



«Влияние СМИ на общественное мнение»

Автор:
Демина Александра Дмитриевна
7 класс МОУ «СОШ № 55»

Библиотекарь:
Ахунова Динара Шамильевна
Зав.сектором просветительской
работы библиотеки № 37 МУК
«ЦБС города Саратова»

Саратов, 2023

Появление новых технологий и распространение грамотности в XIX веке стали причиной возникновения новых форм коммуникации, а именно массовой коммуникации.

Уже начиная с середины XX века ученые стали изучать влияние средств массовой информации (далее СМИ) на общественное мнение. В исследованиях была выведена аксиома: СМИ - хороший манипулятор. Ученые из Америки М. Маккоумз и Д. Шоу установили взаимосвязь между темами в СМИ и настроением общества. Математический анализ социологических данных и анализ содержания газетных статей и телесюжетов помогли им установить эту связь. Тогда же ввели понятие «повестка дня» - набор важных на данный период времени проблемных сюжетов .

Ну а в XXI веке стало невозможно представить жизнь без телевизора, радио, журналов и, конечно же, без интернета. Поэтому тема нашего проекта «Влияние средств массовой информации на общественное мнение».

Актуальность исследования в том, что СМИ стали важнейшим общественным, в том числе политическим, инструментом в современном обществе.

Воздействие СМИ на общество имеет противоречивый характер. С одной стороны, они отображают общественную жизнь, связывают людей, их правительства, страны, освещают важные вопросы: демократия, гражданство, национальная и культурная самобытность, внутренняя и внешняя политика и т.п. А с другой стороны, СМИ программируют человеческое мышление.

Принимая во внимание человеческие привычки, утверждаем, что СМИ создают определённые образцы поведения, модели для подражания, формируют некоторые представления о жизни, о том, что хорошо и что плохо. Все это чаще всего отражается на современной молодёжи, которая ещё ищет себя в обществе. Таким образом, можно говорить о прямом влиянии СМИ на формирование набора ценностей, мнений и норм в отношении различных явлений у различных категорий населения.

Большая часть мира остается далека от современного человека. Это дает СМИ и журналистам огромные возможности для создания «псевдокартины» мира в сознании людей. Недобросовестные или ангажированные журналисты часто манипулируют аргументами для создания определенного общественного мнения. А. Моль пишет о СМИ: «Они фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры, выделяют отдельные элементы... и придают им особый вес, повышают ценность одной идеи, обесценивают другую.» [2, с. 33].

Гипотеза исследования: СМИ сегодня влияют на человека настолько сильно, что могут формировать общественное мнение в необходимом направлении.

Объект исследования - общественное мнение.

Предмет исследования - влияние СМИ на общественное мнение .

Цель - изучение особенностей влияния СМИ на формирование общественного мнения.

Задачи:

1. Дать определение СМИ.
2. Установить функции СМИ.
3. Определить уровень влияния СМИ на общество.
4. Подвести итоги проведенной работы.

Итак, что же такое СМИ? Средства массовой информации – это совокупность органов общественной передачи информации с помощью технических средств. Существует единая система СМИ, которая включает в себя три группы:

- печатная пресса;
- аудиовизуальные СМИ;
- информационные службы .

С появлением интернета он стал использоваться как средство массовой коммуникации, появились интернет-СМИ. На сегодняшний день их аудитория даже превышает аудиторию традиционных СМИ.

Итак, поговорим о **негативном влиянии СМИ**. Манипуляция - способ управления людьми с помощью иллюзий, который затем позволяет управлять их поведением. Это воздействие не явно, направлено на психику человека, его задача - контролировать поведение, отобрать свободу выбора, изменив представления, мнения и цели людей в нужном кому-то направлении. Манипуляция массовым сознанием - это главное в информационной войне. Не все современные люди могут отличить правду от лжи. Используя СМИ, можно управлять сознанием людей, и внушать определенные мысли, вести к нужным поступкам. Не все способны анализировать информацию, критически ее осмысливать, часто принимают за чистую монету, слепо доверяя печатному слову или растиражированному сюжету или ролику в интернете.

Однако, СМИ имеют и свои достоинства:

- доступность в любое время в любом месте не зависимо от того, насколько ты занят, например, радио в машине, либо интернет 24\7;
- возможность вернуться к прочитанному, увиденному, прослушанному, ведь информацию легко можно найти в интернете;
- оперативность; мгновенно любые события освещаются в СМИ.

