

Такие опасные конкуренты как Россия / СССР и Германия / Третий Рейх ей были не нужны. Как говорил Генри Форд: «Уничтожьте капитализм, уйдут и мировые войны».

УДК 316.658.2

Влияние средства массовой информации на формирование общественного мнения

Ковзан А.А.

Научный руководитель: Саморядов В.Г.

Белорусский национальный технический университет

Настоящее время принято называть информационной эпохой, ведь на сегодняшний день информация — это одна из самых главных ценностей. И ее создание, и распространение — дело рук средств массовой информации. В постиндустриальном обществе информация имеет решающее значение во всех сферах общественной жизни. Именно поэтому власть стремится владеть информацией, иметь над ней контроль и распределять. Однако, согласно демократическим принципам, средства массовой информации (СМИ) должны иметь определенную меру свободы. Потому эти два института вынуждены взаимодействовать между собой, форма взаимодействия продиктована, в первую очередь, самой политической обстановкой. Изучение состояния СМИ дает представление о современной политической картине.

Общественное мнение — это состояние массового сознания, в котором выражается отношение различных совокупностей людей, именуемых общественностью, к явлениям, событиям и фактам социальной действительности, затрагивающим их потребности и интересы. В обыденном употреблении понятие «общественное мнение» чаще всего подразумевает точку зрения общества по тому или иному общественно значимому вопросу. Исследования общественного мнения проводятся при помощи так называемых социологических опросов общественного мнения. Формирование и развитие общественного мнения происходит как целенаправленно — в результате воздействия политических организаций и социальных институтов и учреждений на сознание общественных групп, так и стихийно- под непосредственным влиянием жизненных обстоятельств, социального опыта и традиций. К числу признаков конкретного общественного мнения относят его распространённость, интенсивность. В отличие от общественного настроения оно проявлено более отчётливо и характеризуется относительной стабильностью.

Окно Овертона – это теория или концепция, с помощью которой в сознание даже высокоморального общества можно насадить любую идею. Свое название Окно Овертона получило в честь американского социолога Джозефа Овертона, который в середине 90-х годов предложил данную концепцию. С помощью этой модели Овертон предлагал оценивать суждения общественного мнения и степени его приемлемости.

На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что информационное общество – это отдельный мир, который управляет мыслями социума, пытается подстроить под себя его сознание и обеспечить себе дальнейшую материальную базу в виде нынешней аудитории. Сила влияния СМИ на индивидуальное и общественное сознание и поведение определяется сочетанием таких факторов восприятия информации со стороны аудитории, как внимание к информации, доверие к ее источнику, корректность ее интерпретации, и ее последующее обсуждение. Миссия СМИ, соблюдающих правила нравственной культуры, – быть советником и другом для читателя, его путеводителем в мире и главной частью духовной культуры человека. Нравственная культура базируется на морали – отношении человека к самому себе и к другим людям. В век господства высоких технологий и засилья массовой культуры остается чрезвычайно мало времени для сосредоточенных раздумий и самоанализа, тогда как вопрос «Что с нами происходит?», прозвучавший еще в 70-е годы прошлого, XX века, остается как нельзя актуальным и по сей день.

Литература

1. Гуржий Д.А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения // Молодой ученый. — 2015. — №12. — С. 991-993. — URL<https://moluch.ru/archive/92/20451/>
2. Киямова Л. У. Влияние СМИ на развитие мировоззрения молодежи [Текст] // Актуальные проблемы филологии: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 96-97. — URL<https://moluch.ru/conf/phil/archive/28/2747/>