



*Влияние СМИ на сознание  
молодёжи*

*Выполнила ученица 10 класса Силаева Татьяна  
Проверила Кайнова Светлана Анатольевна*

# **Содержание**



*Введение*

*Влияние СМИ*



*положительное*

*отрицательное*

*заключение*

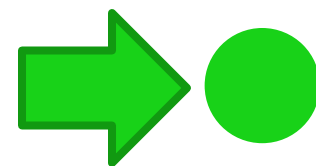
# Введение

На сегодняшний день скорость обмена, производства, передачи и получения информации растёт в геометрической прогрессии вместе с развитием информационных технологий.

Наряду с этим появилась проблема перегрузки информацией: об общественных м...  
определенным о...  
подсознание чел...



Выбранная тема актуальна, потому что сегодня практически отсутствует контроль над рынком СМИ. Информация, производимая на нём, беспрепятственно поступает всем категориям потребителей. Эта информация часто оказывается недоброкачественной, ложной, антисоциальной или просто «пустой», неинформативной. Это негативно сказывается на уровне культуры и морально-нравственного воспитания массовой аудитории, и в особенности подрастающего поколения.



# Влияние СМИ

*СМИ сегодня – это мощный фактор воздействия на психологическое, социальное состояние людей, степень же влияние на молодежь – аудиторию с неокрепшим самосознанием, неустоявшимся мировоззрением – наиболее велика.*

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



# Существуют два влияния СМИ на формирование сознания подростка

отрицательное

положительное

# Положительное влияние СМИ

- Окружающая нас реальность постоянно и кропотливо систематизируется мозгом: новые знания и навыки, новая информация и новые события каждый день включаются либо в уже созданные ранее структуры, либо образуют новые. Нам постоянно приходится собирать и обрабатывать поступающую информацию. Сначала это деление примитивно — на приятное и неприятное, но по мере «роста» информация принимает самые различные значения. Зачастую человек, получивший ту или информацию в большом масштабе по какому-либо конкретному объекту, не способен сам определить значение этой информации. Тогда на помощь и приходят СМИ. СМИ освещают различные актуальные общественные проблемы и тем самым влияют на мнения и поведение людей как в обществе, так и индивидуально.



К техническому  
инструментарии СМИ  
относятся :

Пресса

телевидение

радио

Интернет

реклама



# Телевидение

- телевидение обеспечивает возможность наглядно-образного восприятия, а значит и более сильного эмоционального влияния на индивида. Как результат, телевидение стало самым мощным средством коммуникации по охвату населения и возможностям воздействовать на сознание людей. По подсчетам некоторых специалистов, в одной среднестатистической семье телевизор работает до 7 часов в сутки. (Майрес Д. Социальная психология. СПб., 1997.) Проблема влияния ТВ на сознание и поведение зрителей и последствий от его влияния занимает одно из важнейших мест в современной социальной психологии и социологии.



# ПРЕССА

печатные издания легко иметь «при себе» и обращаться к «извлечению» информации в удобное время, не мешая окружающим, и в обстоятельствах, не позволяющих или мешающих слушать радио или смотреть телепередачи. При этом чтение текста и восприятие изобразительного печатного материала проходит в соответствии с желанием избирательно, в том порядке, темпе и ритме, которые устанавливает сам читатель. Он может обращаться к одному и тому же произведению несколько раз, хранить нужное, подчеркивать, делать пометки на полях. Все это определяет множество положительных сторон при контакте с печатными изданиями, что делает их на настоящий период незаменимыми и важными носителями массовой информации.



# РАДИО

- Наиболее характерной его чертой является то, что носителем информации в данном случае оказывается только звук. Радиосвязь позволяет мгновенно передавать информацию на неограниченные расстояния, причем получение сигнала происходит в момент передачи. Отсюда возможность такой оперативности радиовещания, когда сообщение поступает практически в момент свершения события, чего невозможно в принципе добиться в прессе. Кроме того, радио очень популярно среди автолюбителей, поскольку нет возможности обращаться к печатным изданиям и телевидению.



# ИНТЕРНЕТ

- **Интернет имеет такие уникальные характеристики:**
- \* глобальность - предоставляет немедленный доступ к информации со всего мира;
- \* децентрализованность - отсутствие контроля, который существует в других электронных СМИ (телевидение и радиовещание), несвязанность географическим расположением дает возможность обнародовать информацию вне контроля правительств, монополий или олигополий;
- \* открытость - имеет низкие барьеры к доступу, низкую стоимость создания и распространения информации;
- \* безграничность - имеет неограниченную возможность держать информацию;
- \* интерактивность - позволяет общение одного человека с другим, одного человека со многими людьми, а также множества людей с одним человеком;
- \* инфраструктурная независимость - не связана ни с одной инфраструктурой, кроме телефонной системы;
- \* подконтрольность пользователю - пользователь может контролировать, какая информация достигает его компьютера и какая информация выходит из его компьютера.



