

РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА



Учебная дисциплина: ОДб.09. УГДД

Группа: АМ-2-19.

Профессия: АВТОМЕХАНИК

проведения: 05.10.2020г.

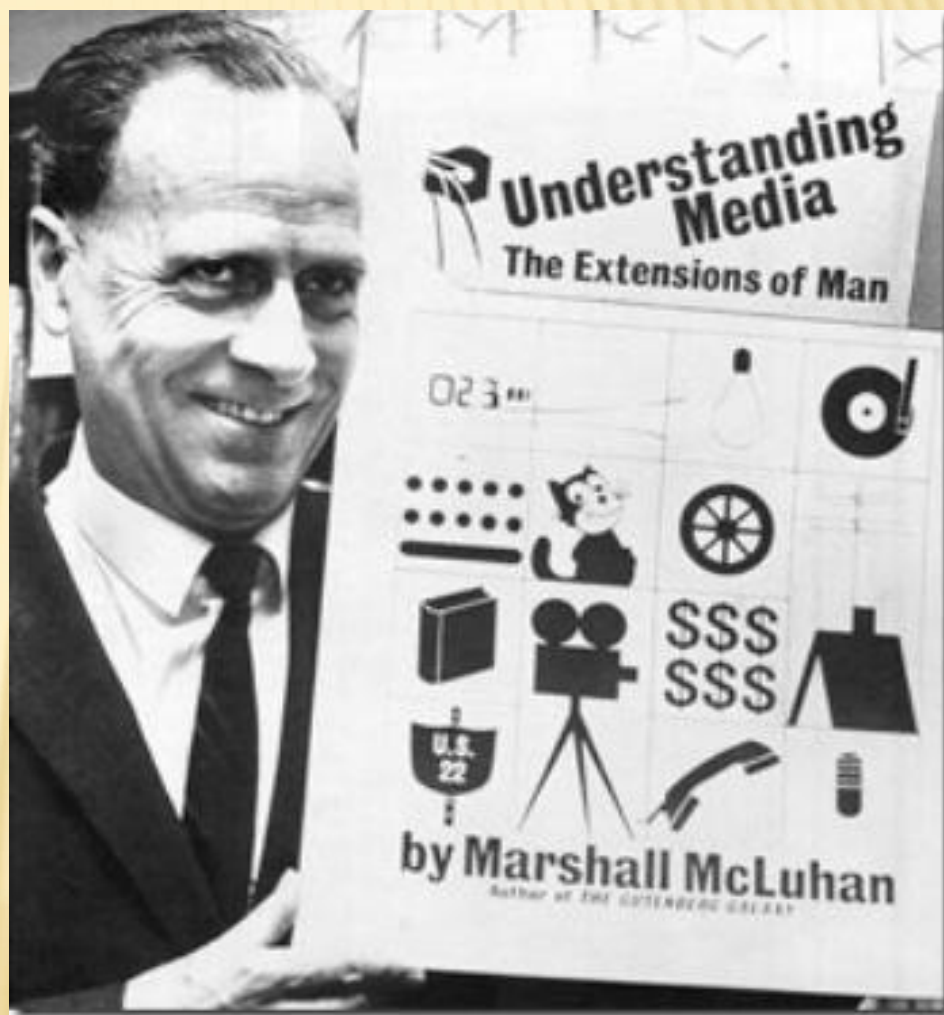
Преподаватель: Труфанова Л.С.

Дата

**Конституцией ДНР гарантируется
свобода СМИ.**

- Запрет на цензуру.**
- Каждый человек в нашей стране
вправе свободно искать, получать и
передавать любую информацию.**

