

УДК 659.18

Гилева Е.А., Алексенко Е.В.,
Алтайского государственного университета**МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Аннотация: В статье рассматривается понятие массовой коммуникации. Определяются ключевые функции и цели массовой коммуникации. Рассматриваются формы массовых коммуникаций.

Ключевые слова: массовые коммуникации, функции массовых коммуникаций, формы массовых коммуникаций, роль массовых коммуникаций

Роль средств массовой информации в условиях быстрого развития современного общества, оказывает ключевое воздействие на оценки, мнения и поведения людей, что позволяет получать требуемые результаты и обратную связь.

Определение массовых коммуникаций звучит как регулярное продвижение информации (через такие каналы как печать, телевидение, радио, кино, звука-и видеозаписи и т.д.) конкретно, не на индивидуума, а на общество в целом, с конечной целью оповещения и влияния на мнения, поведения и оценки людей, социальной группы [2, с. 115-116].

Массовая коммуникация является компонентом взаимосвязей индивидов, групп, институтов, государств, благодаря чему происходит обмен информацией, оценками, ценностями и чувствами, без коммуникаций сейчас сложно представить современное общество. Взаимодействие людей на данных компонентах позволяет обеспечить конкурентную борьбу и уменьшать противоречия различных групп и классов, содействует разрешению и преобразованию конфликтов. Так же обеспечивает развитие личности, так как оказывает влияние со стороны культуры, доводят до индивидуумов социокультурные образцы поведения [6, с. 215].

Массовые коммуникации помогают обществу и государству найти решения социального взаимодействия, контроля и формирования личности, а так же снятия эмоционального напряжения, влияния на социальное сознание и настроение.

Основными функциями массовой коммуникации является воздействие и взаимодействие.

Например, Г. Лассуэл выделял такие функции:

1. Информационная функция – то есть обозрение окружающего мира: «медиа расширяют горизонты познания индивида»

2. Корреляция с социальной структурой и «ответственностью» общества, воздействие на него и его познание через обратную связь – корреляционная функция, проявляющаяся также в объяснении и интерпретации информационных сообщений, в обеспечении поддержки существующим властям и господствующим нормам;

3. «трансмиссия» культурного наследия – познавательнo-культурологическая функция, функция преемственности культуры [6, с. 152].

А. Леонтьев выделял четыре функции, которые характерны для телевидения и радио:

1. Усовершенствование работы общества за счет ориентации на социальные взаимодействия, которые за собой ведут к изменению коллективной деятельности.

2. Функция контакта, играющая основную позицию в развитии коллективного сознания.

3. Функция социального контроля – воздействует с помощью социальных норм, этических и эстетических требований.

4. Функция социализации личности – способствует укреплению личности таких черт, которые требуются для общества [4, с. 150].

Прежде всего, следует выделить такие функции как:

1. Информационная функция – сбор данных о событиях и условиях окружающего мира, и предоставление до интересующихся, удовлетворении интересов, поиск советов.

2. Функция личностной идентификации – получение сведений о моделях поведения, достижение понимания самого себя, побуждение личностей и социальных групп к деятельности общества.

3. Функция интеграции и социального общения – переживание, формирование понимания положения других индивидов и групп, помощь в реализации социальных ролей.

4. Функция развлечения – эмоциональная разрядка, заполнение свободного времени, эстетическое удовольствие.

5. Культурологическая функция – обладает познавательной задачей, знакомство с другими культурами, науками, формами искусства, традициями, способствует сохранению культурных ценностей и интеграции общества, развивает эстетику, взаимопонимание.

Данные функции массовой коммуникации выступают в роли простой модели содержания массовой коммуникации. Так же выделяются комплексные системы контроля (законодательные органы), которые регулируют деятельность массмедиа. Внутренней основой, благодаря которой происходит функционирование

комплекса массовой коммуникации, выступают финансы, так как вся деятельность завязана на денежной основе.

Основными средствами массовой коммуникации, т.е. организационно-технического комплекса, благодаря которому гарантируется передача информации, выделяются следующие формы.

Обычно выделяют следующие формы массовых коммуникаций:

1. Образование – формирует мышление людей, обеспечивает связь с духовной жизнью социума, развивает социализацию личности.

2. Религия – касается мировоззренческой сферы человека, способствует сплочению людей на основе религиозной веры, способствует общению людей, а так же помогает преодолевать стресс и страдания.

3. Пропаганда – основное направление на конкретные идеи, взгляды, аргументы для точечного воздействия на людей, для того чтобы влиять на их оценки реальности и поведение.

4. Массовая культура – или поп-культура, культура быта, развлечений и информации, которая доминирует в современном обществе. Например, СМИ, спорт, кинематограф, музыка.

5. Реклама – распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для определенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этому физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей или начинаний[2, с. 135].

6. Массовые акции – публичные акции, совокупность действий, направленных на социальные группы с целью социальных изменений. Формируют общественное мнение в пользу определенных идей, событий, явлений.

7. Интернет – так же можно выделить как форму массовых коммуникаций. Так как сегодня он обеспечивает глобальную связь между людьми находящимися в разных странах, обеспечивая доступ к информационным ресурсам[6, с. 23].

Благодаря данным функциям, можно сделать вывод, что это сильное влияние как на общество в целом, так и на индивида, для того чтобы оптимизировать его деятельность, социализацию индивида и интеграцию общества.