Но не упускайте из виду, что любое из перечисленных преимуществ имеет также и обратную сторону. Определенно говорить о вреде или пользе СМИ не совсем корректно.

В современном обществе роль СМИ очень высока. Информация из социальных сетей, новостных эфиров, радио, газет и журналов формирует мировоззрение. От того, что именно человек прочитает, услышит, просмотрит зависит жизненная позиция, а, следовательно, и поведение конкретного человека в конкретной ситуации. Поэтому любую информацию необходимо проверять на подлинность и объективность, а для этого необходимы знания, широкий кругозор и способность мыслить самостоятельно.

Сегодня СМИ предоставляют аудитории самую широкую и разнообразную информацию, но интерпретируют ее по-разному, дают событиям свою оценку. Одно и то же событие может быть на первом месте у одного канала и останется незамеченным другим. По мнению М. Паренти, «наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом предопределены теми, кто контролирует мир коммуникаций».

Чтобы убедить аудиторию в чем-либо, автору нужно найти аргументы, которым поверят. Убедить возможно при условии, если доводы автора логичны, соответствуют чувствам и представлениям конкретной аудитории. Достаточно небольшой выявленной неточности, чтобы люди утратили доверие к источнику, а потом воспринимали даже достоверную информацию с недоверием. Но если информация получена от «своего» привычного канала или от человека авторитетного, люди часто принимают сведения на веру, без доказательств, им легко внушить «нужное» отношение.

Особенно очевидным влияние СМИ на массовое сознание стало в наши дни Специальной военной операции. И здесь немало примеров попыток манипулировать общественным мнением в пользу определенной стороны. Недобросовестные СМИ подменяют события, ситуации, полагая, что «на войне все средства хороши». Сюжеты «бойни» в городе Буча, из роддома с окровавленной беременной женщиной, дезинформация об обстрелах мирных граждан и Запорожской АЭС, уровень оснащения армии с картинками из интернет-игр, «зверства» российских солдат по отношению к женщинам и детям на освобожденных территориях - все эти моменты в определенный момент стали работать против. Фейк-ньюс заполнили все СМИ, а их разоблачения стали привычным делом.

Подводя итог, можем сделать вывод: основная задача СМИ - создание определенного отношения к какому-либо явлению. СМИ, воздействуя на общество в целом, воздействует на каждого в отдельности. Таким образом

формируются нужные одинаковые эмоции и действия. Так СМИ влияют на общественное мнение.

С другой стороны, общество всегда имеет свое отношение к власти, к какой-либо глобальной государственной или мировой проблеме. Таким образом, общественное мнение может быть контролирующей силой по отношению к властным структурам. Общество может влиять на институты власти в решении политических, социальных экономических проблем.

Значит, можно сказать, что общественное мнение и СМИ взаимно влияют друг на друга. Общественное мнение формируется под влиянием средств массовой информации. А СМИ, в свою очередь, освещают темы, важные и интересные обществу в данный момент. Так, совершенно неожиданно для оппонентов России, общество сплотилось в момент проведения СВО. Простые граждане, получив из СМИ информацию, как можно помочь, стали сами создавать инфоповоды: кто-то собирает гуманитарную помощь, другие отправляются на освобожденные территории волонтерами, третьи перестроили производство, чтобы помогать армии, ученые дорабатывают вооружение с учетом опыта, полученного в ходе проведения СВО, специалисты IT разрабатывают средства по борьбе с беспилотными летательными аппаратами. Таким образом, общество само диктует СМИ актуальную на сегодняшний день повестку!

Библиография:

1. . Бортник Е. М. Управление связями с общественностью : Учеб. пособие / Е. М. Бортник, Э. М. Коротков, А. Ю. Никитаева ; Под ред. Э. М. Короткова. — М. : ФБК-Пресс, 2002. — 128 с.
2. Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу /Полис.Политические исследования. - 2003. - №3. - 119 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. — 832 с.
4. Моль Абраам. Социодинамика культуры; Под ред. Б.В. Бирюкова, Р.Х. Зарипова, С.Н. Плотникова. - М. : Прогресс, 1973. - 408 с.
5. Паренти Майкл. Демократия для немногих. - М., 1990. - 216 с.
6. Суслов Е. В. СМИ как инструмент формирования общественного мнения в процессе становления гражданского общества. Дисс... канд. полит. наук. / Е. В. Суслов - М., 2004. – 170 с.
7. <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/>