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





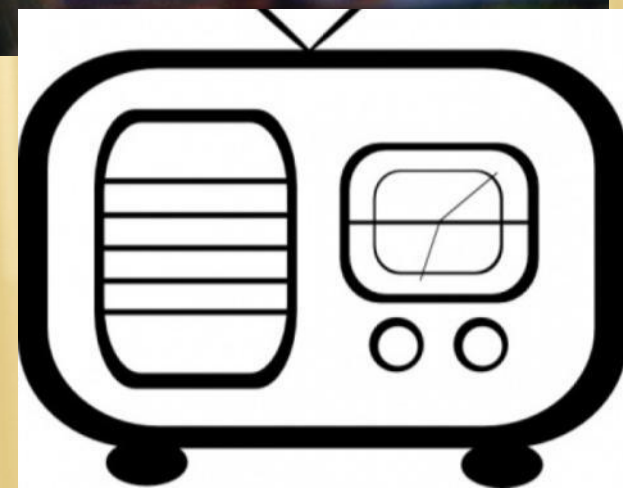
РАТ

КВЗНИ

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



Средства Массовой Информации



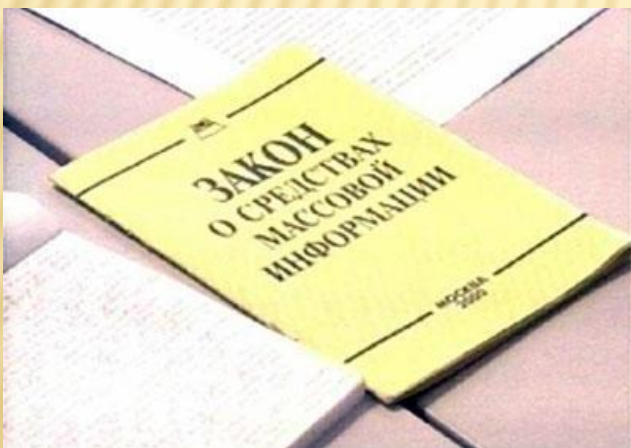
СМИ- ЧЕТВЁРТАЯ ВЛАСТЬ.

- 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.

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.**



- **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**

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 военной, церковной или иных структурах.**



**СМИ МОГУТ СПОСОБСТВОВАТЬ
РАЗВИТИЮ ДЕМОКРАТИИ,
СОЗНАТЕЛЬНОМУ
УЧАСТИЮ ГРАЖДАН В
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ , НО
МОГУТ БЫТЬ
ИСПОЛЬЗОВАНЫ И ДЛЯ
ПОЛИТИЧЕСКОГО
МАНИПУЛИРОВАНИЯ.**



СРЕДСТВО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

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



ВЫСТУПЛЕНИЕ ПРЕЗИДЕНТА США О СИТУАЦИИ С МАЛАЗИЙСКИМ БОИНГОМ

□ Событие произошло 17 июля 2014 г.



**МЕТОДОВ МАНИПУЛЯЦИИ СОЗНАНИЕМ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ, ДОВОЛЬНО МНОГО, НО ЧАЩЕ
ВСЕГО ВЫДЕЛЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ:**

- **Использование внушения.**
- **Искусственное затемнение «картинки реальности» в СМИ, подача противоречивой, недостоверной и заведомо предвзятой информации.**
- **Перенос частного факта в сферу общего, в систему.**
- **Использование слухов, домыслов, толкований в неясной политической или социальной ситуации.**
- **Метод под названием «нужны трупы».**

Гebbельс



- **Метод «страшилок».**
- **Замалчивание одних фактов и выпячивание других.**
- **Метод фрагментации.**
- **Многократные повторы или «метод Геббельса».**
- **Метод абсолютной лжи. Чем чудовищнее ложь, тем легче в неё верят (Геббельс).**
- **Создание лжесобытий, мистификация.**
- **Подмена фактов красивыми лозунгами. Например, «Свобода, Равенство, Братство».**
- **Метод диссонанса: продвижение альтернативных фактов, ценностей и представлений, разрушающих механизмы трансляции исторической памяти, общие символы и ценности целевой группы**

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.

- Политическая реклама, подобно рекламе товаров, способна влиять на избирателей, подверженных внушению.
- Внушение - это процесс эмоционально окрашенного воздействия на людей с помощью слов, жестов, музыки и других средств.

Политический маркетинг



Ты то, что ты смотришь

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

1. Изучить данную тему
2. Выполнить задания со слайдов:
 - 23 – ответить на вопрос
 - 24 – заполните таблицу

Ответы на вопросы (ваше личное мнение)

прислать на электронный адрес: larisothka.409@mail.ru или
в ВКонтакте

Ю. ЛЕВИТАН О КАПТУЛЯЦИИ НАЦИСТСКОЙ ГЕРМАНИИ



- Задание.
- Какое значение имело это выступление для граждан страны? (К роли СМИ)

РОЛЬ СМИ В ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ



СМИ приносят пользу человеку и обществу

СМИ наносят вред человеку и обществу