

Роль труда в развитии человека и общества заключается не только в создании материальных и духовных ценностей, но и в том, что в процессе труда сам человек раскрывает свои способности, приобретает полезные навыки, пополняет и обогащает знания.

Творческий характер труда находит свое выражение в появлении новых идей, прогрессивных технологий, более совершенных орудий труда, новых видов продукции, материалов, энергии, которые, в свою очередь, ведут к развитию потребностей.

Большое значение имеет трудовая мотивация – процесс мотивообразующих воздействий, под влиянием которых у индивидов возникает потребность работать так, чтобы содействовать достижению целей организации.

Основными мотивами трудового действия являются: личные потребности индивида; характер вознаграждения и благ, которые индивид может получить за свой труд; характер самого трудового процесса, посредством которого осуществляется связь между потребностями и теми конечными благами, которые их удовлетворяют. Выбор индивидом варианта своего поведения зависит от того, что является для него главной мотивационной силой.

Трудовая мотивация субъекта – это система, которая включает экономические, социологические, психологические, управленческие критерии, а также комплекс субъективных и объективных условий, находящихся во взаимодействии, поскольку мотивационная система личности отражает характер сложившихся трудовых отношений и отношений к труду в данном обществе, характер и уровень экономического развития и т. п.

Факторы трудовой деятельности можно объединить в две группы: характеристики человека (внутренние) и характеристики среды (внешние), которые подразделяются на факторы макросреды, действующие на уровне общества, и факторы микросреды, действующие в рамках организации.

Анализируя отношение к труду, мотивацию труда, удовлетворенность трудом можно выделить ряд общественных функций труда:

- 1) труд как способ удовлетворения потребностей,
- 2) как созидатель общественного богатства,
- 3) как творец общества и фактор общественного прогресса,
- 4) как способ человекотворчества;
- 5) путь к свободе, дающий людям возможность учитывать заранее все более отдаленные естественные и общественные последствия своих действий.

УДК 002

*Студ. Гуринович Я.А.,  
студ. Борозна В.Д.,  
доц. Рудко Е.А.  
УО «ВГТУ»*

### **ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СМИ**

Изучение общественного мнения является актуальной проблемой, т. к. общественное мнение является своеобразным регулятором тех процессов, которые происходят в обществе, и представляет собой проявление общественного сознания, выражающегося в оценках и характеризующего явное или скрытое отношение больших социальных групп, и, в первую очередь, большинства народа к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес.

Общественное мнение невозможно отождествлять ни с одной из форм общественного

сознания, т. к. оно может быть сформулировано по вопросам политики или права, морали или искусства, религии или науки и т. д. В силу этих обстоятельств общественное мнение может быть признано еще одной формой общественного сознания, т. к. по своему предмету оно как бы пронизывает все формы сознания, т. е. выступает как вид общественного сознания, но уступает ему в широте диапазона.

Следует отметить, что не любое групповое, коллективное мнение является общественным, а лишь то, которое соответствует основным критериям: социальный интерес, дискуссионность, компетентность.

Одним из основных регуляторов общественного мнения являются средства массовой информации. Формирование общественного мнения и его выражение посредством печати, радио и телевидения – две взаимосвязанные стороны в деятельности средств массовой информации.

Печать, радио, телевидение обеспечивают общественному мнению гласность, присоединяют к нему свой авторитет, доводят до сведения социальных институтов. СМИ предоставляют всенародную трибуну для обмена индивидуальными и коллективными мнениями, совместного поиска решений, контроля их реализации.

В свою очередь, сами печать, радио и телевидение также находятся под воздействием общественного мнения, выраженного в редакционной почте, читательских конференциях, данных опросов аудитории.

За последние десятилетия телевидение значительно усилило свое влияние на сознание людей, структуру повседневной жизни и поведения, на мировоззрение людей. Иногда этот источник становится разработчиком определенных суждений, которые в последствии воспринимаются обществом как правильное решение какой-либо проблемы. Для достижения данного обстоятельства применяются такие средства воздействия на сознание людей, как реклама и пропаганда, основной функцией которых является распространение знаний, идей, художественных ценностей или информации в целях формирования определенных взглядов, представлений и эмоциональных состояний, а через них – оказание влияния на поведение людей. Проводником же этого воздействия, как правило, выступают средства массовой информации. Можно сказать, что пропаганда, средства массовой информации, реклама и общественное мнение постоянно находятся в тесном взаимодействии.

Также можно сказать о том, что общественное мнение и средства массовой информации зависят от того общества, в котором это мнение формируется, и в котором СМИ функционируют, от культурных ценностей и степени демократизации общественного строя.

УДК 316.7

*Студ. Мовшович Е.,  
студ. Крутов В.,  
ст. преп. Стаценко Т.В.  
УО «ВГТУ»*

### **ВИТЕБСКИЕ МОЛОДЁЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Историческая реконструкция как хобби и как новое направление в молодежных субкультурах появилась в странах СНГ (тогда ещё — СССР) в конце 1980-х годов. Как правило, увлечённым исторической реконструкцией интересно создание исторического комплекса, состоящего из костюмов, доспехов, оружия и бытовых принадлежностей определенного исторического периода и конкретного региона. Каждый элемент