

Влияние СМИ на формирование общественного мнения и их роль в ходе избирательной компании

Автор проекта:

Руководитель проекта:



ВВЕДЕНИЕ



Актуальность- заключается в том, что формирование массового общественного сознания и направленное влияние на отдельные группы населения являются политическими функциями СМИ. Именно изучению Влияния СМИ на формирование общественного мнения и их роли в ходе избирательной компании посвящен мой проект. Проект поднимает **проблему** влияния СМИ на формирование общественного мнения и их роли в ходе избирательной компании

На основе актуальности проблемы мной определена **тема проекта:** «Влияние СМИ на формирование общественного мнения и их роль в ходе избирательной компании»

Цель проекта – провести исследование и изучить информацию о влиянии СМИ на формирование общественного мнения и их роли в ходе избирательной компании.

задачи:

- 1)Изучить роль СМИ в ходе избирательной компании
- 2)Выявить особенности влияния
- 3)Создать презентацию по теме проекта

Основные этапы исследования:

- 1)сбор и анализ информации из печатных и Интернет источников;
- 2)практическая работа по созданию презентации;
- 3)составление вывода исследовательской работы;

Методы исследования:

- 1)изучение информации из различных источников
- 2)анализ информации;

Тип проекта: информационный

Гипотеза: СМИ оказывает большое влияние на формирование общественного мнения.

Практическая значимость исследовательской работы заключается в том, что материал проекта можно использовать на классных часах для повышения кругозора учеников в сфере влияния СМИ.

1. Виды СМИ

3

1.1. Печатные СМИ

- это средства массовой информации, которые изготовлены с помощью печатного станка и несут информацию в виде напечатанного буквенного текста, фотографий, рисунков, плакатов, схем, графиков и других изобразительно-графических форм.

1.2. Телевидение

- это комплекс устройств для передачи изображения и звука на телевизионный экран, а также средство связи для космических и военных исследований.

1.3. Радиовещание

- разновидность беспроводной связи, при которой в качестве носителя сигнала используются радиоволны, свободно распространяемые в пространстве.

1.4. Интернет

- всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Часто упоминается как Всемирная сеть и Глобальная сеть, а также просто Сеть. Построена на базе стека протоколов TCP/IP. На основе Интернета работает Всемирная паутина и множество других систем передачи данных.



2. Функции СМИ

4

Информационная:

сущность заключается в извещении целевой аудитории в вопросах и событиях разного типа. Информационная функция СМИ обеспечивает передачу сведений о внутренней и внешней политике, происходящих событиях в жизни общества, спортивных новостях.

Культурологическая:

выполняет не только свою основную познавательную задачу – ознакомление с достижениями культуры и искусства, она способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций.

Познавательно-обучающая:

используется для пополнения багажа знаний целевой аудитории. Она проявляется в передаче, трансляции гражданам знаний, относящихся к различным областям науки - от социально-гуманитарных до естественнонаучных дисциплин.

Функция критики:

эту функцию в политической системе осуществляют не только масс-медиа, но и оппозиция, а также специализированные институты прокурорского, судебного и иного контроля.



3. МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ СМИ НА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ

Общественное сознание – это отражение материального отношения людей друг к другу и к природе в процессе отношения людей к действительности.¹¹ СМИ через воздействие на общество в целом воздействуют на каждого человека в отдельности, формируя определенные одинаковые эмоции и действия. Таким образом, благодаря СМИ формируется общественное мнение – состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям действительности. Общественное мнение во многом определяет общественную жизнь и направляет деятельность некоторых социальных институтов, в том числе и деятельность СМИ.

В практике СМИ сегодня широко используются методы подсознательного воздействия, когда отношение общества к тем или иным явлениям окружающего мира формируется с помощью стереотипных представлений, которые внедряются в поток новостей, автоматически вызывая в массовом сознании либо отрицательную, либо положительную реакцию на конкретное событие

