

- способность перерабатывать полученную информацию и создавать новую;
- способность к компьютерной грамотности и информационному общению.

Эти критерии являются критериями познания социальной и природной действительности [3]. Таким образом, информационная культура не сводится к знаниям и умениям работы за компьютером, она подразумевает информативную направленность личности, обладающей мотивацией к применению и усвоению новых данных. Овладение информационной культурой помогает человеку понять его место, роль, самого себя в мире. Один из важнейших элементов информационной культуры человека – знание информационных ресурсов.

Список использованных источников

1. Понятие «информационная культура»: несколько интерпретаций. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/9829-informacionnaya-kultura> Дата доступа: 29.03.2022
2. Информационная культура. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.m.wikipedia.org> Дата доступа: 29.03.2022
3. Критерии информационной культуры человека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/9829-informacionnaya-kultura> Дата доступа: 29.03.2022

Проблемы влияния СМИ на общественное сознание

Шелимова К.С., Дождикова Р.Н.

О способности средств массовой информации оказывать влияние на общественное сознание известно давно. Переход к информационному обществу значительно усилил роль СМИ в формировании массового сознания. Влияние СМИ основывается на доступности предлагаемой информа-

ции, ее социальной ориентированности и многоплановости, а также охватом огромной аудитории. В настоящее время человеческое сознание во многом зависит от различных источников информации, прежде всего, от электронных. Современный человек уже не может представить свою жизнь без информационных технологий. Данная зависимость приводит к возможности манипулирования общественным сознанием. В роли манипулятора могут выступать коммерческие лица, политики и другие субъекты.

СМИ используют довольно широкий арсенал методов влияния на общественное сознание, в первую очередь можно выделить преобразование коммуникативно-содержательной стороны информации и эмоциональное воздействие, которые достигаются в основном лингвистическими средствами. Вместо того чтобы вести человечество к индивидуализации, СМИ склеивает его в массу. Масса собственного мнения не имеет, поэтому СМИ легко могут навязать обществу свою точку зрения, понимания и восприятия. Таким образом, средства массовой информации стали формировать общественные ценности, ориентацию и мировоззрение.

В мире существует огромное множество источников информации. Они представлены в виде новостных, развлекательных и рекламных сайтов, различных мессенджеров, блогов, видеоканалов и фото-аккаунтов. Отследить качество и достоверность информации, доносимой из огромного количества источников, которые могут противоречить друг другу, не представляется возможным. Помимо информационного манипулирования, это приводит к возникновению ряда иных проблем.

Одной из важнейших проблем является искажение предоставляемой информации, описание ложных событий и фактов, спланированное время и место подачи информации, утаивание важных деталей события. Это приводит к дезинформации общества и ложному восприятию окружающего мира. Человек начинает жить в мире информационных фантомов. Это также может привести к возникновению психологических манипуляций, це-

люю которых является создание сомнений в объективном восприятии обществом действительности.

Другой не менее важной проблемой, тесно связанной с дезинформацией является информационная война. Она представляет собой процесс противоборства человеческих общностей, который направлен на достижение различных целей. Этот процесс основывается на манипуляциях и воздействии на общность противостоящей стороны путем распространения специально подготовленной информации и иных различных материалов. В условиях переизбытка информации возникает так называемый информационный шум, пагубно влияющий на способность субъекта адекватно анализировать ситуацию и получаемую информацию.

Арсенал средств воздействия СМИ на общественное сознание довольно велик. Можно выделить методы преобразования коммуникативно-содержательной стороны информации, методы эмоционального воздействия, а также лингвистические методы и приемы. Кроме того, существует множество невербальных средств воздействия, связанных, прежде всего с визуальной информацией.

Таким образом, современный человек сильно подвержен влиянию СМИ. Неумение сортировать получаемую информацию и ее источники, отсутствие критического мышления и осознанности приводит к тому, что человек становится легкоуправляемым и лишается собственного выбора, даже если ему кажется, что это не так.

Медиа: понимание и проблемы

Чепелевич Я.М., Дождикова Р.Н.

Медиа – это понятие, включающее в себя информационные источники и средства коммуникации [1]. Термин медиа появился в нашей жизни не так уж и давно, но его составляющие, то есть информационные источники и средства коммуникации, были созданы на самых ранних этапах челове-