В современном мире именно с помощью интернета оказывается влияние на сознание людей в более короткие сроки, он преодолевает временные и географические границы, снижает затраты на скорость передачи информации, имеет более эффективный результат. С развитием сети Интернет роль массовой коммуникации в современном обществе раскрылась гораздо сильнее, однако, судить об Интернете с точки зрения «хорошо» или «плохо» будет не правильным. Мануэль Кастельс говорил «...независимо от нашего отношения к Интернету, мы должны считаться с тем, что Интернет и компьютерные сети в целом уже стали стовальным хребтом всех современных обществ по всему миру»[1, с. 115].

Рассматривая влияние массовой коммуникации с негативной стороны, можно сделать вывод, что у аудитории складывается потребность в незамедлительном удовлетворении своих желаний и нужд.

Большое влияние массовой коммуникации может отразиться на качестве межличностных отношений. Так как абстрагирование от реальной жизни на героев телесериалов, фильмов, книг, а так же личностей из социальных сетей, может в какой-то мере заменить семью, следовательно, создает конфликты и дезадаптацию в окружающей среде.

Однако можно выделить и позитивные стороны, повышение информированности, любознательности, улучшение разговорных умений и навыков. После просмотров гуманистических фильмов развиваются навыки общения, меняется образ мышления, происходят процессы взаимопонимания, развивается сдержанность, уменьшается тревога и страх.

Массовая коммуникация в современном мире в основном реализуется за счет технических средств, можно заметить, что скорость обмена информацией увеличилась в разы. За счет этого, можно говорить об эффективности массовой коммуникации в современное время, так как эффективность массовой коммуникации это отношение достигнутого результата к ранее поставленной цели. Если проявляется хоть малейшее продвижение к цели, то можно говорить об ее эффективности.

Массовая коммуникация является неотъемлемой частью современного мира его экономикой, политикой и культурой. Особое значение для массовой коммуникации имеет появление Интернета с его возможностями обратной связи и его возрастающее воздействие на производственную, социально-политическую, культурно-идеологическую области жизни человечества. Массовая коммуникация носит прямую позицию ко всем процессам, она выступает в связи с этим как одна из глобальных важнейших проблем, от ее заключения зависит развитие мира, так ее особенностью является непосредственное влияние на сознание и поведение людей. Методы воздействия обычно носят манипуляторный образ воздействия, благодаря чему людям принуждают к совершению задуманных действий или решений. Однако люди могут поддаваться таким принуждением, а могут воспринимать ее как обычную информацию, не провоцирующую к действию, это определяется различными факторами психологического и социального характера.

Список использованной литературы:

1. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе (англ.)русск. / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитоновой. — Екатеринбург: У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. — 328 с. (Серия «Академический бестселлер»).
2. Конечная Р. Социология коммуникации. Москва: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304с
3. Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. — М.-Л., 1929. — 212 с.
4. Леонтьев А. А. Психология общения. — 3-е изд. — М.: Смысл, 1999. — 365 с.
5. Черных. А. Социология массовых коммуникаций. Москва: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. 452 с.
6. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник. М.: Дашков и Ко, 2013. 488с.

© Гилева Е.А., Алексенко Е.В., 2018

Gileva E.A., Aleksenko E.V.,
Altai State University

MASS COMMUNICATIONS AND THEIR ROLE IN MODERN SOCIETY

Annotation: *The article discusses the concept of mass communication. Identifies key functions and goals of mass communication. Different forms of mass communications are considered.*

Keywords: *mass communications, mass communication functions, forms of mass communications, the role of mass communications*

УДК 579:637.411(571.56)

Горохова М.Е.,
Руководители: Протождяконова Г.П., д.в.н., профессор
Захарова О.И. старший преподаватель

БАКТЕРИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЯИЦ ЯКУТСКОЙ ПТИЦЕФАБРИКИ

Аннотация: *Микробиологическое исследование куриных яиц. Посев на питательные среды. Бактериологическое исследование скорлупы и содержимое яиц кур. Установлены микроорганизмы при нарушении условий хранения.*

Ключевые слова: *куриные яйца, инфекционные болезни птиц, нарушение хранения яиц.*

Gorokhova M.E.,
Executives: Protodyakonova G.P., Doctor of Technical Sciences, Professor.
Zakharova O.I. Senior Lecturer

BACTERIOLOGICAL RESEARCH OF EGGS OF YAKUT POULTRY FACTORY

Annotation: *Microbiological examination of chicken eggs. Sowing on nutrient media. Bacteriological study of the shell and contents of the eggs of chickens. Microorganisms are established in violation of storage conditions.*

Keywords: *chicken eggs, infectious diseases of birds, violation of egg storage.*

Свежие яйца от здоровой птицы не содержат микроорганизмов. В белке яиц есть лизоцим - это белковое вещество, которое убивает и растворяет микроорганизмы, в том числе гнилостные. Но защитные свойства белка снижаются при длительном хранении, постепенно лизоцим нейтрализуется, поры в скорлупе становятся более проницаемыми для микробов, что и создает условия для их проникновения и размножения.

Скорлупа яиц обсеменена различной микрофлорой чаще, чем внутреннее содержимое, которое обладает выраженной антибактериальной активностью [4].

Возбудители инфекционных болезней птицы передаются чаще всего через яйцо. Это – сальмонеллы, кокковые инфекции, возбудители туберкулеза, кампилобактериоза, псевдомоноза, кишечная палочка. В воздухе птичников постоянно находятся микроорганизмы, которые могут накапливаться на скорлупе. Даже на только что отложенном яйце обнаруживают до 10 тыс. бактерий [4].

Яйца считаются диетическими первые 7 дней после того, как они были снесены. Такие яйца подходят для диетического и детского питания. Диетические яйца после 7 дней хранения считаются столовыми.