

Влияние средств массовой информации и коммуникации на изменение социальной структуры современного общества Великобритании

**Секция «Журналистика»**

Влияние средств массовой информации и коммуникации на изменение социальной структуры современного общества Великобритании

**Влияние средств массовой информации и коммуникации на изменение социальной структуры современного общества Великобритании**

*Вьюгина Дарья Михайловна*

*Студент*

*МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Долгопрудный, Россия*  
*E-mail: danya\_vyugina@mail.ru*

Средства массовой информации и коммуникации сегодня значительно влияют на все сферы жизни человека. В развитых странах Европы и Северной Америки происходит процесс медиатизации политики, экономики, культуры, образования и даже личной жизни. Каждая страна индивидуально переживает последствия информационной революции, но общим важным последствием ее становится трансформация социальной структуры общества.

Социальная структура Великобритании имеет прочные исторические корни: она создавалась под влиянием политико-экономических процессов, которые привели к резкому классовому разделению британского общества, а к настоящему времени преобразовалась в строгую и многоступенчатую систему разделения общества на группы, определяющими факторами в которой являются происхождение, образование и профессия человека.

Такое "вертикальное" разделение несколько противоречит образу страны демократической: если ее граждане стоят отношение друг к другу на основе сословного признака, это явный показатель того, что даже внешнее равенство, провозглашаемое политиками, в обществе не достигнуто.

Поэтому современные средства массовой информации Великобритании ставят перед собой задачу демократизации общества. Это относится как к качественным СМИ, которые стремятся расширить свою аудиторию в разных сегментах населения (например, ежедневная лондонская «Таймс»), так и к популярным газетам, которые адресуются более образованным читателям, чем раньше. Общенациональное телевидение «Би-би-си» создавалось как СМИ, которое несет ответственность перед населением страны, аудиторией в целом, как с точки зрения предлагаемых программ, так и с точки зрения экономики и финансирования. Его миссия – создавать программы для всех граждан страны, независимо от их социального и экономического статуса. В свою очередь аудитория проявляет наибольший интерес к материалам, отвечающим «человеческому интересу», и программам, раскрывающим таланты простых людей, рассказывающим истории преобразования, реалистичным сериалам о жизни в столицах и провинции.

Таким образом, можно сказать, что британские СМИ, с одной стороны, отвечают пожеланиям и интересам аудитории, которая стремится к сглаживанию социальных различий, с другой – являются катализатором изменения общественного мнения, стереотипов, предрассудков и, соответственно, опорой изменения социальной структуры Великобритании.

## **Литература**

1

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
2. Тоффлер, Э. Революционное богатство / Элвин Тоффлер, Хейди Тоффлер. — М.: