

УДК 316.77

СУЩНОСТЬ СОЦИОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

А.П. Шматюк (Могилёвский институт МВД РБ)

Науч. рук. *М.Н. Хуторова*,

магистр пед. наук

Исследованием проблем воздействия сети интернет в социально-психологическом аспекте занимается самостоятельная отрасль социологии, именуемая социологией массовой коммуникации. Коммуникация означает связь, возникшую между двумя и более лицами в процессе общения [1]. Для такого общения необходимы следующие обязательные элементы: субъект, посылающий (передающий) информацию; объект, воспринимающий ее; цель – воздействие субъекта на сознание и поведение объекта; средства общения (языковые и иные знаки, благодаря которым становится возможным движение информации). Отсутствие любого из названных элементов исключает коммуникацию в человеческом обществе. Она становится возможной лишь тогда, когда сигналы (речь, изображение) не только посылаются передающим информацию субъектом, но и адекватно осознаются объектом. При нарушении коммуникационной цепи передача информации прерывается. Коммуникация – это прежде всего процесс, в котором информация выступает как один из его элементов, как содержание и форма социальной связи общающихся субъектов. Поэтому понятия «коммуникация» и «информация», хотя и не тождественны, но имеют много общего. В научном понимании информация «представляет собой знания, сообщения, сведения о социальной форме движения материи и обо всех других ее формах в той мере, в какой они используются обществом, вовлечены в орбиту общественной жизни. Социальная информация касается прежде всего отношений между людьми, их взаимодействия, потребностей и интересов. Она представляет собой отраженное разнообразие общественной жизни, определенное ограничение этого разнообразия. Благодаря упорядоченности этого отраженного многообразия, человек способен его воспринимать.

Но информация – не всякое содержание такого отражения, а те знания, которые выражены в сообщении и могут быть использованы для ориентировки, активного действия и управления, совершенствования развития системы.

Литература

1. **Шарков, В.И.** Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров. – 4-е изд. / В.И. Шарков – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 488 с.