

2. Прохода В. А. Образ идеального преподавателя вуза в сознании студентов // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления. М., 2014.

3. Капустина Т. В. Идеальный преподаватель в представлении студентов медицинского университета // Концепт. 2017. № S3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idealnyu-prepodavatel-v-predstavlenii-studentov-meditsinskogo-universiteta>.

4. Ларина Е. Н. Изучение представлений студентов о профессионально важных качествах «идеального» и «реального» преподавателя // Концепт. 2013. № 11. URL: <https://e-koncept.ru/2013/13230.htm>.

5. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб., 2009.

6. Коконова Е. А., Каянович Л. Н. Портрет идеального учителя глазами будущих педагогов с точки зрения психологии // Молодой ученый. 2015. № 9. URL: <https://moluch.ru/archive/89/17913/>.

7. Бусыгина Т. А. Имидж преподавателя вуза как интегративный компонент его профессиональной компетентности // Психология обучения и воспитания. Ученые записки кафедры психологии : сборник статей. Самара, 2004. Т. 1.

Е. А. Кода (Барнаул)

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Научный руководитель — О. Н. Замятина

Вопрос влияния СМИ на массовую аудиторию актуален уже около века. Но особый размах и особую популярность эта проблема в нашей стране приобрела в период перестройки конца 80-х — начала 90-х гг., когда была снята цензура с телеэкранов, радио и печатных СМИ. Если в период советского прошлого СМИ поддерживало патриотические настроения, национальную идею, то после перестройки в СМИ все стало разрозненно.

С появлением Интернета практически любая информация стала доступна, соответственно, и влияние на массовое сознание оказалось колоссальным. Социальные сети, массовые видеохостинги — те вещи, без которых современный человек не представляет своего существования; а ведь именно в социальных сетях и происходит формирование стереотипов, идеалов поведения, жизни, благополучия, что, как правило, недостижимо в реальной жизни и приводит к опре-

деленным проблемам различного характера — от психологического аспекта до коммуникационных проблем [1].

Первоначально интернет носил благие функции в большей мере: доступ к книгам, любой познавательной информации не выходя из дома, облегчение процесса учебы, работы. Но сегодня Интернет превратился в оружие массового управления людьми и носит скорее негативный характер. Смена кадров каждые 4 секунды, информационный мусор, формирующий хроническую усталость у людей, подтасовка определенных фактов — все это облегчает управление обществом.

Более того, под влиянием современных СМИ общество атомизируется, крайне индивидуализируется, что приводит к дезинтеграции и потере общественных, общечеловеческих ценностей и идеалов. У человека складывается ложная пирамида потребностей, ложное представление об окружающем мире, нежелание ничего решать и делать самому [2, с. 991–993].

Не зря называют СМИ четвертой ветвью власти. Ведь СМИ могут поменять взгляд общества на определенную проблему за очень короткий промежуток времени, а мы невольно начинаем верить этому, так как мы существа социальные и достаточно легко поддаемся влиянию извне, рассуждая по такой схеме: «Ну раз говорят, значит, правда, с экранов (газет, динамиков) нас обманывать не станут». Правда, сегодня развивается некое критическое мышление к СМИ у многих молодых людей, но СМИ уже научились использовать это мышление в своих целях, создавая иллюзию выбора. Получается выбор без выбора.

В бесконечном потоке новостей дома, на работе человеку просто лень разбираться в истинности той или иной информации, и он принимает ее на веру. Эта информационная усталость подпитывается гаджетами, ведь современный человек буквально целый день проводит в своем смартфоне, листая новостную ленту, где получает новую и новую информацию. Мозг, не успевая обработать старые сообщения, получает порцию новых, откуда и возникает так называемый синдром перенасыщения информацией, переходящий в хроническую усталость или депрессию.

В идеале СМИ должны передавать информацию беспристрастно, такой, как она есть на самом деле, но в реальной жизни все с точностью до наоборот. СМИ часто подают новости с позиции того, кто им больше заплатит, поэтому нередко происходит подмена фактов. Порой одно и то же событие абсолютно по-разному подается с разных телеканалов.

