

УДК 316.77

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СМИ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕССЫ)

Епремян Т.В., Бруева А.Д.

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, г. Брянск

В данной статье рассматривается проблема влияния СМИ на формирование общественного мнения на примере печатных изданий. Авторами изучаются основные причины влияния прессы на мнение человека, устанавливаются наиболее популярные темы прессы среди её читателей, проводится статистика популярности прессы в наше время и выявляется возрастной диапазон людей, которые приобретают печатные издания. Статья основана на результатах социологического исследования, целью которого являлось изучить особенности влияния печатных изданий на жителей Брянской области. Был проведен опрос, с помощью которого провели анализ всех результатов и интерпретировали их в выводы. Полученная информация может быть полезна в проведении мониторинга населения, в качестве дополнительного материала к практическим занятиям, конференциям.

Ключевые слова: СМИ, общество, общественное мнение, пресса, газеты, журналы, влияние.

DOI 10.22281/2542-1697-2023-02-01-46-52

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что в эпоху развития цифровизации [6; 7; 15], чреватой таким феноменом, как виртуализация личности [13; 14; 16], на формирование общественного мнения по-прежнему оказывает влияние и пресса, которую смело можно назвать «агентом социализации личности» [9]. Дискурс СМИ не утратил своей значимости [17; 18; 21] до сих пор в силу ряда причин, одной из которых является недостаточное владение старшим поколением информационными технологиями. Социальное обеспечение данной категории граждан делает шаги в направлении приобщения этих людей к Интернету, но пока в недостаточном количестве [11; 12]. Социологическое изучение современных проблем социума, в том числе в журналистской сфере коммуникации [10; 19; 20], призвано помочь в разрешении многих проблем, стоящих перед разными категориями граждан [1; 2; 5], именно поэтому мы и прибегнули к социологическому исследованию влияния прессы на формирование общественного мнения.

Во всех сферах общества присутствует общественное мнение. Но, несмотря на свою распространённость, общественное мнение показывает себя отнюдь не по любым основаниям и вопросам. В диапазоне общественного мнения зачастую преобладают только те факты и события, которые имеют высокую актуальность и значение. Именно такие проблемы вызывают интерес у общества, а люди, в свою очередь, дискутируют на данные темы, и таким образом проблема охватывает всё больший круг общества.

Особое место в системе СМИ занимает печать (журналы, газеты, альманахи, книги). Продукция, вышедшая из-под печатного станка, несет информацию в виде напечатанного буквенного текста и изобразительно-графических форм (фотографий, рисунков, графиков, схем и др.). В свою очередь они воспринимаются читателем без помощи каких-либо дополнительных средств, что способствует появлению ряда важнейших свойств взаимоотношений между прессой и аудиторией. О воздействии прессы на сознание начали говорить еще с момента изобретения печатного станка в 1450 году ученым Иоганном Гутенбергом. Во-первых, имеется возможность быстрого, обзорного ознакомления со всеми публикациями номера или книги. Таким путем у читателя формируется впечатление о содержании выпуска. Далее он сам вбирает характер ознакомления с интересующим его материалом (просмотр, выборочное ознакомление, подробное чтение, сохранение номера или вырезки его части для повторного прочтения и т.д.). К тому же читатель самостоятельно анализирует информацию.

Во-вторых, можно воспользоваться возможностями «отложенного чтения», после

первичного ознакомления оставить материал для подробного чтения в более удобное время. Эти возможности существуют лишь потому, что печатные издания легко иметь «при себе» в обстоятельства, не позволяющих или мешающих слушать радио или смотреть ТВ (в поезде, метро, автобусе, самолете). При этом чтение текста и восприятие изобразительного печатного издания проходит в соответствии с желанием читателя, в том порядке, темпе, ритме, который он выберет. Все это делает прессу незаменимым и важным носителем массовой информации.

Было проведено социологическое исследование среди жителей Брянской области разных возрастов [4]. В качестве инструментария была использована анкета, состоящая из 10 вопросов. В качестве респондентов в опросе участвовали 85 человек. Такой способ является очень удобным и понятным для респондентов в использовании.

Цель исследования состоит в изучении особенностей влияния печатных изданий на общественное мнение в Брянской области. По окончании проведённого исследования были получены результаты, которые мы представим ниже.

