

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
муниципального образования г. Краснодар  
Средняя общеобразовательная школа № 76 имени 4-го Гвардейского  
Кубанского Казачьего Кавалерийского корпуса.

Исследовательский проект:  
“СМИ” и их влияние на общество.

Выполнил:  
Ученик 9Д класса  
Кулик Александр  
Преподаватель:  
Харченко Сергей Владимирович

Город Краснодар  
2021  
Содержание:

Введение.

1.Анализ влияние СМИ.

2.Предложение по совершенствованию.

Заключение.

Список источников.

Введение:

В третьем тысячелетии СМИ становится всё актуальнее,появляется множество источников для получения её,поэтому с ее получением не происходит трудностей .

Актуальность:

В наше время СМИ получило популярность в обществе из-за своей доступности.Из-за популярности СМИ может влиять и управлять обществом.

Цель:

Изучение влияния СМИ на информирование общества.

Задача:

- 1.Изучение влияния СМИ на жизнь общества .
- 2.Изучение методов влияния СМИ на общество.
- 3.Выявить какие СМИ пользуются большей популярностью в обществе.

Глава 1:

Влияние СМИ.

На основе власти и популярности СМИ можно предположить ,что СМИ негативно влияет на мнение общества и подвергает общество психическому воздействию.

Задача 1.

Сегодня СМИ оказывают сильное влияние на многие аспекты жизни человека.Они способны изменять наши предпочтения на выборах,заставить нас пересмотреть свою позицию касаясь определенных вопросов или даже убедить нас в верности абсолютно ложной информации.СМИ сегодня-это постоянно меняющаяся сфера ,и многие эксперты критикуют ее как никогда массово и повсеместно.За последние

годы общее влияние СМИ резко возросло. Влияние СМИ – это фактическая сила, оказываемая медиа-сообщением, которая приводит к изменению или углублению отдельных убеждений аудитории.

### СМИ и их функции.



Происходящие в последние десятилетия перемены в сфере общественного устройства являются поистине революционными, их основной особенностью стало всеобщее проникновение информационного аспекта во все сферы жизни. Важнейшим следствием происходящих трансформаций стало изменение в мировоззрение людей. Ученые считают, что изменение мировоззрения – это наиболее сложный процесс, достаточно инерционный, но в то же время влияющий на все другие сферы общественного развития, изменения в которых становятся необратимыми. Большинство современных исследователей говорят о том, что современное российское общество уже не имеет единого ценностного ядра, включающего базовые для всех цивилизованных культур нормы и характерные для русской культуры ценности. Это является следствием комплекса различных факторов, проявившихся в ходе трансформационных

процессов. Эти процессы осуществляются под воздействием западных образцов, что, по мнению ученых, выражается в «своеобразной инвазии – вторжении в русскую культуру чуждых ей норм и ценностей через подконтрольные «отечественные» СМИ с помощью, так называемой, хронополитики, когда во главу угла ставится не организация социального пространства, а процесс движения, в котором массам навязываются едва ли не разные эпохи и принципиально разные ритмы эволюции» [1, с. 288]. Можно утверждать, что в конце XX века началась эпоха революционных преобразований в систему ориентирующих ценностей, которые оказывают влияние на формирование нового образа жизни и данные преобразования происходят под влиянием информатизации и возрастающей роли информационных технологий, определяющих изменения в политической, экономической, духовной сферах нашего общества. Тотальное влияние информации на современного человека, а иногда и зависимость от нее, и желание обладать ею повлекло значительные изменения ценностных ориентаций, поступков и в целом психологии людей. Ломка сложившихся устоев неизбежно привела к переоценке ценностей и повлекла изменения в образе жизни населения, что более всего проявилось в сознании такой социальной группы как молодежь. В складывающемся в России постиндустриальном обществе СМИ играют беспрецедентную роль в формировании ценностной системы молодого поколения, а с помощью различных манипулятивных технологий оказывают влияние на процесс формирования образа жизни молодежи, который происходит в условиях общественной аномии, дестабилизации политической жизни и затянувшегося социально-экономического кризиса [2, с. 76]. Будучи социальным институтом, средства массовой информации, активно используют свой потенциал влияния на формирование образа жизни молодых людей и способы их интеграционного поведения. Средства массовой информации заняли свое место в повседневной жизни современного человека, прочно обосновавшись в ней. Если вести речь о молодежи, то сегодня трудно найти человека способного отказаться от присутствия телевидения и особенно Интернета в его жизни. Просмотр новостей, рекламы, развлекательных передач и шоу, сериалов, а также гороскопов, прогнозов погоды и т. п. прочно вошел в нашу жизнь, и человек даже не подозревает о том влиянии, которое данный процесс оказывает на формирование его жизненных установок, поведенческих

