

Роль



Жизнь

**В результате изменения
информационной ситуации сегодня
мир по выражению канадского учёного
М.Маклюэна, похож на большую
деревню, где всё известно.**

**Средствами массовой информации
называют средства создания,
тиражирования и распространения
информационных сообщений в
массовой аудитории (нередко
говорят средства массовой
коммуникации).**

**СМИ могут способствовать
развитию демократии,
сознательному
участию граждан в
политической жизни , но могут
быть
использованы и для
политического
манипулирования.**

Чтобы охватить аудиторию в 50 млн.
человек,
радио потребовалось 38 лет,
персональному компьютеру — 16,
телевидению — 13, а Интернету — 4 года.

Политическое манипулирование-
это процесс воздействия на
общественное мнение и политическое
поведение , скрытое управление
политическим сознанием и поступками
людей, для того чтобы направить их в
нужную властным или определенным
общественным силам сторону

Институт СМИ



- специалисты (журналисты, инженеры и техники, работники типографий и др.);
- специализированные организации учреждения (издательства газет, радиовещательные корпорации, телецентры, редакции и т. п.), располагающих необходимыми сооружениями и специальной техникой;
- деятельность СМИ регулируется соответствующими

РОЛЬ СМИ: СМИ называют «четвёртой властью».

- **выражают интересы общества, различных социальных групп, отдельных личностей;**
- **направляют (характер информации, адресуемой аудитории, определяет её отношение к действительности и направление социальных действий);**
- **пропагандируют определённые идеи, взгляды, учения, политические программы и тем самым участвуют в социальном управлении;**
- **формируют общественное мнение, состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) людей к событиям и фактам социальной действительности.**

Основные направления деятельности СМИ:

- 1.удовлетворение информационных интересов общества;**
- 2.обеспечение гласности;**
- 3.изучение и формирование общественного мнения;**
- 4.организация обсуждения, дискуссий по важным проблемам жизни общества;**
- 5.поддержка или критика программ и деятельности государства, партий, общественных организаций и движений, отдельных лидеров;**
- 6.воспитание политической культуры, морали и др. качеств у граждан.**

СМИ - совокупность каналов распространения информации.

Функции:

- информационная функция, которая состоит в сообщении о наиболее значительных событиях;
- выбор и комментирование информации, ее оценка;
- функция политической социализации;
- функция критики и контроля;
- Представление различных общественных интересов, мнений, взглядов на политику;
- формирования общественного мнения;
- мобилизационная.

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИИ, РАСПРОСТРАНЯЕМОЙ СМИ:

- **экономическая и социальная, военная и научно-техническая, национальная и молодежная и т. д.(все аспекты политики);**
- **текущие события, прошлое и прогнозы;**
- **информация местная (региона, города), общегосударственная (федерального уровня), международная.**

Общие принципы, которыми руководствуются СМИ при выборе тем своих публикаций и передач:

- Во-первых, это приоритетность темы для граждан. Темы, волнующие людей (терроризм, катастрофы и т. п.), — в числе наиболее освещаемых в СМИ.
- Во-вторых, сенсационные сведения, факты, выходящие за рамки повседневности: экстремальные происшествия, часто негативного характера.
- В-третьих, сообщения о каких-либо новых, ранее неизвестных явлениях, организациях, решениях, заявлениях и т. п.
- В-четвертых, данные об успехах политиков и партий на выборах, о высоких или очень низких позициях в рейтингах, отражающих степень их популярности.
- В-пятых, информация, исходящая от лиц, имеющих высокий общественный статус: глав государств и правительств, лиц, занимающих высшие посты в

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ

В избирательные кампании через СМИ широко проникают методы коммерческой рекламы.

Партии и деятели, претендующие на избрание, подаются как своего рода товар на политическом рынке.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ

БЕЗ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ НЕВОЗМОЖНЫ НИ ОДНИ ВЫБОРЫ.

1.ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ- ДЕБАТЫ, ВЫСТУПЛЕНИЯ КАНДИДАТОВ, И Т.Д.

2. МЕТОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ.

ПОЛИТИКИ- ТОВАР НА ПОЛИТ. РЫНКЕ.- **ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ.**

3.РЕКЛАМА ИСПОЛЬЗУЕТ МЕТОДЫ ВНУШЕНИЯ, ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ

РЕКЛАМА- КРАТКАЯ В ФОРМЕ КЛИПОВ- ЧЕТЫРЕ ВИДА:

1.ЗАПОМИНАНИЕ КАНДИДАТА.

2.ПРОГРАММА КАНДИДАТА В ВИДЕ ОДНОЙ ИДЕИ.

3. НЕГАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ О СОПЕРНИКЕ.

4. УДАРНЫЙ КЛИП, ПРИЗЫВАЮЩИЙ ГОЛОСОВАТЬ ЗА КАНДИДАТА.

1.Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением двух, относятся к понятию «средства массовой информации». Найдите в приведенном перечне два термина, относящиеся к другому понятию.

- 1)газета;**
- 2)телевидение;**
- 3)телефон;**
- 4)журнал;**
- 5)радио;**
- 6)книга;**
- 7)пресса**

Ответ: ____

Пресса (от фр. presse, от лат. presso) — часть СМИ, совокупность массовых периодических печатных, а также электронных изданий, предназначенные для массового читателя: газет, журналов, сборников, альманахов.

2. Соотнесите функции СМИ в политической жизни и их конкретные проявления.

- А) Информационная.
- Б) Политической социализации.
- В) Критики и контроля.
- Г) Представление различных общественных интересов, мнений, взглядов на политику.
- Д) Мобилизационная.

- 1) Побуждение людей к конкретным политическим действиям.
- 2) Приобщение людей к политическим ценностям, нормам, образцам поведения.
- 3) Анализ и оценка деятельности органов власти.
- 4) Сообщение о наиболее значительных событиях.
- 5) Формирования общественного мнения.

ОТВЕТ

А	Б	В	Г	Д

А	Б	В	Г	Д
4	2	3	5	1

3. Найдите понятие, которое является обобщающим для всех остальных понятий представленного ниже ряда, и запишите цифру под которой оно указано.

- 1) телевидение;
- 2) Интернет;
- 3) СМИ;
- 4) газета;
- 5) радио;
- 6) журнал.

Ответ: _____

4. Верны ли следующие суждения о СМИ

А. Интернет относится к СМИ.

Б. Цензура СМИ в России законодательно
запрещена.

1) верно только А

2) верно только Б

3) верно и А, и Б

4) оба суждения неверны

Ответ: ____

Цензура массовой информации, то есть требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, - **не допускается**.

Создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации, - **не допускается**.

(Примечание: Ограничение свободы печати и других средств массовой информации допускается в условиях чрезвычайного и военного положения)

Домашнее задание.

Страницы 200-208 читать.

Вопросы 1-5 на странице 208.

Задание 5 на странице 209.

Подготовить развернутый план по теме
«Роль СМИ в политической жизни»

<http://primamedia.ru/photo/show.php?f=82747&s=43&p=4299>

http://foto.delfi.ua/user_picture/76778/

http://www.fotoregion.ru/details.php?image_id=27508