Министерство образования и науки Карачаево – Черкесской республики Республиканское государственное бюджетное учреждение дополнительного профессионального образования «Карачаево – Черкесский республиканский институт повышения квалификации работников образования»

**ПРОЕКТНО – ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА**

на тему « Влияние СМИ на формирование общественного мнения»

для участия в региональном конкурсе проектных и исследовательских работ школьников

«Мир глазами учеников – исследователей»

Ф. И. О. участника: Хунова Фатима Ауейсовна

Ф. И. О. руководителя проекта: Шхаева Марьят Салим-Гериевна

Направление исследования: Исследовательское

Тип проекта: Информационный

Образовательная организация: МБОО «СОШ а. Инжич-Чукун»

Предметная область: Социальная

*если проект метапредметный, то указываете все учебные дисциплины*

Дата подачи 24.03.2025 г.

Ф. И. О. члена комиссии,

рецензировавшего работу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (дата)

Заключение о работе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(рекомендуется к участию/не рекомендуется к участию)

Оценка работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(количество набранных баллов)

Председатель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Экспертной комиссии (подпись) (дата)

**Содержание**

Введение.………………………………………………………………………….3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕМЫ ………………….....5

* 1. Понятие, что такое СМИ………...................................................................
  2. Анализ исторического развития СМИ и их роли в формировании общественного мнения…………………........................................................
  3. Механизмы влияния СМИ на общественное мнение..................................6

ГЛАВА 2.ПРАКТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕМЫ……………………….7

2.1. Данные о влиянии СМИ на общественное мнение…………………………………................................................................

2.2. Практическая часть………………………….……………………………….8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………………….......9

ТЕЗАУРУС…………………………………………………………………….....10

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ…………..11

ПРИЛОЖЕНИЯ……………………………………………………………….....12

**Введение**

Современные средства массовой информации играют ключевую роль в формирование общественного мнения. В эпоху цифровых технологий, когда доступ к информации стал более простым, как никогда ранее, роль СМИ в формировании общественного мнения становится еще более значимой и сложной. СМИ не только информируют, общество о событиях, но и могут влиять на восприятие этих событий, формируя определенные стандарты, стереотипы. Люди, насыщенные информацией, нередко воспринимают материалы СМИ как объективное, что может привести к манипуляциям и искажениям фактов. Таким образом, влияние СМИ не ограничивается простым информированием; оно затрагивает эмоциональные, социальные и культурные аспекты жизни общества. Вопрос влияния СМИ на формирование общественного мнения в последние годы оказывается в фокусе исследовательского внимания, так как стиль подачи информации и социальные сети влияют на мнение аудитории и формируют общее восприятие важнейших событий.

**Цель проекта –** изучение особенностей влияния СМИ на формирование общественного мнения, устойчивости различных возрастных групп на влияние средств массовой информации.

**Задачи проекта:**

1. Понять, что такое СМИ.

2. Анализ исторического развития СМИ и их роли в формировании общественного мнения.

3. Проведение опроса для выявления восприятия информации среди взрослых и подростков.

**Гипотеза исследования**

Предположим, что СМИ сегодня влияют на человека настолько сильно, что могут сформировать общественное мнение в необходимом направлении.

**Объект работы**

Средства массовой информации, аудитория, механизмы влияния.

**Предмет работы**

Предметом работы являются: механизмы влияния СМИ на формирование общественного мнения.

**Методы исследования**

- изучение существующих теорий и методов связанных с медиавлиянием на человеческое сознание;

- проведение опросов с разными возрастными группами;

- исследование социальных сетей;

**Описание проекта**

Проект включает в себя теоретическую и практическую части. В теоретической части будет проведен анализ литературы по теме, а также собраны данные о влиянии СМИ на формирование общественного мнения. Практическая часть включает в себя опрос и интервью, которые помогут выявить реальные примеры влияния средств массовой информации на общество.

**Практическая значимость работы -** заключается в повышении медийной грамотности, понимание механизмов воздействия СМИ на формирование более устойчивого и информированного общества, способного критически оценивать источники информации.

**Глава 1. Теоретическое обоснование темы**

"Влияние СМИ на формирование общественного мнения"

**1.1**  Понять, что такое СМИ.

Средства массовой информации (СМИ) - это организации, которые занимаются публичной передачей информации своей аудитории при помощи различных технических средств.

