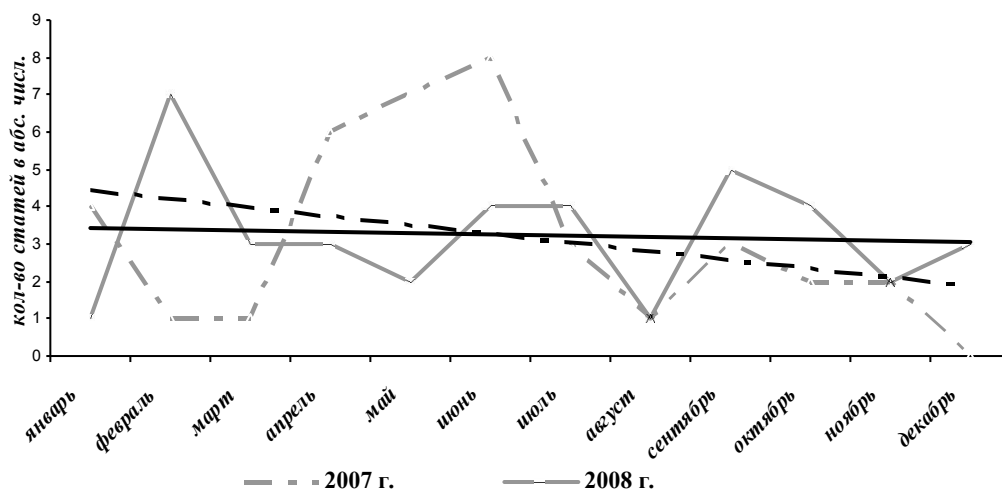


Диаграмма №2.

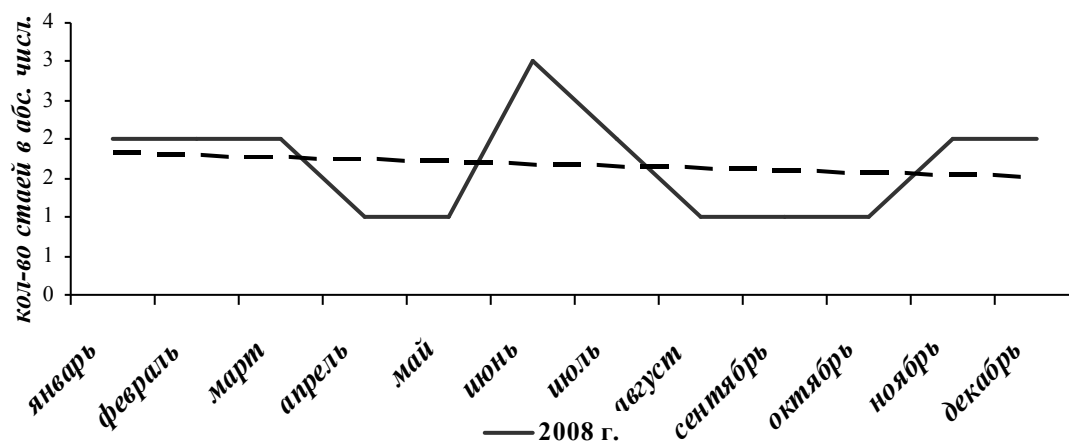
Трендовый анализ динамики степени внимания к молодежной сфере газеты «Вечерний Бишкек»



Как видим из представленных диаграмм, степень внимания у газеты «Вечерний Бишкек» в исследуемые периоды наиболее динамичная, характеризуется резкими всплесками и падениями интереса к молодежным вопросам. Пик внимания наблюдался весной (в апреле) и летом (в июне) в 2007 г., а в 2008 г. в начале и конце года. Напротив, у газеты «Слово Кыргызстана» данный показатель является размеренным, можно сказать умеренно стабильным и находится на достаточно низком уровне (максимум 3 статьи в номере).

Диаграмма №3.

Динамика и тренд степени внимания к молодежной сфере газеты «Слово Кыргызстана»



Анализ трендов в диаграммах свидетельствует, что в течении 2007 г. общая степень внимания «Вечернего Бишкека» к молодежной сфере постепенно убывала, в 2008 г. она сохраняла стабильный уровень и разместилась по прямой траектории аналогично «Слово Кыргызстану». При этом у «СК» степень внимания к молодежи оставалась сравнительно низким.

Исходя из анализа динамики интереса исследованных газетных изданий можно предположить, что какой-либо закономерности периодичности повышенного или наоборот пониженного интереса к молодежной тематике детерминированного конкретным временем года не прослеживается. Скорее это связано с отдельными социально-экономическими и политическими событиями, которые происходили в разных отрезках годового цикла времени. Также не наблюдается какой-либо конкретно выстроенной информационной политики по освещению молодежных тем. Единственной отличительной чертой является тот факт, что газета «Вечерний Бишкек» выдавала молодежные материалы динамично и разными по количеству «порциями» по сравнению с изданием «Слово Кыргызстана», которое оказалось достаточно скупым на статьи о молодых людях (см. диаграммы №1 и №3).