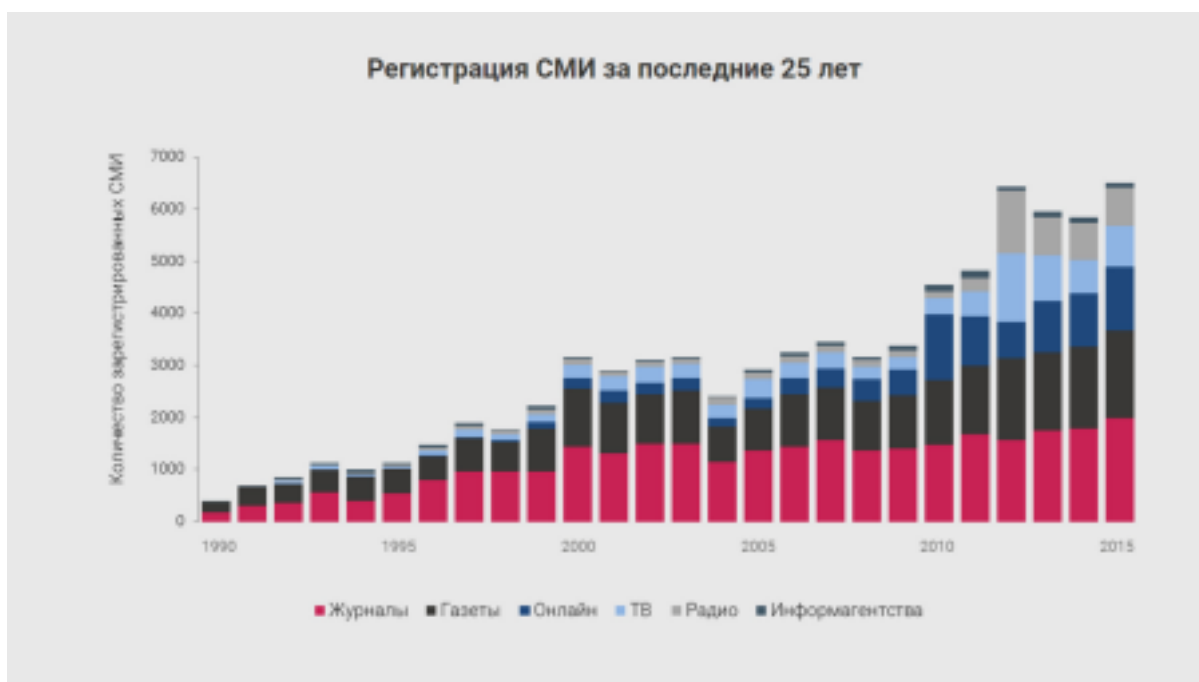
стереотипов, привычек, всего того, что составляет нашу повседневность. А формирование это напрямую связано с работой СМИ. Нельзя не согласиться с Л.Н. Рыбаковой утверждающей, что без государственной поддержки духовную основу общества формируют СМИ, подвластные учредителям, использующим органы информационного вещания для транслирования собственных ограниченных (социальным положением, мировоззрением, личным опытом, ответственностью перед спонсорами и т. д.) ценностей. В результате, пишет она, мы имеем толпу «звезд» и «икон стиля», которые демонстрируют личный уровень потребления – машины, одежду, аксессуары, чужие услуги. Складывается впечатление, что духовные «скрепы» общества формируются и диктуются гламурным сообществом: заморская вилла, иностранные учебные заведения, заграничный шопинг, песни на чужом языке, голливудские «иконки стиля» и культовые произведения, импортные секс-символы и т. п. [4, с. 234]. Безусловно, нельзя говорить только о негативном влиянии СМИ на образ жизни, формирование привычек и ценностей молодых людей, это был бы односторонний подход к существующей проблеме. Средства массовой информации оказывают социальное, культурное, психологическое воздействие на общество, формируя потребности людей, и не всегда эти потребности связаны с обладанием материальными благами (хотя и этого мы не исключаем). Это могут быть потребности направленные на саморазвитие человека, его самообразование (например, в сети Интернет большое количество обучающих лекций), повышение культурного уровня (канал «Культура»), формирование установок на здоровый образ жизни, мотивации достижения целей. Кроме того, являясь основным источником информации, а сегодня еще и основным средством связи, СМИ традиционно выполняют важные социальные функции, среди которых коммуникативная, образовательная, трансляционная и функцию социализирующая. Но встает вопрос, эти ли потребности удовлетворяют средства массовой информации, и так ли велико их влияние непосредственно на личность молодого человека и его смысложизненные установки? Ведь и в эпоху цензуры на радио и телевидении негативные тенденции в образе жизни молодых людей присутствовали, не все было так уж безоблачно. Поэтому отмечая положительное воздействие СМИ, и особенно Интернета, на молодежь, необходимо в первую очередь анализировать негативное воздействие, оказываемое ими на основную