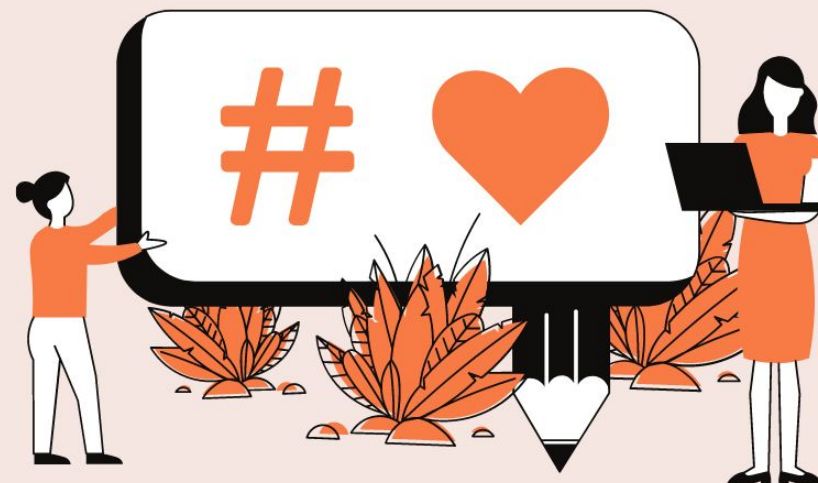


4. ДОВЕРИЕ СМИ СО СТОРОНЫ ОБЩЕСТВА

Опросы показывают, что в обществе наблюдаются прямо противоположные оценки и суждения по поводу деятельности средств массовой информации. С одной стороны, публично декларируемая приверженность СМИ принципам свободы слова и зачастую весьма сдержанное отношение журналистов к политической власти привлекают к СМИ симпатии части населения. С другой стороны, необходимость выживания в рыночных условиях вынуждает масс-медиа руководствоваться порой в большей степени не этическими принципами и общественными интересами, а соображениями прибыли.

Довольно показателен в этом смысле опрос, проведенный Фондом "Общественное мнение" в декабре 1997 г. Респондентам, задавался вопрос: "Сегодня высказываются различные мнения о российских журналистах. Перед Вами некоторые из таких высказываний. С какими из них Вы согласны?" Наибольшее число голосов набрали такие высказывания: "Российские журналисты – это...

- выразители общественных интересов" (37%);
- наблюдатели жизни, информаторы общества" (33%);
- ловцы сенсаций и "жареных" фактов" (28%);
- прислужники властей, богатых и влиятельных людей" (15%);
- манипуляторы общественным мнением" (14%);
- воспитатели, наставники, просветители" (11%);
- стражи демократии, поборники справедливости" (11%).



5. Сущность избирательного процесса и место в нём СМИ

Избирательный процесс – это регламентированная действующим законодательством (в том числе и в первую очередь Избирательным кодексом) деятельность граждан в статусе избирателей, избирательных комиссий, органов государственной власти и местного самоуправления, общественных объединений и других субъектов избирательных правоотношений по подготовке и проведению голосования на выборах.

Цель избирательного процесса - обеспечить законный ход выборов и объективные результаты голосования, гарантировать надлежащую реализацию гражданами конституционных прав на осуществление власти, сформировать легитимные органы власти в строго установленной законом форме и предписанными законом средствами, и способами.

Анализ законодательства о выборах и избирательной практики позволяет выделить следующие требования, предъявляемые к выборному производству (или принципы избирательного процесса):

- 1) законность;
- 2) осуществление избирательного производства только уполномоченными органами (субъектами избирательного права);
- 3) равенство прав участников избирательного процесса;
- 4) гласность проведения избирательной кампании;
- 5) непрерывность осуществления избирательных мероприятий;
- 6) строгое соблюдение демократических избирательных процедур, обеспечивающих свободу голосования;
- 7) документальный характер определения результатов голосования и итогов выборов;
- 8) обеспечение легитимности выборов.

ПО СОДЕРЖАНИЮ ФОРМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМИ МОЖНО ПОДРАЗДЕЛИТЬ НА СЛЕДУЮЩИЕ ГРУППЫ:

информирование;

предоставление (платное или бесплатное) печатных площадей и эфира для агитации. В свою очередь, информирование реализуется в формах опубликования и оповещения.

Опубликование и оповещение имеют черты, как сходства, так и различия. Общим является то, что законодательство, как правило, устанавливает определенные сроки.

представителями СМИ права:

присутствовать на заседаниях избирательных комиссий и при осуществлен работы с избирательными документами (пункт первый статьи 26);

присутствовать в день голосования на избирательных

участках
присутствовать в иных избирательных

комиссиях
знакомиться с протоколом участковой избирательной комиссии об итогах гс

получать от избирательных комиссий, проводивших регистрацию кандидатов, общие данные о результатах выборов по избирательному округу в течение суток после их определения

итд



ЗАКЛЮЧЕНИ Е

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что СМИ непосредственно влияют как на общественное сознание, так и на процесс голосования.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

<https://school-science.ru/3/8/33422>

<https://infourok.ru/proekt-po-teme-vliyanie-sredstv-massovoj-informacii-na-formirovanie-obshchestvennogo-mneniya-4378324.html>

<https://science-start.ru/ru/article/view?id=679>

<https://centreinsteinstein.ru/top/publicacii/npk/p236/>

<https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fmgk.o>

limpiada.ru%2Fmedia%2Fwork%2F18171%2F%25D0%25A1%25D0%259C%25D0%2598.%25D0%259F%25D0%25BE%25D0%25BB%25D0%25BD%25D1%258B%25D0%25B9_%25D1%2582%25D0%25B5%25D0%25BA%25D1%2581%25D1%2582.docx&wdOrigin=BROWSELINK