Из 85 респондентов значительное число занимает женский пол (52 человека – 61%). Мужчин же в опросе проголосовало меньше – 33 респондента (39%).

На вопрос «Укажите место Вашего проживания» большинство опрошенных отметили, что они проживают в городе. Остальная часть респондентов проживают в сельской местности (рис. 1).

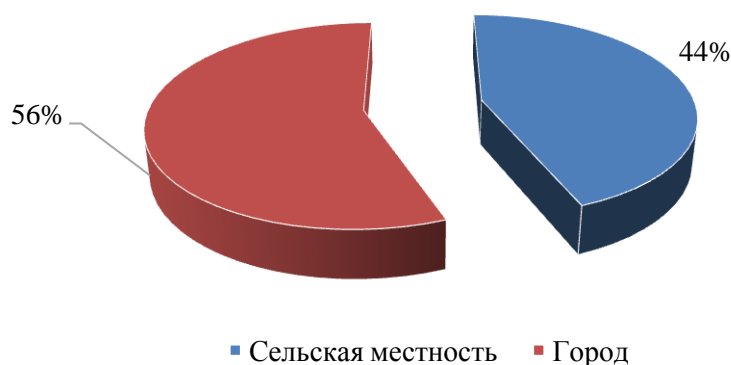


Рисунок 1 – Распределение респондентов по месту проживания

В следующем вопросе был отражён возрастной диапазон наших респондентов. Большинство оказались в возрасте от 18 до 29 лет (рис. 2). Но как показали дальнейшие результаты опроса, возраст людей, которые наиболее часто пользуются прессой, начинается от 40 лет и более.

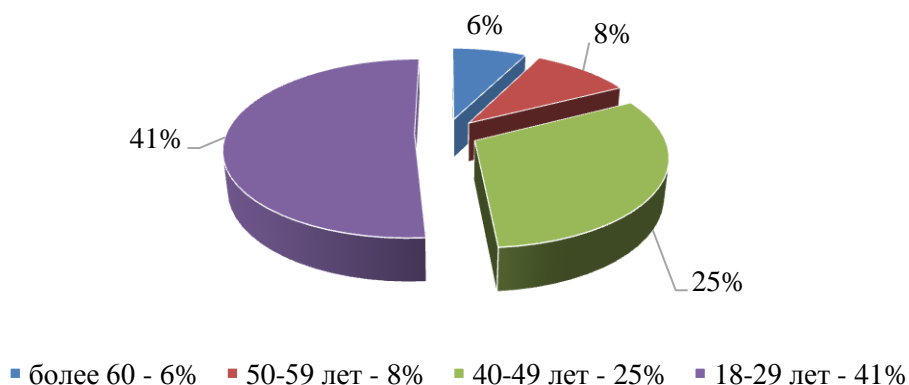


Рисунок 2 – Распределение респондентов по возрастному признаку

В вопросе 4 были представлены пункты, среди которых респонденты могли выбрать чем они занимаются на данный момент жизни. По результатам опроса мы выяснили, что

большинство работают (53%), 34% учатся в колледже/университете. Остальные респонденты в небольшом количестве являются безработными (3%), кто-то служит в армии (3%), кто-то находится на пенсии (5%), кто-то не имеет работы и следит за порядком дома (1%).

Следующий вопрос анкеты является одним из самых главных, так как именно он разделит всех респондентов на читающих и не читающих. Все мы знаем, что печатные издания в наше время не так популярны, как были, например, пару десятилетий назад. Среди молодёжи спросом пользуются электронные устройства. Хотя, в последнее время появилась тенденция на печатные книги и среди молодого поколения. Так как для многих воспринимать информацию с бумаги намного удобнее, чем с экрана телефона. Но всё же, преобладающее число пользователей печатных изданий до сих пор относится к более старшему поколению. Стоит также отметить, что прессу многие скачивают на электронные книги и покупают подписки в интернете. Такой способ пользуется популярностью у молодёжи, так как многим попросту некомфортно перебирать полки с книгами, журналами и газетами в магазинах. Статистику читающих и не читающих респондентов можно увидеть на рисунке 3.