часть молодого поколения. Тем более, что результаты многочисленных опросов подтверждают, что под воздействием СМИ у детей и подростков развивается агрессивность. Причем наибольшую агрессивность формируют компьютерные игры и современное кино. Так по результатам исследования, проведенного краснодарскими учеными, большинство опрошенных респондентов (41%) полагает, что СМИ формируют у российских детей и подростков в основном негативные чувства и установки по отношению к людям другой национальности, что является серьезной проблемой для полиэтнического общества России и может стать одной из причин конфликтов в молодежной среде [3, с. 167– 168]. Ресурсы средств массовой информации обладают огромными возможностями управления сознанием поколения молодых людей и влияния на направления формирования образа их жизни. Еще Питирим Сорокин перечислил «стороны поведения людей», которые «исчерпывают весь образ жизни индивида». И сегодня социологи, используя термин «образ жизни» имеют в виду совокупность форм поведения индивида, его активность в производственной сфере, повседневной жизни, областях социальной, политической, культурно-досуговой и научной сфер, а также удовлетворение социальных и индивидуально-личностных потребностей. Все эти формы поведения складываются под влиянием, с одной стороны социально-экономических и политических условий, а с другой в них значительную роль играют менталитет, традиции, обычаи, идентичность. Исходя из большого количества факторов, влияющих на формирование образа жизни, под данной дефиницией можно понимать, как осознанное, так и стихийное построение жизни на основе ценностно мировоззренческих ориентиров, менталитета и пр., а также под влиянием внешних факторов, которыми в эпоху информационной цивилизации выступают средства массовой информации. Именно они сегодня оказывают определяющее влияние на стереотипы поведения, стратегии и жизненные установки молодого поколения. Средства массовой информации, как один из важнейших социальных институтов современности, оказывают серьезное влияние на формирование образа жизни молодежи. Однако при формировании молодежной политики руководство России и в конце прошлого века, и в настоящее время не уделяет достаточного внимания регулированию именно данной функции СМИ, особенно телевидения и Интернета, да и прессы (особенно

