

М.В. Рыжиков, студент,

Е.Н. Гайдукова, преподаватель,

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, bobruisk@mail.ru

Данная тема представляется нам наиболее интересной и актуальной из всех тем волнующих современное общество. В настоящее время СМИ являются мощным инструментом влияния на подсознание и поведение, жизнь и деятельность людей.

Однако эта система оказывает как положительное, так и отрицательное влияние. Исходя из этого, мы взяли сделать попытку анализа влияния их на жизнь людей, на идеологические, политические и социальные процессы.

В СМИ включены: периодическая печать, радио, телевидение, звукозапись, видеозапись, компьютерное накопление, обработка, передача и прием информации, система Интернета и др. Действия СМИ заключаются в распространении разного вида информации среди различных по численности аудитории с целью утверждения духовных ценностей данного общества или его групп, оказание идеологического и культурного, политического воздействия на членов общества. В силу их значимости СМИ называют четвертой властью после законодательной, исполнительной и судебной властей.

В своей работе мы провели исследование (опрос) на предмет видения влияния СМИ на общественное мнение.

При проведении опроса мы разделили опрашиваемую аудиторию, которая составила 207 человек, на 3 возрастные группы (первая - 16-21 год; вторая - 22-33 года; третья - 34-53 года) и поставили перед ними следующие вопросы:

- Средства массовой информации - двигатель общественного мнения! Так ли это? (диаграмма 1)
- Достаточно ли средства массовой информации предоставляют аналитических материалов? (диаграмма 2)
- Является ли «жёлтая пресса» обязательным атрибутом средств массовой информации? (диаграмма 3)
- Объективно ли средства массовой информации отражают социальное, экономическое и политическое положение в стране? (диаграмма 4)

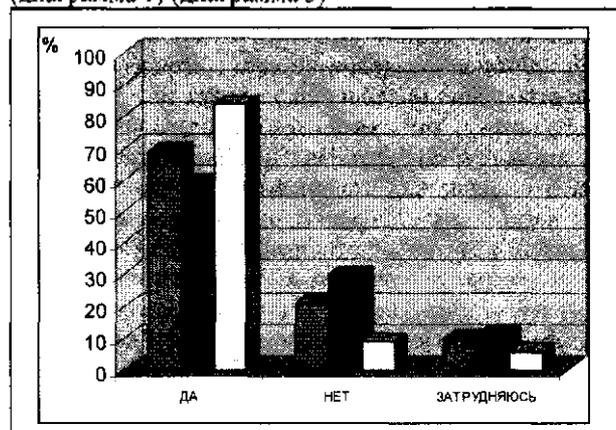
Результат, полученный, после подведения итогов показал, что при ответе на первый вопрос все три группы сошлись во мнении и ответили, что СМИ действительно являются двигателем общественного мнения. Так за положительный ответ в первой группе проголосовали 79%, во второй - 69%, в третьей - 84% опрошенной аудитории.

Мнение по второму вопросу разделялось во всех группах, на каждый из предложенных вариантов ответы мы получили, примерно одинаковое количество голосов.

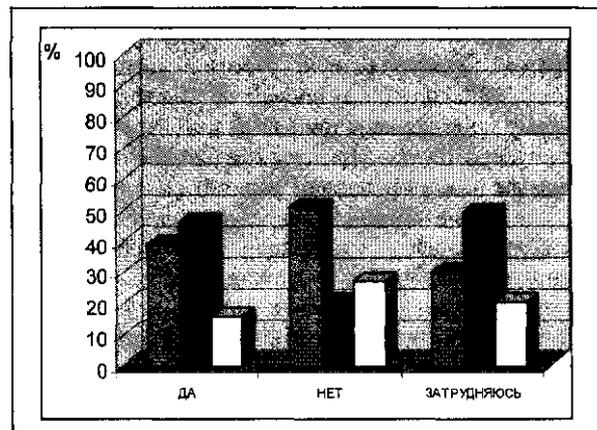
Результат третьего вопроса, оказался неожиданным. Оказывается многие из нас не прочь обсудить очередную сплетню и покопаться в «грязном белье».