Согласно закону Российской Федерации от 27 декабря 1991г.№2124 - "О средствах массовой информации", к СМИ относятся:

- периодические печатные издания (газета, журнал, бюллетень и другие);

- сетевые издания;

- радиоканалы и радиопрограммы;

- телеканалы, телепрограммы и видеопрограммы;

- всемирная система объединенных компьютерных сетей для хранения и передачи информации - интернет.

**1.2** Историческое развитие средств массовой информации (СМИ) прошло через несколько ключевых этапов, каждый из которых оказал значительное влияние на формирование общественного мнения.

1. Печатные СМИ (17-19 века) - первые газеты появились в 17 веке, но массовая печатная продукция стала доступной только с изобретением печатного пресса. Печатные СМИ, такие как газеты и журналы служили основным источником информации и комментариев к событиям. В это время формировались первые общественные дискуссии и формирование гражданского общества.

2. Радио и телевидение (20 век). С появлением радио в начале 20 века и телевидения в середине века СМИ стали доступными для широкой аудитории. Это изменило способ распространения информации: радиопередачи и телепередачи обеспечили мгновенный доступ к новостям.

Эти формы СМИ сыграли ключевую роль в важнейших исторических событиях, социальных движениях, помогая формировать общественное мнение.

3. Интернет и цифровые СМИ.

С переходом в цифровую эпоху в конце 20 века появились новые формы СМИ, включая блоги, социальные сети и новостные сайты. Это дало возможность каждому пользователю стать источником информации. Социальные сети изменили динамику формирования общественного мнения, позволяя пользователям мгновенно делиться информацией и мнениями. Это создало новые вызовы, такие как распространение дезинформации и фейковых новостей.

**1.3** Механизмы влияния СМИ на общественное мнение включают несколько ключевых аспектов:

1.Отбор информации. СМИ выбирают, какие события и темы освещать, что влияет на восприятие общественностью реальности.

2.Фрейминг. Определение контекста и угла зрения по теме, что может менять восприятие. Как подают информацию, так ее и воспринимаем.

3.Показательный выбор. СМИ часто акцентируют внимание на крайних версиях событий, что создает искаженное восприятие реальности.

4.Повторяемость сообщений. Чем чаще информация повторяется, тем более она воспринимается как истина.

5.Создание повестки. СМИ могут формировать социальные нормы, выделяя важные вопросы и тем самым побуждая общество реагировать.

6.Создание образов и стереотипов. СМИ формирует представление о различных группах людей, культурах и явлениях. Это может быть как положительное, так и отрицательное влияние.

СМИ не только информируют, но и формируют повестку дня, определяя, какие темы становятся важными для общества. Способы подачи информации, выбор источников и акценты на определенных фактах могут влиять на восприятие событий общественностью. В условиях выбора информации пользователи развивают критическое мышление, что может приводить к поляризации мнений и созданию "информационных пузырей", в которых люди получают только ту информацию, которая соответствует их убеждениям, поэтому дезинформация и фейковые новости становятся все более распространенными. Это вызывает необходимость в медиообразовании и повышении уровня критического мышления. Таким образом, СМИ прошли сложный путь развития, и их влияние на общественное мнение остается значительным, даже в условиях стремительных технологических изменений.

**Практическое обоснование темы**

**2.1** Проведение опроса для выявления восприятия информации среди взрослых и подростков.

Цели и задачи опроса:

1. Выявить различие в восприятии информации между взрослыми и подростками.

2. Определить, какие источники информации предпочитают обе группы.

3. Оценить уровень доверия к различным типам информации.

Целевая аудитория: подростки (13-17 лет), взрослые (18 и старше)

Демографическая информация: Возраст, пол, уровень образования.

Вопросы:

1.Как часто вы потребляете информацию (новости, статьи, блоги и т.д.)

2. Какие источники информации вы предпочитаете? (Новостные сайты, социальные сети, телевидение, книги, подкасты и т.д.).

3.Какой тип информации вы считаете наиболее ценным? (Новости, развлекательный контент, образовательные материалы, личные блоги и т.д.).