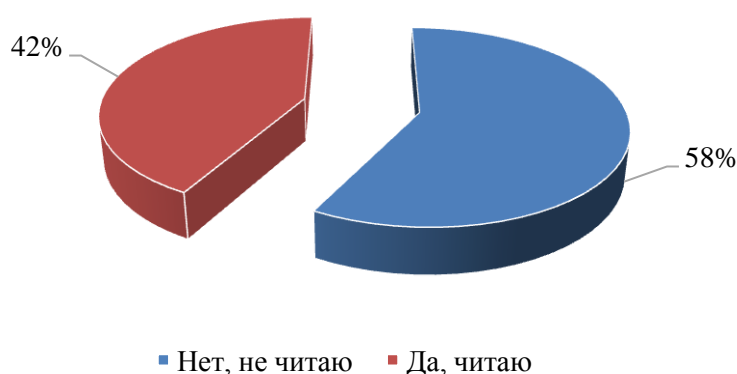


Рисунок 3 – Распределение респондентов по критерию чтения печатных изданий

Также был вопрос, собирающий информацию о том, как часто респонденты из читающих покупают прессу. Ежедневно покупают печатные издания 33% опрошенных, раз в 2 недели 11%, раз в 4 недели 22%, раз в 2 месяца 6%, раз в 3 месяца 6% и реже 22%.

Вопрос 7 позволяет нам узнать, какой источник приобретения прессы является самым популярным (рис. 4). Здесь большинство респондентов отметили вариант, что они приобретают прессу в супермаркете (33%), далее идут люди, оформляющие подписку на почте (28%), затем в интернете (22%) и в киоске (17%).

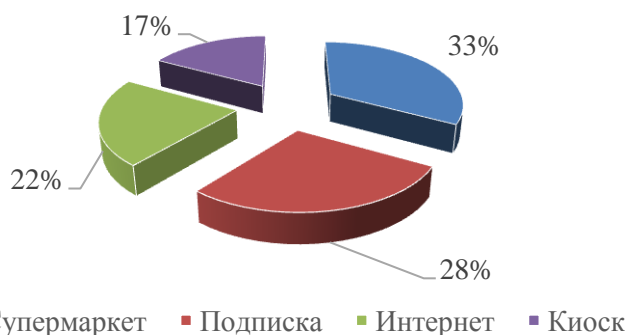


Рисунок 4 – Распределение респондентов по месту приобретения печатных изданий

В следующем вопросе нашей анкеты были прописаны примерные темы прессы, респонденты из них должны были выбрать наиболее интересные для себя. Наиболее популярными темами для чтения стали: новости о событиях в мире (24%), здоровье (13%), кулинарные рецепты (11%), мода (12%), политика (7%). Вопрос 9 отражает согласованность

мнения людей с мнением, высказанным в печатных источниках. Как можем заметить, большинство респондентов отдали свой голос за вариант ответа, который обозначает, что человек соглашается с мнением прессы примерно в 50% случаев (рис. 5).

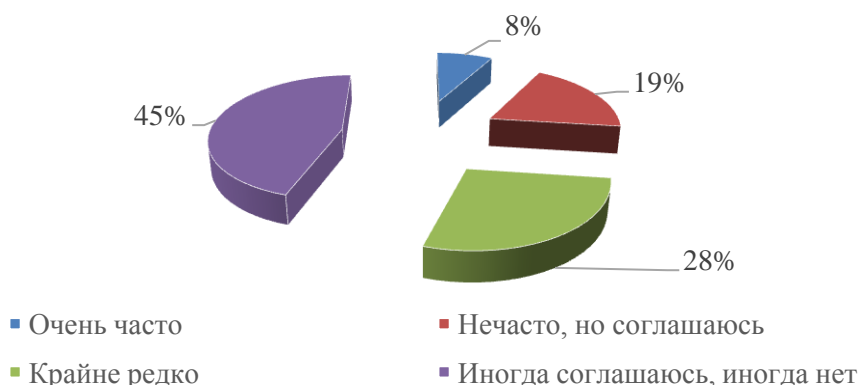


Рисунок 5 – Распределение респондентов по их согласованности с мнением прессы

Последний вопрос анкеты «Как, по-вашему, средства массовой информации влияют на жизнь людей?» показал, что для большинства опрошенных пресса и СМИ в целом всё также являются одним из главных источников формирования знаний о событиях в мире. Также многие отметили варианты «позволяют рекламировать товары и услуги» и «помогают ориентироваться в политике».

