



# Презентация на тему: «Влияние СМИ на формирование общественного мнения»

Выполнила проект: ученица 11 класса, Хунова  
Фатима Ауейсовна

Руководитель проекта:

Шхаева Марьят Салим – Гериевна

# АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ:

Современные средства массовой информации играют ключевую роль в формировании 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.

# Цели и задачи:

Цель - изучение особенностей влияния СМИ на формирование общественного мнения, устойчивости различных возрастных групп на влияние средств массовой информации

Задачи:

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.

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

# **Предмет исследования.**

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

# **Объект исследования.**

Средства массовой информации, аудитория, механизмы влияния.

# Методы исследования.

- изучение существующих теорий и методов связанных с медиавлиянием на человеческое сознание;
- проведение опросов с разными возрастными группами;
- исследование социальных сетей;

# Опрос.

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



# Вопросы опроса.

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).

# Итоги опроса.

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.

# Заключение.

- По итогам опроса видно, что один из слоев общества – взрослые ежедневно 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.



Спасибо за  
внимание.