## РЕКЛАМА

- **Реклама** - это уже неотъемлемая часть нашей жизни. Общественная потребность в рекламе появляется там, где потребитель имеет выбор, свободен делать его. Реклама развивается тем интенсивнее, чем шире становится выбор товаров и услуг. Сейчас ее можно увидеть и услышать повсюду: по телевидению, радио, в печати, а так же через наружные средства массовой коммуникации.
- Реклама достигнет цели лишь в том случае, если при её создании будут учитываться особенности человеческой психики.

Здесь

может

быть ВАША


реклама



## ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ СМИ

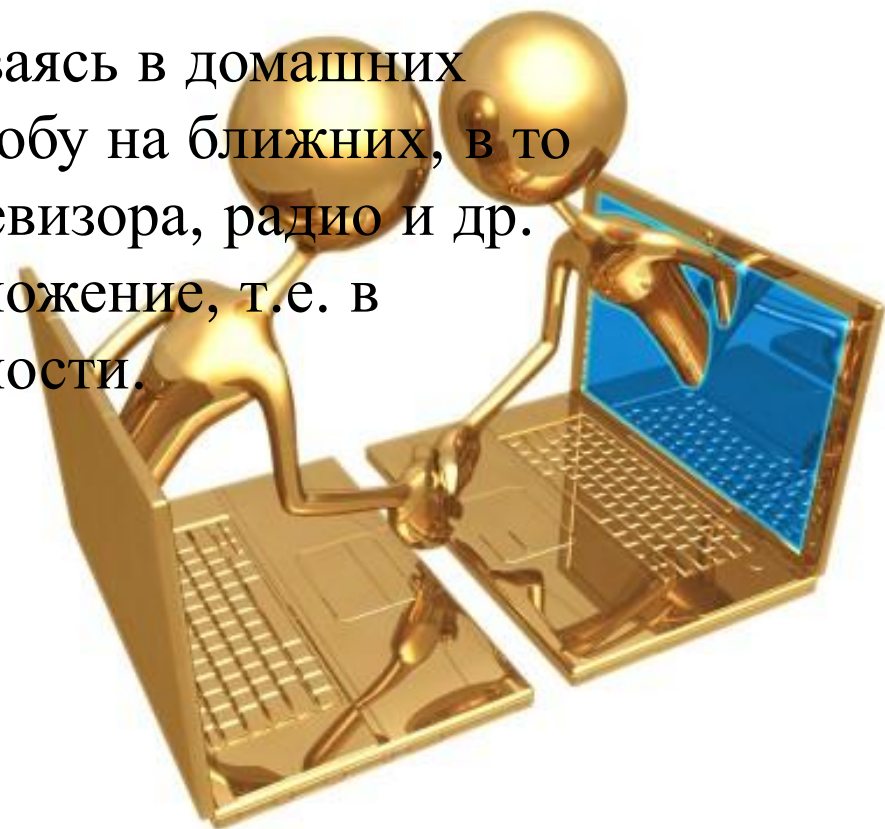
- Задача СМИ в процессе убеждения - создать прочное, устойчивое отношение к данному явлению. Благодаря своей биологической природе, человек подвержен внушению, подражательности и заразительности. Сама по себе деятельность СМИ, ставшая задачей внушить что-либо обществу, является негуманной, поскольку люди не могут контролировать направленное на них воздействие и, соответственно, оказываются бессильными перед подобными внушениями.



A film reel and a film strip are shown in a light blue, monochromatic setting. The film reel is in the upper left, and a film strip extends from it across the bottom right. The text is overlaid on the image.

□ Одним из отрицательных воздействий является — пропаганда. Пропаганда за многие годы отработала большое количество приемов для манипулирования общественным сознанием, которые действительно эффективны и позволяют влиять на массу определенным образом. Одним из отрицательных воздействий на сознание молодежи является метод дезинформации. Смысл в том, что в определенный момент СМИ “подается” информация, зачастую являющаяся откровенной ложью.

- . Молодые люди отдают много сил учебе, работе поэтому, придя домой, он, несомненно, стремится расслабиться и отдохнуть. Следует упомянуть, в каком психическом состоянии человек усаживается перед телевизором, компьютер или за газету или журнал
- . Возбужденный человек, оказываясь в домашних условиях, выплескивает свою злобу на ближних, в то время как под воздействием телевизора, радио и др. факторов, резко приходит в торможение, т.е. в состояние повышенной внушаемости.