глянцевых журналов). От позиции СМИ зависят ценности, которые формируются в молодежной среде, поэтому в настоящее время требуются новые подходы к организации взаимодействия государства и СМИ, в том числе и в области противодействия негативному информационному влиянию [2, с. 77]. Безусловно, политические и экономические элиты ведут борьбу за усиление влияния в средствах массовой информации и за доминирование в информационном пространстве. Однако нельзя не отметить, что в современном обществе деятельность масс-медиа чаще всего имеет дисфункциональный и деструктивный характер, создавая тем самым совершенно иную, новую иерархию мотивов и потребностей. Мы видим стремительное и кардинальное изменение ценностей, формирование новых представлений и, как следствие, изменение образа жизни. Системный кризис 90-х годов прошлого века, охвативший все социальные институты, привел к тому, что определяющую роль в социализации и формировании жизненных установок молодого поколения стали играть не семья и школа, и тем более, не государство, а средства массовой информации. Эта роль оказалась настолько велика, что используя коммуникационные стратегии, СМИ практически сформировали шкалу ложных духовных ценностей, изменили представления о социально-политических, экономических, духовных процессах и манипулируют поведением молодежи. О влиянии на формирование политических взглядов молодежи средств массовой информации пишут современные социологи: «информационный прессинг отдельных средств массовой информации, затрудняющей формирование у молодежи автономных и независимых политических суждений, делает ее все больше подверженной воздействию со стороны лидеров популистского типа, организаторов радикальных экстремистских движений. Путем манипулирования несформированным сознанием молодежи можно добиться ее превращения либо в агрессивную, либо в безликую, политически индифферентную массу [6, с. 532]. То же самое можно сказать и об экономических, социальных, религиозных, культурных взглядах и установках. В связи с активным использованием молодежью ресурсов масс-медиа сегодня важно анализировать воздействие основной массы источников информации на молодое поколение. В частности, в сфере духовной жизни общества большую опасность представляют сегодня угрозы, связанные с продолжающейся пропагандой потребительского образа жизни и большим количеством сцен насилия и жестокости на

российском телевидении [5,с. 100–101]. Неконтролируемый Интернет содержит угрозы для пользователей, в первую очередь детей и молодежи, связанные с расширением распространения агрессивного контента [7, . 86]. Нельзя оставить без внимания отрицательную роль возросшего влияния на молодежь социальных сетей, история Варвары Карауловой и другие ярко свидетельствуют о негативных последствиях «жизни в сети». Это должно стать предметом пристального изучения в целях предотвращения или минимизации негативных последствий. Результаты исследований свидетельствуют, что формирование образа и стиля жизни молодежи находится под влиянием средств массовой информации, которые, к сожалению, зачастую негативно влияют на сознание и поведение молодого человека. Это проявляется в том, что масс-медиа сегодня не формируют устойчивые систематические представления молодежи о ценностях, картина мира формируемая ими носит фрагментарный характер и опосредуется теми политическими и экономическими силами, которые за ними стоят при незначительном участии государства. Можно сделать вывод, что образ жизни молодежи формируется под влиянием современных медиа, анализ которых показывает, фрагментарность и бессистемность проводимой ими политики формирования ценностных установок, а вернее ее отсутствие. Характерным для настоящего времени можно считать недостаточность использования государственными органами современных каналов информации для формирования лояльности молодежи к российским ценностям, воспитанию и укреплению общечеловеческих ценностей, выработке активной гражданской позиции, формирующей у молодежи установки позитивного образа жизни.





- В тройку лидеров, которые **пользуются наибольшим** доверием аудитории, по итогам опроса вошли флагманы отечественного медиaproстранства. Во-первых, крупнейшие новостные Интернет-агрегаторы: Yandex-Новости и Mail-Новости.
- Также немалую роль в популярности СМИ придал коронавирус который заполонил собой все социальные сети. Китай заявляет, что пик эпидемии коронавируса в стране пройден, а тем временем Всемирная организация здравоохранения объявляет о [пандемии](#). И несмотря на обвал цен на нефть и другие глобальные события, исходя из анализа, проведенного с помощью системы [Медиалогия](#), главной темой в СМИ и соцсетях остается коронавирус.



Немалую роль также занимает лживая информация: В век глобализации и информационных технологий все больше современные людей предпочитают узнавать новости из интернета. И я решил разобраться, как распознать недостоверную информацию в интернете.

**Проверить картинку.** Визуальная информация воспринимается быстрее и глубже текстовой, поэтому создатели фейков часто используют фотографии в качестве доказательств ложных фактов. Когда-то проверить, когда фото появилось в Сети и на какой странице, было сложно. Сейчас — проще простого. Google давно запустил инструмент поиска по изображениям. Для того чтобы найти первоисточник, можно зайти на страницу сервиса «Google Картинки», найти рядом с поисковой строкой изображение фотоаппарата, щелкнуть по нему и выбрать, как будет производиться поиск — по загруженному вами файлу или по ссылке на изображение. Если вы используете браузер Google Chrome, то достаточно просто кликнуть по фото правой кнопкой мыши, и в выпавшем меню выбрать «Найти это изображение». Поисковик мгновенно выдаст вам

страницы с этой же картинкой. Так и выясняется, что фотография, которой иллюстрируется то или иное происшествие в фейковом сообщении о современности, сделана 5 лет назад, в другой стране и по другому поводу.