По результатам исследования имеем право сказать, что относительно небольшое количество жителей нашей области пользуются печатными изданиями. Среди читающих наиболее преобладают люди среднего и пожилого возраста. По-прежнему пресса остаётся одним из основных источников новостей. Стоит выделить, что прессу как основной источник информации о происходящих в мире событиях используют в основном люди старшего поколения. Молодёжь же покупает прессу на тему моды, авто, интерьера и архитектуры и др. Пресса всегда существовала, но раньше она была наиболее распространена среди всего населения. С появлением электронных устройств пресса была вытеснена из окружения молодого поколения, но при этом всё равно существует до сих пор и находит свою аудиторию, влияя на формирование общественного мнения в целом и корпоративной культуры в частности [3; 8].

Список использованных источников

1. Голенкова О.В. Использование методов социологического исследования как технологии практикоориентированного обучения // Управление образованием: теория и практика. 2022. № 8(54). С. 178-186.
2. Голенкова О.В. Педагогические методы обучения трудотерапии как механизма реализации потенциала социоприродного окружения в процессе социализации инвалидов // Управление образованием: теория и практика. 2022. № 8(54). С. 145-152.
3. Гостенина В.И. Корпоративная культура как управленческая технология формирования идентичности персонала / В.И. Гостенина, Ж.А. Казорина, А.С. Новиков // Среднерусский вестник общественных наук. 2021. Т. 16. № 4. С. 42-57.
4. Гостенина В.И. Управленческие факторы формирования статуса региона (на примере Брянской области) / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев, С.А. Шилина // Власть. 2013. № 2. С. 082-085.
5. Епремян Т.В. Дискурсивные технологии управления. Учебник для бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки «Социология». Брянск: РИСО БГУ, 2022. 258 с.
6. Ефимочкина Н.Б. Цифровые поля социальных трансформаций мегаполиса / Н.Б. Ефимочкина, А.К. Мамедов // Экономика. Социология. Право. 2021. № 3 (23). С. 35-45.
7. Ефимочкина Н.Б. Эволюция цифровых полей социальных трансформаций

- мегаполиса/ Н.Б. Ефимочкина, А.К. Мамедов // Экономика. Социология. Право. 2021. № 4 (24). С. 73-85.
8. Казорина Ж.А. Корпоративная культура: отражение статусных ценностей персонала организации / Ж.А. Казорина // Экономика. Социология. Право. 2022. № 2(26). С. 46-50.
9. Киричек П.Н. Пресса как агент социализации личности / П.Н. Киричек // В сборнике: III Моисеевские чтения: Культура и гуманитарные проблемы современной цивилизации. Доклады и материалы Общероссийской (национальной) научной конференции. Москва, 2020. С. 387-394.
10. Киричек П.Н. Социология журналистики / П. Н. Киричек. Второе издание. Москва : ООО «Директ-Медиа», 2022. 284 с.
11. Лифанова Т.Е. Дискурсивные технологии в социальной работе: благотворительность и меценатство. Учебно-методическое пособие для бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа (Социальная работа в системе социальных служб). Брянск: РИСО БГУ, Изд-во Худовец Р.Г., 2022. 162 с. [4]
12. Лифанова Т.Е. Технологии социальной работы в специализированных учреждениях социального обслуживания / Т.Е. Лифанова, С.А. Шилина // Учебно-методическое пособие для бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа» / Брянск, 2020. Том Часть 2. 160 с.
13. Мамедов А.К. Виртуальная личность: социальный эскапизм или новое поле креативности? / А.К. Мамедов // Экономика. Социология. Право. 2019. № 1 (13). С. 68-75.
14. Мамедов А.К. Личность в информационной матрице: незавершенный проект/ А.К. Мамедов // В сборнике: Трансформация коммуникации в цифровую эпоху. Материалы научной онлайн-конференции с международным участием, посвященной всемирному дню почты. Ред. А.К. Мамедов, И.Н. Чудновская. 2020. С. 76-96.
15. Мамедов А.К. Метаморфозы цифрового общества: трудности роста и риски / А.К. Мамедов, Л.Ю. Писарева // Социология. 2020. № 3. С. 4-17.
16. Мамедов А.К. Социальные последствия виртуализации личности/ А.К. Мамедов // В сборнике: Коммуникативное пространство современного мегаполиса: диалог программ. Материалы научной онлайн-конференции с международным участием. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. 2019. С. 44-48.
17. Шилин А.М. Отражение социальных процессов в дискурсе СМИ / А. М. Шилин, С. А. Шилина // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации : Сборник трудов III международной научно-практической конференции, Белгород, 07–08 октября 2021 года. Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Издательско-полиграфический центр «ПОЛИТЕРРА», 2021. С. 471-478.
18. Шилин А.М. Управленческие технологии дискурса средств массовой информации // В сборнике: Журналистыка - 2021: стан, праблемы і перспектывы. Мінск, 2021. С. 503-506.
19. Шилина С. А. Социология журналистики как предмет изучения в вузе / С.А. Шилина // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 3(43). С. 103-115.
20. Шилина С.А. Дискурс языковой личности в журналистской сфере коммуникации / С.А. Шилина // С любовью к Слову : Сборник статей участников Всероссийской с международным участием научной конференции, приуроченной к 80-летнему юбилею доктора филологических наук, профессора Людмилы Алексеевны Климковой, специалиста в области лексикологии, диалектологии, ономастики, словообразования, Арзамас, 09–10 февраля 2021 года / Отв. редактор О.В. Никифорова. Арзамас: Арзамасский филиал ФГАУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», 2021. С. 350-354.
21. Шилина С.А. Стилистические особенности публицистического текста как отражение социокультурных процессов в дискурсе СМИ / С.А. Шилина // Журналистыка-2017: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 19-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, Мінск, 16–17 ноября 2017 года. Том Выпуск 19. Мінск, 2017. С. 299-302.