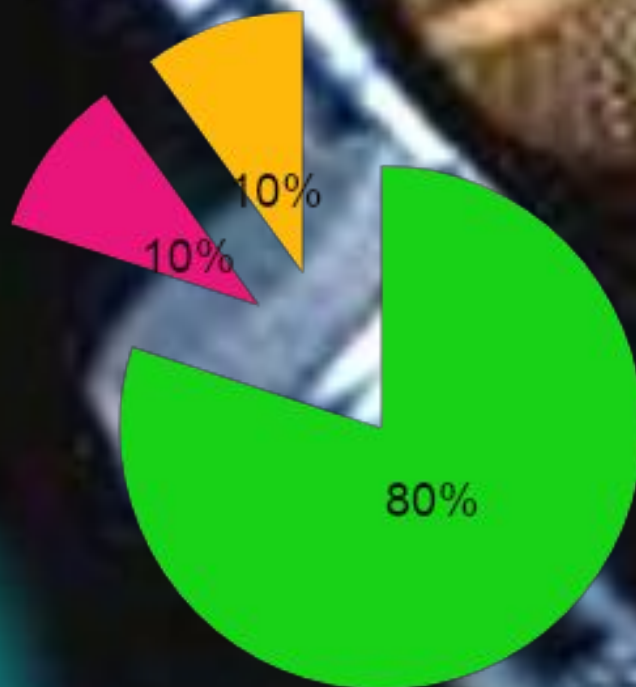




Среди учеников нашей школы был произведен опрос, выяснилось:

Каждый день СМИ пользуются 80% класса

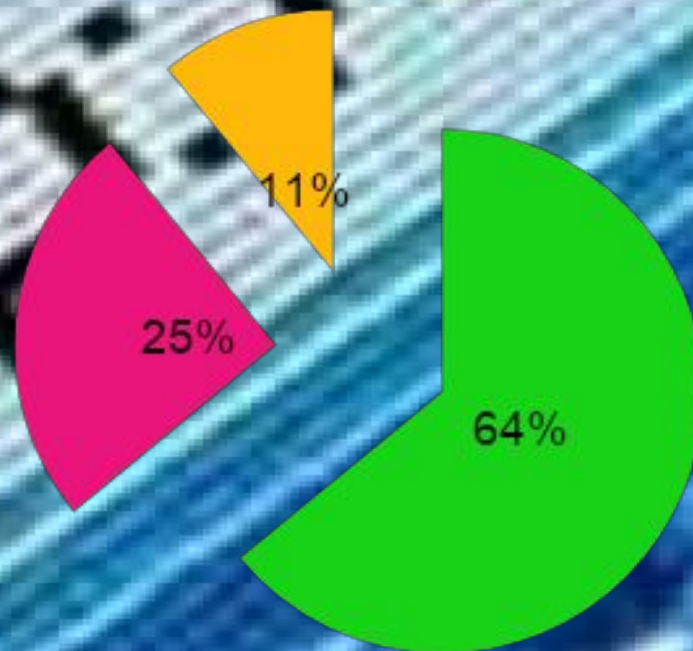
■ каждый день ■ иногда ■ никогда ■ раз в неделю



# Большинство из которых предпочитают РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

Столбец1

■ новости ■ мистика ■ "ТНТ" и муз. Программы

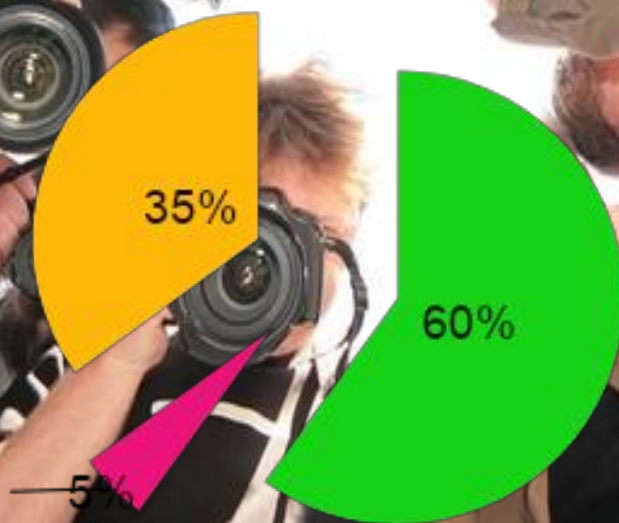




35% КЛАССА НЕ ЗНАЮТ ЗНАЧЕНИЯ СМИ В ОБЩЕСТВЕ

### Нужны ли СМИ? Зачем?

- Да, они нас информируют о событиях
- да, она нас развлекают
- не знают, для чего нужны СМИ



# Заключение

Исследования показали, что средства массовой информации занимают особое место в жизни отдельных людей и общества в целом. Телевидение, радио, печать, интернет и реклама стали основными источниками информации, формирующими внутреннюю картину человека. Если всего столетие назад внутренний мир людей формировался на основе их личного опыта, профессиональной деятельности, путешествий, то сегодня совсем не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми.



# Список использованной литературы:

---

<http://otherreferats.allbest.ru/>

**Спасибо за внимание**