

# Засоби масової інформації

# Засоби масової інформації

Засоби масової інформації — це інститути та форми публічного і відкритого поширення інформації для широкого кола користувачів, що здійснюється за допомогою технічних засобів.



# Види ЗМІ

## Друковані



## Електронні



# Функції ЗМІ

- **Комунікативна** — функція спілкування, налагодження контакту;
- **Організаторська**— у ній найбільш наочно проявляється роль журналістики як «четвертої влади» в суспільстві;
- **Ідеологічна** пов'язана з прагненням здійснювати глибокий вплив на світоглядні основи та ціннісні орієнтації аудиторії, на самосвідомість людей, їх ідеали та прагнення, включаючи мотивацію поведінкових актів;
- **Культурно-освітня** полягає в тому, щоб, будучи одним з інститутів культури суспільства й беручи участь у пропаганді та поширенні в житті суспільства високих культурних цінностей, виховувати людей на зразках загальносвітової культури, тим самим сприяючи всебічному розвитку людини ;
- **Рекламно-довідкова** пов'язана із задоволенням утилітарних запитів у зв'язку зі світом захоплень різних верств аудиторії (сад, город, туризм, колекціонування, шахи);
- **Рекреативна** (розваги, зняття напруги, отримання задоволення).

# Соціальні ролі ЗМІ:

- Виробничо-економічну
- Регулювальну
- Духовно-ідеологічну
- Інформаційно-комунікативну

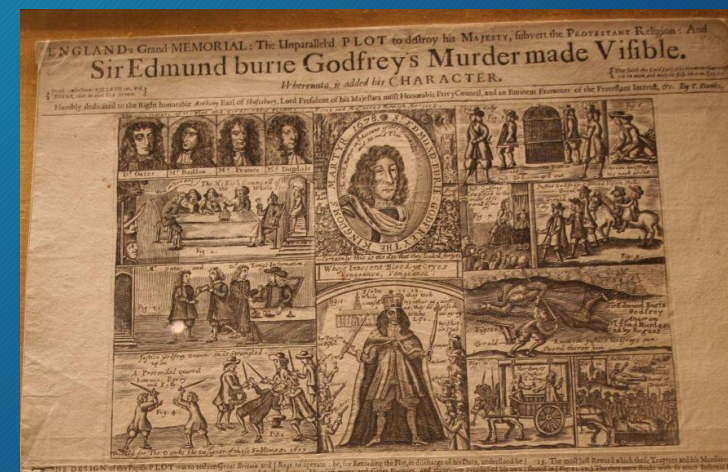
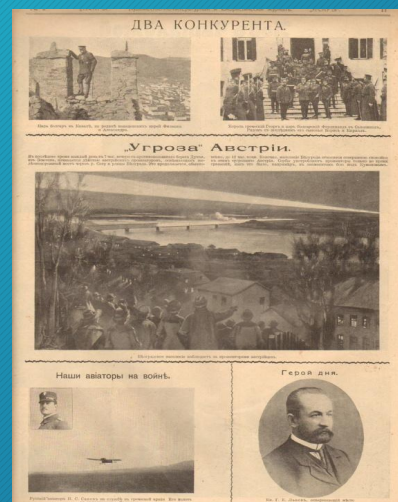
У 16 столітті в Італії за прочитання щоденного публічного листка з інформацією платили одну дрібну монету - газету. Згодом назва монети перейшла до самого листку.



# Поява преси

Історія реклами в пресі починається в далекому минулому. Однак дійсне народження преси відбулося набагато пізніше, лише в п'ятнадцятому столітті. Саме в цей час в результаті бурхливого розвитку торгівлі в європейських країнах почав формуватися стійкий попит на інформацію.

Розвитку преси того періоду сприяла як готовність людей до споживання інформації, пов'язана з підвищився, рівнем грамотності населення, так і економічна вигідність видання періодики.



