

Особенности формирования общественного мнения в молодёжной среде

Научный руководитель – Калинин Владислав Сергеевич

Догонова Анна Сергеевна

Абитуриент

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: a.dogonova@gmail.com

Актуальность исследования обусловлена стремительностью изменений в информационном пространстве и растущей ролью молодежи в принятии решений на уровне общества. Исследование направлено на выявление механизмов формирования общественного мнения в молодёжной среде, что имеет важное значение для разработки эффективных стратегий взаимодействия с молодыми людьми и повышения качества их диалога с общественностью.

С распространением цифровизации информационные процессы приобретают глобальный характер [6]. Общество сталкивается с большим количеством информации и каналами ее передачи, молодые люди сталкиваются с множеством источников информации, что делает их мнение более разнообразным, но одновременно и более уязвимым к манипуляциям и дезинформации [2, 3].

СМИ играют ведущую роль в социальной коммуникации, обеспечивая ее эффективность. Новость – это информация, которая интерпретируется каждым индивидуально – субъективно. Набор совпадающих точек зрения постепенно приобретает интересубъективный характер. Задача СМИ – доносить до общества информацию, которая в процессе трансформируется в интересубъективные смыслы, позиции по общественно-значимым вопросам. Немаловажным фактором является и то, что современный институт СМИ обладает определенной степенью независимости, что может влиять на настроение и поведение общества.

Процесс цифровизации также привел к зарождению новых медиа, которые постепенно вытесняют традиционные СМИ. Появляются новые социальные институты, призванные выступать посредником между органами государственного управления и обществом [4, 5].

Институт новых медиа оказывает все большее влияние на общество в целом, а в особенности на молодежь, становясь каналом, расширяющим возможности для манипулятивного воздействия [1]. Важность новых медиа в формировании общественного мнения в молодёжной среде состоит в том, что от их способов транслирования информации зависит восприятия происходящих событий у данной социальной группы [7, 8].

Актуальным является воздействие новых медиа на политических процессы, непосредственным участником, которых является молодежь [9]. Также институт новых медиа, будучи новым инструментом информационной власти, совмещает в себе канал передачи информации и само сообщение, которое навязывается той или иной аудитории. Так, формируется общественное мнение, которое построено на стереотипном мышлении, которое характерно для современной молодежи.

Источники и литература

- 1) Банных Г.А. Оценка роли СМИ в формировании общественного мнения в муниципальном образовании // [Электронный ресурс] режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/41078/1/tg_2014_05.pdf. Дата обращения 29.03.2024.

- 2) Гаврилов А.А. Лингвистические средства воздействия СМИ на общественное сознание // ОНВ. 2013. №1 (115). [Электронный ресурс] режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-sredstva-vozdeystviya-smi-na-obshchestvennoe-soznanie>. Дата обращения: 02.01.2025.
- 3) Громакова В.Г., Величко Е.С., Чеботарева А.В., Ткач А.Ю., Чирвина А.Б., Радченко А.С., Василькова Е.Р. Потенциал и эффективность СМИ как инструмента управления общественным мнением // ИВД. 2015. №4-1. [Электронный ресурс] режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-i-effektivnost-smi-kak-instrumenta-upravleniya-obshchestvennym-mneniem>. Дата обращения: 01.02.2023.
- 4) Дунас Д.В. «Демократический реализм» Уолетра Липпмана» // 2021 // [Электронный ресурс] режим доступа: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2011/4/k-voprosu-o-kl-assifikatsii-teorii-smi/> Дата обращения: 18.01.2025.
- 5) Ивлиев П.В., Ананьева Е.О. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ЧЕТВЕРТАЯ ВЕТВЬ ВЛАСТИ // Закон и право. 2021. №1. [Электронный ресурс] режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-kak-chetvertaya-vetv-vlasti>. Дата обращения: 10.01.2025.
- 6) Мальцева Я. В. Массовая коммуникация как пространство для новых медиатекстов и медиаконструкций / Я. В. Мальцева // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации : Материалы XXIII Международной научной конференции, Москва, 06–08 февраля 2020 года / Под общей редакцией Ч.Б. Далецкого, А.Ю. Платко. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2020. – С. 980-994. – EDN CWNNLG.
- 7) Нечаев А. В. Роль политических технологий в формировании электоральных предпочтений избирателя / А. В. Нечаев // Теории и проблемы политических исследований. – 2018. – Т. 7, № 2А. – С. 21-26. – EDN ХУНФСР.
- 8) Устюжанина А.А. Роль новых медиа в формировании общественного мнения в период предвыборных интернет-кампаний // Достижения науки и образования. 2019. №9-1 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-novyh-media-v-formirovanii-obshchestvennogo-mneniya-v-period-predvybornyh-internet-kampaniy> Дата обращения: 02.04.2024.
- 9) Шамрин Я. Ю. Роль новых медиа в формировании сознания и мировоззрения поколения Z / Я. Ю. Шамрин, В. А. Кошель // Профессиональное образование в современном мире. – 2023. – Т. 13, № 2. – С. 228-236. – DOI 10.20913/2618-7515-2023-2-4.