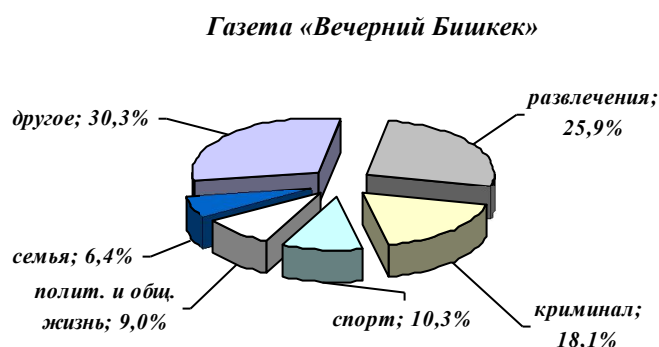
Далее результаты контент-анализа обнаруживают явное различие в частоте материалов на молодежную тематику в объектах исследования. Так, в «Вечернем Бишкеке» было опубликовано в 2007 г. – 24 статьи; в 2008 г. – 33 статьи, что составляют 4% и 5,5 % соответственно от общего проанализированного массива информации. В «Слове Кыргызстана» этот показатель равен 19 статьям или 3% от изученной совокупности текстовых материалов. Приведенные показатели красноречиво свидетельствуют о том, насколько мало внимания уделяется молодежной проблематике на страницах газет.

Сравнительно «высокий» интерес к молодежной теме у «ВБ» в 2008 г. (5,5%) думаем, что можно объяснить событийными факторами, иначе говоря, «всплеск» интереса в летне-осенний период 2008 г. был связан с такими значительными событиями в общественно-политической жизни страны как Саммит стран-участниц ШОС и Олимпийскими играми в Китае.

В ходе исследования был проведен качественный анализ содержания текстов для установления субъектов (героев) выдаваемого информационного массива. При анализе образов героев статей были выделены следующие характерные черты – молодежь в анализируемых материалах газеты «ВБ» в основном сконцентрирована в сферах:

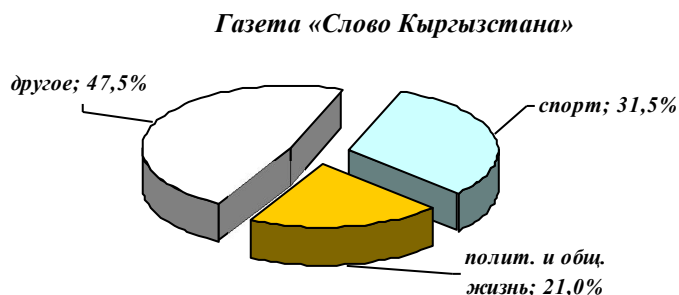
- развлечений (эстрада и шоу-бизнес, поп-музыка, рок, танцы и т.п.);
- криминала (убийство, изнасилования, наркотики, хулиганство и др. виды девиантного поведения);
- спорта (разные виды спорта);
- семья (создание семьи, бытовые семейные проблемы, вопросы жилья и т.п.)
- и других направлениях (где косвенно или частично упоминается о молодежи в контексте другой тематики)

Диаграмма №4.



В «СК» субъекты статей сосредоточены главным образом в сферах спорта, политической и общественной жизни республики.

Диаграмма №5.



Таким образом, результаты проведенного контент-аналитического исследования прессы выявили в целом достаточно умеренный интерес к вопросам молодежи. В публикуемых материалах внимание акцентируется преимущественно на двух «полюсах» жизнедеятельности молодых людей: сфере «развлечений», где молодежь предстает перед читателями поющей, танцующей, участниками эстрадных конкурсов, спортивных состязаний, частично включенных в общественную жизнь государства, и сфере криминала, состоящей из молодых убийц, насильников, наркоманов, мелких хулиганов и т.п.

Таким мы увидели двуполярный мир современной молодежи, отраженный на полосах прессы. С социологической точки зрения, молодежь как особая социально-демографическая группа, представляет собой не монолитное образование, а сильно дифференцированный по разным признакам пласт населения. И она способна проявить (и проявляет) себя, кроме эстрады и спорта, во многих областях человеческой жизнедеятельности. Спрашивается: куда подевалась «работающая молодежь», «созидающая молодежь», стремящаяся к образованию и науке «интеллигентная молодежь» или просто любящая свою Родину «патриотическая молодежь»? Почему они не популярны в современных общественных печатных изданиях? Может быть, эти темы коммерчески не выгодны?

Разумеется, мы далеки от намерений экстраполяции выводов нашего контент-анализа на всю республиканскую прессу. Для этого необходима организация более масштабных исследований с большим количеством материалов. Наше малое исследование было первой попыткой, зондом, запущенным в малоисследованную в нашей стране область СМИ.

Резюмируя свое размышление, хотели бы, чтобы общество увидело в будущем информационном мире нашу молодежь во всем многообразии и палитре жизненных интересов, преимущественно в позитивном образе, и чтобы это способствовало установлению конструктивного взаимодействия между молодежью и обществом, эффективному функционированию социальной модели «молодежь ↔ общество».

Литература:

1. Аверьянов Л.Я. Контент-анализ. М., 2007.
2. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М.: Научный мир, 2001.
3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Издательство «Добросвет», 1998.

Интернет-ресурсы:

1. www.i-u.ru ми
2. www.lib.socio.msu.ru.
3. www.socio.rin.ru
4. www.socioline.ru
5. www.orel.ru
6. www.sociograd.ru
7. www.socionet.narod.ru