Сведения об авторах

Епремян Татьяна Владимировна – аспирант направления подготовки Социология, ассистент кафедры социологии и социальной работы ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского». Адрес: 241036, Россия, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14. Телефон: +74832580520 (1231), e-mail: epremyan@yandex.ru;

Бруева Александра Дмитриевна – студент направления подготовки 39.03.01 Социология, факультет педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского». Адрес: 241036, Россия, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14. Телефон: +74832580520 (1231), e-mail: bruevaalexandra@icloud.com;

UDC 316.77**A SOCIOLOGICAL STUDY OF THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON PUBLIC OPINION (USING THE EXAMPLE OF THE PRESS)**

Yepremyan T.V., Brueva A.D.

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk

This article examines the problem of the influence of the media on the formation of public opinion on the example of printed publications. The authors study the main reasons for the influence of the press on a person's opinion, identify the most popular topics of the press among its readers, conduct statistics on the popularity of the press in our time and identify the age range of people who purchase printed publications. The article is based on the results of a sociological study, the purpose of which was to study the peculiarities of the influence of printed publications on residents of the Bryansk region. A survey was conducted, with the help of which all the results were analyzed and interpreted into conclusions. The information obtained can be useful in monitoring the population, as additional material for practical classes, conferences.

Keywords: Mass media, society, public opinion, press, newspapers, magazines, influence.

References

1. Golenkova O. V. The use of methods of sociological research as a technology of practice-oriented learning // Education management: theory and practice. 2022. №. 8(54). Pp. 178-186.
2. Golenkova O. V. Pedagogical methods of teaching psychotherapy as a mechanism for realizing the potential of the socio-natural environment in the process of socialization of disabled people // Education management: theory and practice. 2022. №. 8(54). Pp. 145-152.
3. Gostenina V. I. Corporate culture as a managerial technology of personnel identity formation / V. I. Gostenina, Zh. A. Kazorina, A. S. Novikov // Central Russian Bulletin of Social Sciences. 2021. Vol. 16. №. 4. Pp. 42-57.
4. Gostenina V. I. Managerial factors of the formation of the status of the region (on the example of the Bryansk region) / V. I. Gostenina, A. G. Kiselev, S. A. Shilina // Power. 2013. №. 2. P. 082-085.
5. Yepremyan T. V. Discursive management technologies. Textbook for bachelor's and master's degrees in the field of «Sociology». Bryansk: RISO BSU, 2022. 258 p. [4]
6. Efimochkina N. B. Digital fields of social transformations of megapolis / N. B. Efimochkina, A. K. Mammadov // Economy. Sociology. Right. 2021. №. 3 (23). Pp. 35-45.
7. Efimochkina N. B. Evolution of digital fields of social transformations of megapolis / N. B. Efimochkina, A. K. Mammadov // Economy. Sociology. Right. 2021. №. 4 (24). Pp. 73-85.
8. Kazorina Zh. A. Corporate culture: reflection of the status values of the organization's personnel / Zh. A. Kazorina // Economy. Sociology. Right. 2022. №. 2(26). Pp. 46-50.
9. Kirichek P. N. Press as an agent of personality socialization / P. N. Kirichek // in the collection: III Moses Readings: Culture and humanitarian problems of modern civilization. Documents and materials of the All-Russian (National) Scientific Conference. Moscow, 2020. Pp. 387-394.
10. Kirichek P. N. Sociology of Journalism / P. N. Kirichek. Second edition. Moscow: Direct-Media LLC, 2022. 284 p.

