

которой представлены различные мнения и позиции. Основными причинами делового конфликта являются ограниченность ресурсов, которые нужно делить, взаимозависимость заданий, различия в целях, различия в представлениях и ценностях, различия в манере поведения, в уровне образования, а также плохие коммуникации. Открытый конфликт чаще всего разворачивается на деловой основе. Данная работа охватывает вопросы, связанные с взаимоотношениями в коллективе, с конфликтами и способами их устранения. Управление конфликтом – это деятельность по обеспечению развития конфликтного взаимодействия, минимизирующая кризисные периоды.

УДК 316.774:070

*Студ. Богуш М.В.,
Иванько К.О., Лебедев В.В.,
доц. Рудко Е.А.
УО «ВГТУ»*

РОЛЬ СМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Современное общество можно охарактеризовать как информационное общество, объективной закономерностью которого стала интенсификация информационных процессов: возрастают скорости передачи сообщений; увеличивается объем передаваемой информации; ускоряется ее обработка.

Сегодня средства массовой информации занимают огромное место в жизни отдельного человека и общества в целом, выполняя целый ряд функций: коммуникативную, идеологическую, культурно-образовательную, рекламно-справочную, рекреативную и др. Телевидение, радио, печать, Интернет, реклама стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир отдельного человека и общественное сознание, т.е. состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам и событиям действительности. Общественное мнение во многом определяет деятельность СМИ. Поскольку СМИ стараются освещать значимые, актуальные для общества проблемы и во многом рассматривают их с точки зрения общественного мнения, можно сделать вывод, что и общественное мнение формируется под воздействием различных факторов, в частности из-за распространения идеологии и пропаганды, чем могут заниматься СМИ. Однако современные СМИ в условиях рынка утратили свои некогда важные функции воспитания человека, формирования личности, просвещения. В большинстве своем сегодняшние СМИ – это бизнес, главная цель которого, извлечение прибыли, и на пути к достижению этой цели используются все средства, позволяющие привлечь массовую аудиторию.