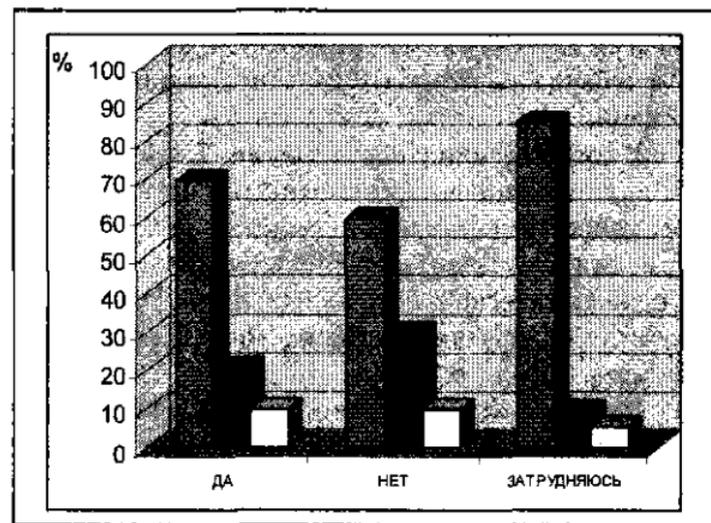
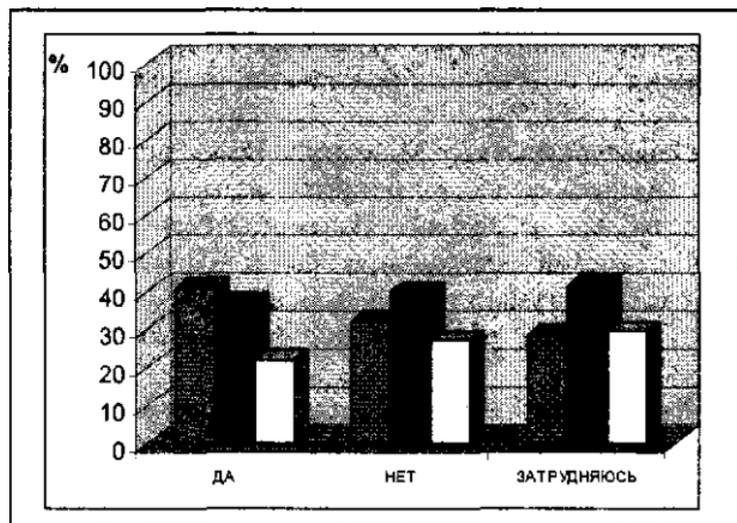
Вопрос, об объективности СМИ в освещении жизни нашей страны с различных сторон, не вызвал особых затруднений. Так, больше всего доверяют СМИ люди старшего поколения 86%, а вот отрицательный ответ мы чаще получали от среднего поколения, хотя большинство и этой группы удовлетворены предоставляемой им информацией.

(диаграмма 1) (диаграмма 3)



(диаграмма 2) (диаграмма 4)





Мы рассмотрели СМИ, как с положительных сторон, так и с отрицательных.

Поближе познакомившись с видами СМИ, мы попытались рассмотреть каждый из видов, выяснить общее значение их в обществе и доверие людей к ним.

Изучив методы влияния на личность, мы ознакомились с таким немаловажным понятием, как «формирование стереотипов» с помощью средств массовой информации. На сегодняшний день проблема «зомбирования» людей очень актуальна, поэтому мы попытались как можно лучше осветить этот момент. Проследивая связь между идеологией, политикой и СМИ, мы поняли, что у них различные интересы, но с другой стороны они стремятся к естественному союзу.

В нашей работе также была затронута тема политической агитации и пропаганды, ведь данную функцию выполняют практически все виды СМИ, независимо от уровня развития в стране демократии и свободы слова.