

***Роль СМИ
в политической
жизни***

*Подготовила: Похабова Мария
ученица 11 «А» класса
БСОШ №1*



Цель:

Показать влияние средств массовой информации на политическую жизнь людей.

План:

- 1. СМИ в политической системе общества*
- 2. Характер информации, распространяемой СМИ*
- 3. Влияние СМИ на избирателя*



Будучи инструментом управления поведением людей и контроля над действиями власти, институт СМИ является частью современного механизма функционирования власти в обществе, занимает значительное место в его политической системе

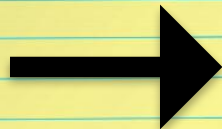


СМИ в политической системе общества

В политологии СМИ определяются как совокупность каналов распространения информации, адресованной неограниченному кругу лиц, социальных групп, государств, с целью оперативного информирования их относительно событий и явлений в мире, конкретной стране, определенном регионе, а также для выполнения специфических социальных функций



СМИ



Функции:

1. Информационная
2. Выбор и комментирование, ее оценка
3. Политич. социализац.
4. Критика и контроль
5. Представление интересов, мнений
6. Общественное мнение
7. Мобилизация





СМИ

В ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ СТРАНАХ- СМИ – ЧАСТНЫЕ КОМПАНИИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ. СМИ ДЕЙСТВУЕТ В РАМКАХ ЗАКОНОВ. ОСОБУЮ РОЛЬ ИГРАЮТ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ. СМИ.

В АВТОРИТАРНЫХ ГОСУДАРСТВАХ СМИ ПОД ПОЛНЫМ ГОСКОНТРОЛЕМ И ЦЕНЗУРОЙ. В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ НИ ОДНА ПАРТИЯ, ПОЛИТИК НЕ МОЖЕТ БЫТЬ УСПЕШНЫМ БЕЗ СМИ



Характер информации, распространяемой СМИ



Видеоряда («картинки»), который создает «эффект присутствия», а также сочетание зрительных и слуховых образов, легкость восприятия информации делают электронные СМИ наиболее эффективным средством воздействия на политическое сознание и поведение людей. Вместе с тем в политической информации на телевидении наиболее заметно проявляются слабые стороны СМИ



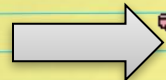
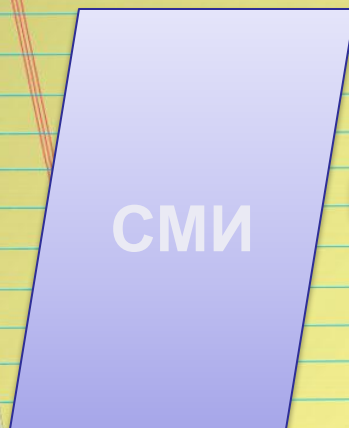


ИНФОР
МАЦИЯ

Радио- для «ленивых и торопливых»
Телевидение— «для всех»
Газета- «для умных»

СМИ –могут служить средством манипулирования
Цель манипулирования — внедрить нужные установки, стереотипы, цели, чтобы в результате подвигнуть массы, вопреки их собственным интересам.
Влияние СМИ осуществляется путем воздействия и на разум, и на чувства человека.

Влияние СМИ на избирателя



избиратель

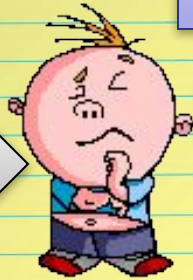
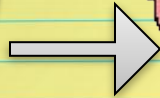
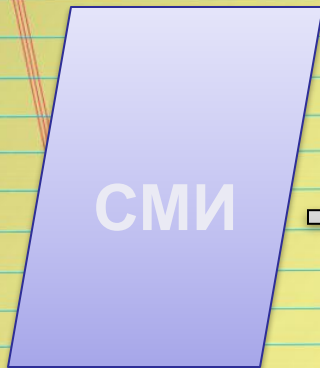
БЕЗ СМИ В
СОВРЕМЕННОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ
НЕВОЗМОЖНЫ НИ
ОДНИ ВЫБОРЫ.