4.Насколько вы доверяете информации из разных источников (1- совсем не доверяю, 2- полностью доверяю).

5.Какую роль, на ваш взгляд, информация играет в вашей жизни? (Крайне важную, важную, нейтральную, неважную).

6.Как вы считаете, влияет ли информация на ваше поведение и мнение? (Да, нет).

Анализ результатов опроса:

1. - 89% опрошенных – часто, 10% - редко, 1% - совсем нет.
2. - 45% опрошенных – новости, 50% - социальные сети, 5% - радио.
3. - 30% опрошенных – новости, 60% - развлекательный контент, 10% - образовательный материал.
4. - 15% опрошенных – совсем не доверяю, 85% - полностью доверяю.
5. - 12% опрошенных – крайне важную, 20% - важную, 65% - нейтральную, 3% - неважную.
6. – 90% опрошенных – да, 10% - нет.

Выводы

- По итогам опроса видно, что один из слоев общества – взрослые каждодневно пользуются различными источниками СМИ (новостные сайты, радио, книги, телевидение образовательные материалы).

- Существует высокий уровень доверия к СМИ среди взрослого населения, что доказывает его влияние на формирование общественного мнения.

- Показатели опроса среди подростков выявили, что большую часть своего времени они уделяют социальным сетям и развлекательному контенту, в отличие от взрослого населения, подростки занимают нейтральную позицию и менее восприимчивы к информационному потоку.

- Анализ опроса показал, что взрослые и подростки предпочитают развлекательный контент и социальные сети (Интернет).

- В результате опроса было выявлено, что большая часть опрошенных полностью доверяют информационным источникам.

**Заключение**

Современные средства массовой информации играют ключевую роль в формировании общественного мнения, оказывая влияние на восприятие событий, идей и социальных явлений. Они не только информируют население, но и формируют контекст, в котором эта информация воспринимается. Разнообразие источников информации позволяет получать разные точки зрения, но это и создает риски информационной манипуляции и искажению фактов. В результате исследования я поняла, что влияние СМИ на формирование общественного мнения является многогранным и сложным процессом, требующим от людей критического мышления и осознанного потребления информации.

**Тезаурус**

**Блог** - это веб-сайт, на котором публикуют записи (посты) в обратном хронологическом порядке.

**Интернет** - глобальная система для передачи и получения доступа к информационным ресурсам.

**Информационный пузырь (пузырь фильтров) –** это ситуация, при которой человек окружен только той информацией, которая соответствует его взглядам.

**Контент** - это информация в интернете, которую публикуют на разных площадках в виде статей, заметок, аудио и визуальных элементов.

**Медиаграмотность** - совокупность навыков и умений, которые позволяют людям анализировать, оценивать и создавать сообщения разных видах медиа, жанрах и формах.

**Подкаст** – это контент в аудио- или видеоформате, который пользователи могут загружать или прослушивать в режиме онлайн.

**Сайт** - это совокупность электронных документов, объединенных под одним адресом и размещенным в сети Интернет.

**СМИ** - средства массовой информации.

**Фейк** - что-либо ложное, недостоверное, сфальсифицированное, выдаваемое за действительное, достоверное с целью ввести в заблуждение.

**Цифровые технологии** - это совокупность методов, инструментов и процессов, которые используют цифровые данные для обработки, хранения и передачи информации.

**Список используемых источников и литературы**

1. Громов Г.Р. Очерки информационной технологии. / Громов Г.Р. М.,1993.

2.Доронин А.И. Информационно-аналитическая работа: обработка материалов средств массовой информации, / Доронин А.И.

3. Знаков В. В. Типы понимания правды о негативных явлениях 1960-1980.

4. Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики./ Корконосенко С. Г. СПб, 1995.

5.Липпман У. Общественное мнение /Пер. с англ. Т. В. Барчунова; под ред. К. А. Левинсон, К. В.

6. Михальская А. К. Язык Российских СМИ как манипулирующая система. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Изд. МГУ, 2001 с.32-33.

7. Статья «Психологические механизмы воздействия пропаганды СМИ» Морозов К. Е., Питько О. А.

**Приложения**

**Использованные электронные ресурсы:**

1. <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-mehanizmy-vozdeystviya-propagandy-smi>