**Проверить видео.** Видеоролик и его достоверность проверить сложнее. Во-первых, следует обратить внимание на монтаж — в созданном фейке могут быть грубые склейки. Например, кадры будут сильно различаться по качеству, так как их натащали из разных видео. Если есть за что зацепиться — в кадре могут быть важные детали, указывающие на даты и место события, — то можно составить запрос для интернет-поисковика и посмотреть, нашло ли упомянутое в сюжете происшествие отражение в местных новостях и сообщениях на форумах и в социальных сетях.

Еще один совет, как заподозрить фейк — **отключить в голове «оболочку»**, то есть всё, что обрамляет сюжет: заголовок, описание видео, пост в социальной сети, к которому это видео прикреплено. Посмотрите ролик непредвзято. Если вы слышите только общие слова, которые легко встраиваются в любой контекст — возможно, перед вами фейк. Помогает и чтение комментариев — может быть, кто-то из тех, кто смотрел видеоролик до вас, уже вспомнил, где видел оригинал.

**Проверить персонажей.** В наше время практически каждый человек оставил свой след в интернете — странички в социальных сетях, списки на сайте школы или вуза, успехи в профессиональной деятельности. Если мы видим, что подозрительное сообщение комментирует некий эксперт, — проверить его личность должно быть проще простого. О настоящем эксперте интернет знать должен. Если он действительно профессионал. В случае, если о нём нет никакой информации — скорее всего, перед нами эксперт липовый. С очевидцами всяческих происшествий сложнее, но поискать стоит. Персонаж, о котором в Сети нет никаких данных, может оказаться вымышленным или сотрудником спецслужб.

**Проверить структуру текста.** В заведомо ложном тексте не должно быть конкретных фактов. В нём должны быть рвущие сердца и бьющие через

край эмоции. Так, чтобы человека накрыло возмущением ещё до того, как в дело включится логика и здравый смысл. Поэтому, если вы видите мало подробностей, но много восклицательных знаков — это повод насторожиться. И на всякий случай провести проверку — по фото, видео, персонажам и всем фактам, которые есть в сообщении. Речь идет о детском доме, школе, больнице? Наверняка там указано её название, в интернете легко найти телефон и позвонить, чтобы уточнить информацию. В процессе может оказаться, что такого учреждения вообще не существует.

**Проверить ссылки и цитаты.** Если в публикации в социальной сети есть ссылки на СМИ или сайты, с которых взята информация, то разумно было бы найти первоисточник сообщения. Если есть ссылка на слова публичных людей — лучше сравнить их с оригинальной цитатой, которую можно найти с помощью любого интернет-поисковика.

**Проверить данные благотворительных фондов.** Часто в Сети собирают деньги на благотворительные проекты, которые в итоге оказываются очередным мошенничеством. 10 правил, с помощью которых можно отличить реальные просьбы о помощи от подделок мошенников. Первая рекомендация — зайти на сайт фонда. Он вряд ли настоящий, если:

1. У него сомнительный адрес.
2. Он редко публикует новости, со СМИ не сотрудничает, партнёров у него нет.
3. «Забывает» про отчётность: такого раздела на сайте может даже не быть вовсе.
4. Удаляет комментарии на сайте и блокирует задающих вопросы.
5. Не указывает банковские реквизиты — только электронные кошельки.
6. Указывает слишком высокий размер пожертвования.
7. Просит перевести деньги на личный счёт, а не на счёт организаций, осуществляющих помощь.
8. В просьбе о помощи нет указания места и других важных деталей.
9. Для доступа к объявлению о помощи требуется отправить смс или пройти

верификацию.

**10.** Попробуйте позвонить в такой фонд. В большинстве случаев вам вряд ли ответят.

Эти правила касаются не только сообщений от благотворительных фондов — если пользователь просит о помощи, но в качестве реквизитов даёт только электронные кошельки или номер для смс, это должно вызвать подозрение. Если в его сообщении нет никакой конкретики — фамилий, мест, названий больниц, номера телефона — это ещё один повод насторожиться. И провести дополнительную проверку.

