

СОЦИОЛОГИЯ

Мороко Игорь Дмитриевич

студент

Коришунов Егор Евгеньевич

студент

Сапронов Алексей Викторович

доцент

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

г. Курск, Курская область

ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ НА СОЦИОЛОГИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Аннотация: в статье идет речь о том, что информация дает небывалые возможности или может погубить, а как известно, тот, кто владеет ею, владеет миром. В работе сообщается о том, что трудно оспорить факт влияния СМИ на общественное мнение существенно отличается от прошлых веков. Указывается, что все средства информации способны навязывать определенное мнение или даже модель поведения.

Ключевые слова: средства массовой информации, социология, общественное мнение.

В эру технологического прогресса и компьютеризации, внедрения в жизнь новых технологий, всяческих девайсов, гаджетов, совершенствуются и другие социальные институты и, конечно же, общество в целом. Но так ли это на самом деле?

Возможно, предпосылок для улучшения жизни и самих людей стало гораздо больше. Мы живем во времена возможностей, когда условий для самосовершенствования человека открыт целый горизонт. Проблема в том, что человек в любом случае остаётся самим собой. И всё то новое, что создается для, казалось бы,

для улучшения качества жизни, на самом деле служит для её облегчения. Человек стремится больше не сделать жизнь лучше, чем-то было, при этом продолжать трудиться дальше, чтобы приумножить свой успех, а просто-напросто переложить часть своих обязанностей на кого или что-либо другое, создавая для себя возможности не делать абсолютно ничего. Таким образом, можно сделать вывод, что весь прогресс человека, достигнутый на каком-либо поприще, сопровождается неминуемой деградацией сначала одного человека, а потом и всего общества в целом. И сейчас хотелось бы поговорить конкретно о воздействии на социологию общественного мнения с помощью средств массовой информации.

А что же вообще есть такое – социология общественного мнения? Это ничто иное, как отрасль в социологии, предметом изучения которой является структура, закономерности, механизмы, формирование и функционирование общественного мнения. Человек, живущий в обществе с другими индивидуумами, ежедневно сталкивается с общественным мнением. Все мы живем в мире, в котором мнение других людей играет очень важную роль для каждого из нас, а может и ключевую. Это отражается на всех аспектах нашей жизни вплоть до того, что нам следует говорить, как следует себя вести, как нужно выглядеть, каким человеком ты вообще должен быть. «Я независим от общественного мнения!», «Мне плевать на то, что люди обо мне говорят!». Зачастую подобные фразы являются ложью, способом выделиться над «серыми массами». Но правда в том, что человек не может не зависеть от общественного мнения. Банальный пример, если ты асоциален, не соответствуешь социальным и общественным нормам, о тебе отзываются не в лучшем, а то и в худшем свете, то тебя просто не возьмут на приличную работу, ты не сможешь обеспечивать свою семью и, возможно, всё закончится тем, что от тебя уйдет твой любимый человек, и ты потеряешь всё, что у тебя было, ты станешь никем, доживающим свой век лёжа под мусорным баком. Возможно, я перегибаю палку, но жизнь, в принципе, жестокая штука.

Общественное мнение имеет огромную власть над человеческой жизнью, а СМИ научились воздействовать на общественное мнение как никто другой

лучше. Выходит, рождается своеобразная цепочка, из которой следует, что СМИ может управлять человеческими жизнями?

Воздействие на общественное мнение, пожалуй, самая главная функция средств массовой коммуникации. За свою долгую историю существования и развития СМИ успели изучить общество и выработать стереотипы. С самого начала их развития они просто предоставляли информацию в народ, НО только именно ту, в которой общество нуждалось. И со временем мы стали заложниками этой информации. СМИ не только сумели подстроиться под изменяющиеся условия в мире, но и научились использовать информацию как средство манипуляции. В современном мире средства массовой коммуникации стали главным инструментом манипулирования. Выходит, что фактически они контролируют мир, они могут навязывать культуру, ценности, идеи, идеалы, моду и многое другое. Исследования показывают, что СМИ за счет этого навязывания могут создавать некую квазиреальность, иными словами виртуальную реальность, искажая реальное положение вещей. СМИ предлагают нам готовые стереотипы поведения, диктуют нам, как и о чём думать. Общество превращается в бездумную массу, неспособную думать своим умом, становясь просто толпами живых мертвецов, зомби, которыми легко управлять, упрощая СМИ задачу манипулирования.

Основной закон духовного развития человека состоит в смене субъективного отношения человека к окружающему миру на объективное, что возможно только при владении информацией определенного уровня. Потребность в информации следует рассматривать как потребности в сообщениях определенного содержания и формы, которые нужны всем нам для ориентации окружающей нас действительности, своего рода уточнения сложившейся у нас в головах картины мира, для выбора поведения и решения проблемных ситуаций, для достижения внутреннего согласия с самим собой и социальной средой. Без удовлетворения этих потребностей невозможна целенаправленная и разумная деятельность человека. Поэтому степень развития потребностей в информации и их удовлетворения тесно связаны с социальной активностью людей. Если подумать логически, то какова социальная активность – такова и информация о ней. Всё дело в том,

что в обществе главным информатором является государство, которое не всегда заинтересованно в распространении объективной информации. Например, той, которая содержит военную или государственную тайну, источники, несущие в себе потенциальную опасность, как например в случае с обстановкой на Украине сейчас. С экранов нам говорят и показывают одно, им – другое, а правда скрыта от наших глаз. Правда, несоответствующая установкам господствующей идеологии. На информацию, разглашение которой может принести ущерб, государство, разумеется, имеет право налагать запрет. Во всех других случаях замалчивание, а ещё хуже, искажение информации, может серьезно подорвать политические и экономические устои государства, лишить людей веры в то, что всё хорошо. Всё устроено довольно сложно, но если попробовать разобраться, то можно отыскать зерна среди плевел.

С одной стороны, мы должны быть благодарны СМИ, за то, что доносят до широкой аудитории более полные сведения о том или ином событии, но с другой стороны вся эта информация носит либо поверхностный характер, либо в корень искажена и раскрывает нам «придуманную» правду. Нельзя винить СМИ в том, что они поливают нас неправильной водой, после которой мы, подобно деревьям, вырастаем из земли не такими, какими должны были. Но волю над своим разумом мы предоставляем им добровольно, развесив свои уши, как бы разрешая управлять нами, и в этом мы можем пенять лишь на себя.

Список литературы

1. Денис Э. Беседы о масс-медиа. – М., 1977.
2. Коновченко С.В. Общество – сми – власть / Коновченко С.В. – Ростов н/Д.: СКАГС, 2001.
3. Тощенко Ж. Социальное настроение. – М., 1996.