Возможности СМИ:
1. АГИТАЦИОННЫЕ
2. ПУБЛИЧНЫЕ ДЕБАТЫ
3. ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ
4. РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ
5. КИНОХРОНИКИ,
МАЛЬТИПЛИКАЦИИ

Политический маркетинг



Влияние СМИ на избирателя



избиратель

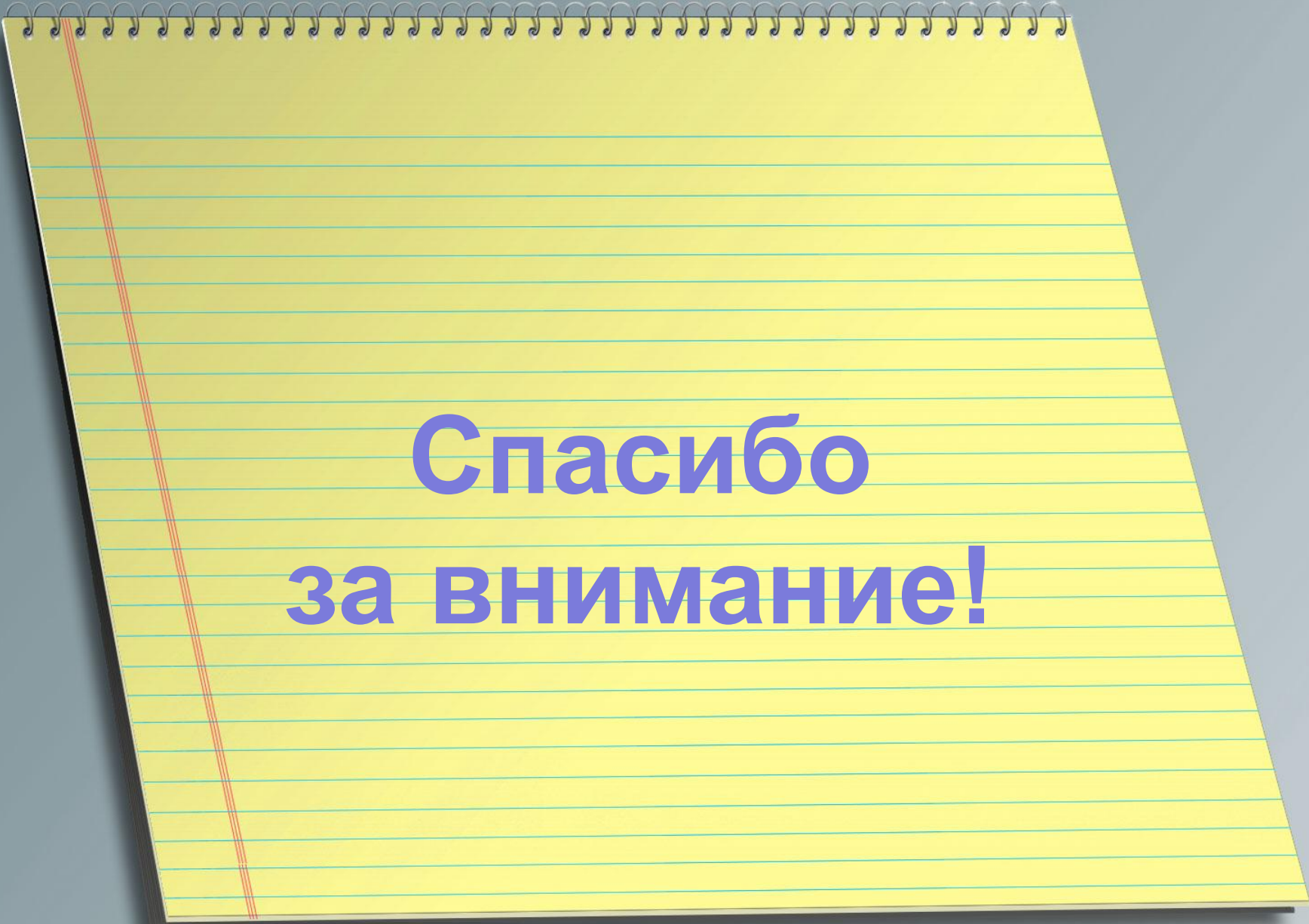
РЕКЛАМА- КРАТКАЯ В ФОРМЕ КЛИПОВ- ЧЕТЫРЕ ВИДА:

- 1.ЗАПОМИНАНИЕ КАНДИДАТА.
- 2.ПРОГРАММА КАНДИДАТА В ВИДЕ ОДНОЙ ИДЕИ.
3. НЕГАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ.
4. УДАРНЫЙ КЛИП.

В ходе предвыборной кампании проводятся *опросы общественного мнения*.

На человека одновременно воздействуют многие **институты: семья, школа, церковь, община** и другие, а также межличностное общение. Потоки информации взаимодействуют и как бы пересекаются, они преломляются в сложившихся ранее взглядах, устоявшихся традициях, жизненном опыте.





**Спасибо
за внимание!**