Подведем итог:

**Обращайте внимание на источник информации.** Например, если портал имеет схожее название с известным СМИ или давно не обновлялся и выглядит подозрительно это первый признак того, что лучше не доверять ресурсу. Поэтому относительно новостей от малоизвестных источников лучше дождаться дополнительных подробностей от более авторитетных СМИ, которые эту информацию проверят или получают официальное подтверждение либо опровержение.

**Существуют сайты, которые заведомо публикуют подделки.** Это так называемые таблоиды, например, The Sun и Daily Mail. Если желтая пресса не всегда публикует заведомо ложный контент, а может лишь приукрашивать его, то в Сети можно найти сайты, которые специализируются на фальшивках. Например, The Onion в США и российский FogNews.

**Если есть сомнения, лучше проверить.** Для разоблачения ложных новостей достаточно сопоставить имена, должности упомянутых спикеров и места основных событий. Решается эта задача «гуглением». Если какие-то детали не сходятся, это первый признак не доверять всей истории.

**Здравый смысл никто не отменял.** К каждой истории, в которой упомянут какой-либо глобальный катаклизм или отсутствует логика, надо относиться скептически.

**Ставьте все под сомнение.** Особенно это касается громких новостей. Даже авторитетные источники не могут быть застрахованы от ложных новостей.

Необходимо помнить, что новостная информация субъективна, необходимо критически ее оценивать, не зависимо где вы ее увидели, услышали, прочитали. Если у вас она вызывает сомнение, не поленитесь, и проверьте в других источниках.

### **Вывод:**

СМИ используют громкие названия в своих заголовках для того, чтобы больше людей привлечь к просмотру новостей, а не для показа истинных новостей.

Зачастую информация в новостях оказывается неполной, непроверенной и неточной.

По большей части это выдумки прессы, а не достоверные источники.

Таким образом можно сделать вывод о том, что гипотеза доказана и СМИ помогают и упрощают жизнь людей, но одновременно негативно на нее влияет.

Из этой полученной информации можно разработать решение проблемы негативного влияния СМИ на общество.

### Глава 2: Совершенствование.

1. Для решения проблемы негативного влияния СМИ на общество следует ограничение источников информации.
2. Для предотвращения влияния СМИ на политику требуется отбор проверенных и надежных источников.
3. Для удержания власти над обществом и СМИ требуется ограничить

общество от негативной информации.

Свобода средств массовой информации не является абсолютной. Наряду с гарантиями Конституция РФ и некоторые Законы РФ устанавливают определенные ограничения свободы массовой информации, которые напрямую затрагивают деятельность средств массовой информации. Эти ограничения можно представить в виде системы, включающей в себя:

1. Ограничения общего характера. Такого рода ограничения касаются общего конституционно-правового статуса лиц, подпадающих под данные ограничения. Они устанавливают допустимые пределы изъятий из основных, в том числе информационных, прав и свобод с ориентиром на цели, которым такие изъятия должны быть соразмерны.

Так, использование свободы массовой информации для подрыва демократических устоев общества может квалифицироваться как злоупотребление такой свободой. В соответствии с частью 2 статьи 29 Конституции РФ “не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства”. Часть 2 статьи 19 Конституции запрещает “любые формы ограничения прав граждан по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности”.

Здесь также находит своё отражение статья 4 “Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации” Закона о СМИ, согласно которой “не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для осуществления экстремистской деятельности, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости”.

Частью 4 ст.29 Конституции РФ предусмотрено, что перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным

законом.

Определённые правила пользования установлены для информации ограниченного доступа, содержащие личные данные человека, коммерческую, служебную тайну и другие виды конфиденциальных сведений.

2. Ограничения, действующие в условиях применения специфических правовых режимов. Например, в условиях предусмотренного статьёй 56 Конституции РФ конституционно-правового режима чрезвычайного положения, для обеспечения безопасности граждан и защиты конституционного строя в соответствии с федеральным конституционным законом могут устанавливаться отдельные ограничения свободы массовой информации с указанием пределов и срока их действия.