Возникает вопрос о механизмах формирования общественного мнения СМИ. Это формирование происходит поэтапно.

Во-первых, в настоящее время именно средства массовой информации дают огромную возможность человеку получить самые свежие и актуальные новости из любой части света, узнать об обстановке в мире. Естественно, сам человек не в состоянии самостоятельно проверить полученные факты на достоверность. Поэтому каждый полагается на правдивость той или иной информации, любезно предоставленной журналистами. Выходит, что люди доверяют оценкам и суждениям, которые дают средства массовой информации. Напрашивается вывод, что недобросовестные журналисты и некоторые заинтересованные личности имеют возможность манипулирования общественным сознанием и в результате движением народных масс. Приведем пример. В 2015 г. в боях при ЛНР и ДНР на территории Украины многие каналы говорили об отсутствии там Российской армии; другие уверяли, что на территории Украины есть только добровольцы от Российской армии; проукраинские каналы заявляли о том, что Россия уже ввела войска на территорию Украины для захвата страны. Яркое противоречие в информационном потоке не вызывает сомнения в истинности информации от того или иного канала. Соответственно, человек будет думать так, как ему скажет телеканал.

Во-вторых, по различным каналам СМИ транслируется большое количество политических передач и ток-шоу, они формируют у человека определенную политическую позицию, которая выражает интересы определенных политических элит. Такая идеологизированная информация, как правило, не проверяется зрителем (слушателем) и критически не оценивается им.

В-третьих, подача информации журналистом значительно меняет отношение людей к тому или иному событию. Так, в начале предвыборной гонки выборов президента 2018 г. Павел Грудинин, кандидат от КПРФ, был показан как честный борец за справедливость, но после выяснилось, что он проявил себя с позиции мошенника, о чем СМИ и рассказало простому избирателю. Негативные факты появились на данного кандидата несколько позже положенного, что и вызвало определенный общественный резонанс.

В-четвертых, СМИ навязывают определенные поведенческие стандарты, существенно влияющие на восприятие действительности обычных граждан и элиты общества [3]. Они становятся некими ориентирами и стереотипами. Так, блогеры в социальной сети «Инстаграм» часто популяризируют культ идеальных взаимоотношений между мужчиной и женщиной, что теоретически и практически не яв-

ляется достижимым, кроме того, активно пропагандируют красивую жизнь молодежи с легким заработком, где ценность труда в общественном сознании молодых людей невольно стирается.

Следует отметить, что на сегодняшний день самым влиятельным СМИ среди молодежи стали Интернет и социальные сети, а среди более старшего поколения — телевидение. Это формирует противоречивые установки старшего и молодого поколения относительно общественно-политических вопросов в стране. И Интернет, и телевидение имеют большое количество рычагов давления на массовое сознание. Каждому человеку необходимо развивать критическое мышление, чтобы не попадать под давление СМИ.

Таким образом, влияние СМИ на общественное мнение колоссально. Но, к сожалению, на сегодняшний день это влияние используется, как правило, в не благих целях. Нужно отдать должное советскому периоду в истории нашей страны, когда СМИ максимально четко формировали традиционные ценности коллективизма и товарищества, морали и целомудрия. Глядя на современную молодежь, на ее субкультуры, становится очевидно, что необходимо корректировать политику СМИ в области формирования общественного мнения, чтобы следующие поколения были морально здоровыми, как и наши предки.

Библиографический список

1. Позоров В. В. Власть и свобода журналистики. М., 2012.
2. Гуржий Д. А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения // Молодой ученый. 2015. №12. URL: <https://moluch.ru/archive/92/20451/> (дата обращения: 22.11.2019).
3. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. СПб., 2008.

А. Е. Корякина (Барнаул)

ДОБРОВОЛЬЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Научный руководитель — О. Н. Колесникова

В настоящее время добровольчество распространено во всех странах мира, оно становится все более значимым ресурсом развития общества. Организация Объединенных Наций заявила, что работа на добровольных началах должна быть важным компонентом любой стратегии, нацеленной на решение проблем в таких областях,