

УДК 32

## РОЛЬ МАССВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

*Б. В. Рябцев* (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *А. В. Беляева*,

преподаватель-стажер

В условиях глобализации и стремительного развития технологий средства массовой информации (СМИ) становятся основными каналами, через которые информация передается и воспринимается широкой аудиторией. Телевидение, радио, печатные издания и особенно интернет-платформы создают пространство для обсуждения актуальных социальных, политических и экономических вопросов, формируя коллективные представления и установки.

Одной из ключевых функций массовой коммуникации является не только распространение информации, но и ее интерпретация. СМИ способны формировать контекст, в котором воспринимается информация, что влияет на восприятие событий и явлений. Например, освещение политических событий может варьироваться в зависимости от редакционной политики конкретного издания или телеканала, что может привести к созданию различных точек зрения на одни и те же события.

В условиях информационного перенасыщения, с которым мы сталкиваемся сегодня, роль массовой коммуникации становится особенно актуальной. Люди ежедневно подвергаются воздействию огромного объема информации, и задача СМИ заключается в том, чтобы отфильтровывать важные новости от менее значимых событий. Однако в этом процессе существует риск манипуляции общественным сознанием – как через выбор тематики, так и через способ подачи информации. Это может привести к формированию стереотипов, предвзятостей и даже дезинформации.

Социальные медиа также изменили ландшафт массовой коммуникации, предоставив пользователям возможность не только потреблять информацию, но и создавать ее. Это привело к появлению новых форм взаимодействия между СМИ и аудиторией, где каждый человек может стать источником новостей. Однако это также создает новые вызовы, такие как распространение фейковых новостей и дезинформации.

### Литература

1. Назаров, М. М. Массовая коммуникация в современном мире / М. М. Назаров. – Москва : НГБ, 2000. – 76 с.