Кроме того, статьёй 12 п. "б" Федерального конституционного закона от 30.05.2001 г. №3-ФКЗ "О чрезвычайном положении" вводится ограничение свободы печати и других средств массовой информации путем введения предварительной цензуры с указанием условий и порядка ее осуществления, а также временное изъятие или арест печатной продукции, радиопередающих, звукоусиливающих технических средств, множительной техники, установление особого порядка аккредитации журналистов. Федеральный Конституционный закон Российской Федерации от 30 мая 2001 года № 3-ФКЗ "О чрезвычайном положении".

Согласно статье 8 ФЗ от 25.07.2002 №114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" деятельность средства массовой информации подлежит прекращению, в случае распространения через данное СМИ экстремистских материалов и непринятии мер по устранению допущенных нарушений.

Следует отметить, что даже в случаях ограничений свободы массовой информации в условиях специфических правовых режимов Конституция РФ устанавливает пределы усмотрения государственных властей, закрепляя отдельные правомочия свободы массовой информации, которые даже при этих условиях не должны ограничиваться. Например, свобода распространять религиозные и иные убеждения не подлежит ограничениям даже в условиях режима чрезвычайного положения.



3. Ограничения, вытекающие из особенностей правового статуса отдельных категорий субъектов права и их отношений с государством и обществом. В такого рода случаях параметры правомерности ограничений чрезвычайно редко получают четкое конституционно-правовое воплощение. Иногда они формализуются законодателем, а еще чаще - судами, но обосновываются при этом именно конституционно-правовой природой регулируемых отношений, степень соответствия которой может быть предметом проверки и оценки в рамках конституционного судопроизводства или соответствующих международных судебно-правовых институций.

Отдельные специальные субъекты правового института свободы массовой информации наделяются конституционно-правовыми иммунитетами. К примеру, в статье 51 Конституции РФ предусмотрена (в порядке, определенном федеральным законом) возможность наделения конкретных лиц так называемым “свидетельским иммунитетом” - освобождением от обязанности давать свидетельские показания. Для журналистов и редакций средств массовой информации данный правовой иммунитет получил закрепление еще в “конституционном” Законе РФ от 27.12.1991 года “О средствах массовой информации” в части сохранения конфиденциальности журналистской, редакционной информации и ее источника.

Ни Уголовно-процессуальный кодекс РФ, ни Гражданский процессуальный кодекс не включили в свои конструкции института свидетельского иммунитета ни журналиста, ни иного представителя редакции СМИ.

На сегодняшний день становится особенно актуальной проблема урегулирования отношений защиты чести, достоинства и деловой репутации в связи с публикациями СМИ.

Современные информационные технологии, несомненно, играют огромную положительную роль в современном обществе. И уже, пожалуй, невозможно представить нашу жизнь без средств массовой информации. Однако при этом отмечается и одновременное негативное влияние СМИ на жизнь людей.

Действующее российское законодательство не устанавливает для детей каких-либо ограничений в доступе к информации. В соответствии с

Конституцией РФ каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Это положение Конституции РФ обеспечивает каждому ребёнку возможность доступа к информации и материалам, которые направлены на содействие его социальному, духовному и моральному благополучию, а также здоровому физическому и психическому развитию ребёнка. С другой стороны, любой субъект информационного пространства имеет возможность предоставлять детям любую информацию и материалы, самостоятельно определять их характер и направленность.

Такое положение содержит в себе потенциальную возможность нарушения прав детей путем предоставления им информации и материалов, наносящих вред их здоровью и благополучию, физическому, нравственному и психическому развитию. Ситуация усугубляется тем, что ребёнок в силу своей физической и умственной незрелости не может в полной мере отдавать отчет своим действиям, критически воспринимать направленные на него действия других лиц. Поэтому необходимы надлежащие принципы защиты детей в области массовой информации.

Основными законами, регулирующими доступ ребёнка к информации, является Закон РФ от 27.12.1991 “О средствах массовой информации” и Федеральный закон от 24.07.1998 №124-ФЗ “Об основных гарантиях прав ребёнка в Российской Федерации”. Однако каждый ответственный гражданин России, каждый родитель должен проявлять активную принципиальную позицию по вопросам влияния деятельности средств массовой информации на здоровье, развитие и воспитание ребёнка. Федеральный закон от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ "Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации". В частности, каждый родитель в соответствии со ст. 17 Конституции РФ вправе требовать от редакций средств массовой информации не нарушать права и интересы ребёнка при осуществлении своей деятельности. Формой выражения такой позиции могут быть частные и коллективные заявления и обращения к своим депутатам, в прокуратуру, в суд.