11. Lifanova T. E. Discursive technologies in social work: charity and metenatstvo. Educational and methodical manual for bachelor's degree in the field of training 39.03.02 Social work (Social work in the system of social services). Bryansk: RISO BSU, Publishing house Khudovets R. G., 2022. 162 p. [4]
12. Lifanova T. E. Technologies of social work in specialized social service institutions / T. E. Lifanova, S. A. Shilina // Educational and methodical manual for bachelor's degree in the direction of training 39.03.02 «Social work» / Bryansk, 2020. Volume Part 2.160 p .
13. Mammadov A. K. Virtual personality: social escapism or a new field of creativity? A. K. Mammadov // Economy. Sociology. Right. 2019. №. 1 (13). Pp. 68-75.
14. Mammadov A. K. Personality in the information matrix: an unfinished project/ A. K. Mammadov // in the collection: Transformation of communication in the digital age. Materials of an online scientific conference with international participation dedicated to the World Mail Day. Ed. A. K. Mammadov, I. N. Chudnovskaya. 2020. Pp. 76-96.
15. Mammadov A. K. Metamorphoses of digital society: difficulties of growth and risks / A. K. Mammadov, L. Y. Pisareva // Sociology. 2020. №. 3. Pp. 4-17.
16. Mammadov A. K. Social consequences of personality virtualization / A. K. Mammadov // in the collection: The communicative space of a modern metropolis: a dialogue of programs. Materials of an online scientific conference with international participation. Lomonosov Moscow State University. 2019. Pp. 44-48.
17. Shilin A.M. Reflection of social processes in the media discourse / A.M. Shilin, S. A. Shilina // Discursology and Media Criticism of Mass Media: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Belgorod, October 07-08, 2021. Belgorod: Limited Liability Company Publishing and Printing Center «POLYTERRA», 2021. Pp. 471-478.
18. Shilin A.M. Managerial technologies of mass media discourse // in the collection: journalism - 2021: state, problems and prospects. Minsk, 2021. Pp. 503-506.
19. Shilina S. A. Sociology of journalism as a subject of study in Uze / S. A. Shilina // Journalist. Social communications. 2021. №. 3(43). Pp. 103-115.
20. Shilina S. A. The discourse of a linguistic personality in the journalistic sphere of communication / S. A. Shilina // with love for the Word : A collection of articles by participants of the All-Russian scientific conference with international participation dedicated to the 80th anniversary of Doctor of Philology, Professor Lyudmila Alekseevna Klimkova, specialist in lexicology, dialectology, onomastics, word formation, Arzamas, February 09-10, 2021 / Editor-in-chief O. V. Nikiforova. Arzamas: Arzamas branch of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «National Research Nizhny Novgorod State University named after N. I. Lobachevsky», 2021. Pp. 350-354.
21. Shilina S. A. Stylistic features of the journalistic text as a reflection of socio-cultural processes in the media discourse / S. A. Shilina // journalism-2017: State, problems and prospects : materials of the 19th International Scientific and Practical Conference, Minsk, November 16-17, 2017. Volume Issue 19. Minsk, 2017. Pp. 299-302.

Author`s information

Epremyan Tatiana Vladimirovna – postgraduate student of the field of study Sociology, assistant of the Department of Sociology and Social Work of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. Phone: +74832580520 (1231), e-mail: epremyan@yandex.ru.

Brueva Alexandra Dmitrievna – student of the direction of training 39.03.01 Sociology, Faculty of Pedagogy and Psychology of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. Address: 241036, Russia, Bryansk, Bezhitskaya str., 14. Phone: +74832580520 (1231), e-mail: bruevaalexandra@icloud.com;