# У газетному або журнальному оголошенні можна:

- рекламувати не один товар або послугу, а довгий їх перелік;
- приводити значну кількість доказів і аргументів на користь рекламованого продукту;
- докладно описувати продукт, навіть складний за своєю природою і функціями, представляючи його в подробицях;
- коментувати зображення продукту, а також схему його конструкції або проїзду до нього;
- застосовувати мало і навіть зовсім незнайомі читачу слова
- підкріплювати пропозицію цифрами в майже необмеженій кількості;
- перераховувати поштові та інтернет-адреси, іншу додаткову інформацію

## ТОП-30 ГРУПП СМІ І ЇХ ЧИТАТЕЛІ



# Політичне маніпулювання

Під поняттям «політичне маніпулювання» розуміють приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людей з метою примусити їх до дії (бездіяльності) всупереч власним інтересам.

Маніпулювання здійснюється непомітно для тих, ким управляють; воно не тягне за собою безпосередніх жертв і крові, не потребує величезних матеріальних затрат. Політичне маніпулювання переважно ґрунтується на систематичному впровадженні у масову свідомість соціальнополітичних міфів.



# Способи політичного маніпулювання:

- пряма підтасовка фактів;
- замовчування невігідної інформації,
- розповсюдження брехні та наклепів;
- напівправа (висвітлення конкретних, незначущих деталей при одночасному замовчуванні більш важливих фактів або загальна неправдива інтерпретація подій);
- навішування ярликів для компрометації політиків чи політичних і тощо.



# 25 кадр

Технологія 25 кадру ще називається "сублімінальна реклама" від англійського слова "subliminal", що означає "діючий на підсвідомість". Принцип дії цієї технології, теоретично надає впливом на свідомість і підсвідомість людини, заснований на допущенні, що зір людини не може розрізняти більше, ніж 24 кадри на хвилину. Таким чином, якщо вставити в відеоряд більше, ніж 24 кадри, то наднормативна інформація відіб'ється в підсвідомості через проходження фільтра "свідомість". Нібито таким чином, можна програмувати поведінку людини непомітно від нього самого.



# Реакція ЗМІ

Цей експеримент породив безліч міфів у засобах масової інформації і викликав хвилю обурень у суспільстві. У 1957р Норман Казініс в *Saturday Review* опублікував статтю «заплямувати підсвідомість», в якій прийшов до висновку, що 25-й кадр можна використовувати не тільки в рекламі поп-корну, а й в пропаганді



# В Україні

Законом України «Про телебачення і радіомовлення» забороняється «використання в програмах і передачах на телебаченні і радіо прихованих вставок, діючих на підсвідомість людини та/або чинять шкідливий вплив на стан їх здоров'я».



КОНСТИТУЦІЯ  
УКРАЇНИ



# Цензура

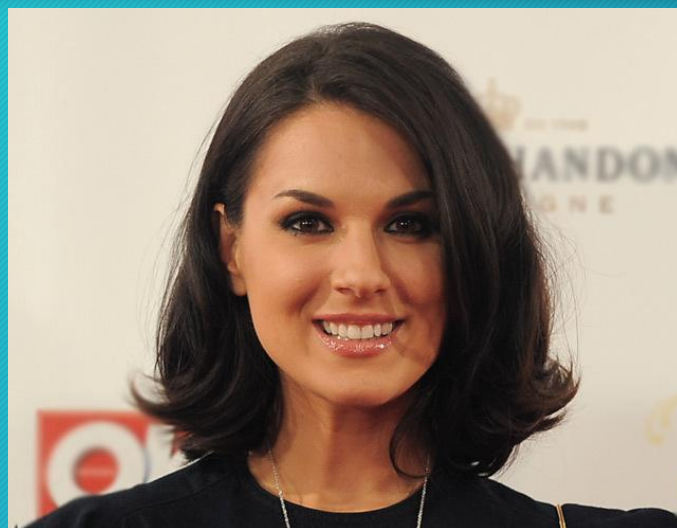
- **Цензура** – це контроль офіційної влади за змістом, випуском та поширенням друкованої продукції, змістом і виконанням (показом) сценічних постановок, радіо- й телевізійних передач, а інколи й приватного листування (перлюстрація) з метою недопущення або обмеження поширення ідей та відомостей, які ця влада визнає за небажані чи шкідливі.
- Пруського короля Фрідріха II називають автором слів “якщо хочеш зробити газету цікавою, їй не можна наказувати.” Однак саме при ньому в редакціях з’явилися цензори.



# Найяскравіші журналістки українського телебачення



Катерина  
Осадча



Марія  
Єфросиніна



Сніжана  
Єгорова