Основное внимание следует уделить этической компоненте “информационной культуры”, как основополагающей, без которой и правовые меры вряд ли возымеют должный эффект. При этом в условиях

всё более усиливающегося влияния массовой коммуникации на социально-экономические процессы и настроения в обществе, решения, принимаемые в направлении нормативно-правового обеспечения национальной безопасности и предусматривающие ограничения свободы выражения, слова и массовой информации должны быть продуманными и взвешенными.

Несомненно, что антитеррористические меры не должны быть избыточными. Однако это зависит не только от позиции силового блока, но, во многом и от сознательности и добросовестности журналистов.

### Заключение.

СМИ - мощнейший инструмент воздействия на массовое сознание. При отсутствии СМИ исключается возможность абсолютного удовлетворения духовных потребностей, а, значит, и возможность жить полноценной жизнью-таким образом подтверждается моя гипотеза. И все мы в большей или меньшей степени подвержены его влиянию. Конечно, можно ограничить себя в общении со СМИ, но совсем избавиться от потока информации цивилизованному человеку не удастся. Это необходимо понять всем: и взрослым людям, и подрастающему поколению в первую очередь. Мы должны быть разборчивы в связях, в том числе и в связях с прессой. Не стоит безоговорочно доверять всему, что тебе говорят. Человек - существо разумное, поэтому мы должны почаще использовать свои мозги, а не идти на поводу чьих-либо интересов. Именно здесь стоит задуматься о культуре, об индивидуальности и об элементарной порядочности.

Недаром СМИ называют «четвертой властью», СМИ – это инструмент колоссальной силы, инструмент, с помощью которого стало возможным изменять старые мыслительные структуры, ценности целых народов, стало возможным формирование легко манипулируемого общества, общества потребителей сообщений.

Моя работа будет полезна людям, интересующимся средствами массовой информации. Во время работы над проектом я пользовалась источниками сети Интернет и столкнулась с множеством противоречивой информации по данной теме. Постаралась показать положительное и отрицательное влияние СМИ на жизнь современного человека. Также пришла к выводу, что на сегодняшний день средства массовой информации и общество оказывают влияние друг на друга. В заключении хочу добавить

что моя цель была достигнута и гипотеза подтвердилась.

СМИ в настоящее время оказывает большое влияние на культуру. У этого влияния есть свои положительные и отрицательные стороны. Например, повышение уровня образования все более широких слоев населения тесно связано с зарождением СМИ, т.е. с ростом тиражей печатного слова - книг, а затем журналов и газет. Но, в то же время, расширение сферы контакта населения с искусством и наукой посредством СМИ вызвало целый комплекс последствий и для всех социальных слоев и для самой культуры.

Средства массовой информации - мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации в разные уголки мира, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека, способное убеждать реципиента наилучшим образом. Особенно четко это проявляется в отношении электронных СМИ. По мере расширения технических возможностей их роль возрастает. А по эмоциональному воздействию на чувства и сознание людей они остаются пока непревзойденными и собирают самую большую аудиторию. В средствах массовой информации, а особенно на телевидении вопросы повышения эффективности выступлений тесно связаны с уровнем организации творческого процесса, форм и средств социально-политического воспитания журналистского, художественного и технического персонала. Прежде всего, это отбор проблем, решение которых может быть поддержано и подсказано аудиторией, и создание перспективных планов работы СМИ, их включающих.

Список источников.

1.<https://nsportal.ru/ap/library/nauchno-tekhnicheskii-tvorchestvo/2021/02/28/i-issledovatel'skiy-proekt-na-temu-rol-smi-v>.

2.<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1133124>.

3.[https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D0%9C%D0%98\\_%D0%B2\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D0%9C%D0%98_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8).

4.<https://videoforme.ru/wiki/zhurnalistka/rol-smi-v-obshestve>.