



РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Обществознание. 11 класс.

«Свободы совести, образования, слова, собраний, составляют основу демократии, и все они были бы аннулированы, если когда-нибудь была бы успешно уничтожена свобода прессы».

Ф . Д . Рузвельт

СМИ в политической системе общества



Что такое СМИ?



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

Виды СМИ:



- периодические печатные издания (пресса - газеты , журналы),
- средства передачи звуковой (радио) информации,
- средства передачи аудиовизуальной (телевидение) информации,
- электронные СМИ – сеть Интернет.

Что такое СМИ?

В политологии средства массовой информации 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.

Что такое информация?

Информация - это передаваемые сообщения, сведения о чем-либо.

В политике особое значение имеет **социальная или массовая информация** - знания, сообщения о социальной жизни, которыми люди обмениваются между собой и которые касаются их общественных интересов и деятельности.

Особенности массовой информации

Массовый масштаб сбора, обработки и распространения информации.

Предназначена для неограниченного круга потребителей и пользователей информации.

Однонаправленный характер потока информации: от СМИ к потребителю.

Предназначена для численно большой, территориально рассредоточенной, непостоянной аудитории.

Регулярность распространения информации.

Содержание информации открыто для всех.

Функции СМИ в политике

Основная функция - информационная - состоит в сообщении о наиболее значительных событиях.

Специфические функции включают:

выбор информации,

комментирование информации,

оценка информации.

Функции СМИ в политике

Политическая социализация – это приобщение людей к политическим ценностям, нормам, образцам поведения.

Критика и контроль власти - позволяет гражданам анализировать и оценивать деятельность органов власти.

Представление различных общественных интересов, мнений, взглядов на политику.

Формирование общественного мнения.

Мобилизационная - побуждение людей к определенным политическим действиям.

СМИ как социальный институт обладает:

1. Организационной структурой	<p>Функционирование СМИ обеспечивается работой многих тысяч журналистов, редакторов, инженеров и техников. Они объединены в специализированных организациях и учреждениях, располагающих необходимыми сооружениями и специальной техникой.</p>
2. Нормативной определённостью	<p>Деятельность СМИ регулируется соответствующими социальными нормами В нашей стране они сформулированы в Конституции РФ и в Законе РФ «О средствах массовой информации».</p>
3. Общественной значимостью	<p>СМИ - инструмент управления поведением людей и контроля над действиями власти.</p>

СМИ – политический институт

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.

Характер информации, распространяемый в СМИ



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

Характер информации, распространяемый в СМИ

- Информация, передаваемая по каналам СМИ, характеризуется большим разнообразием. Ее содержание отражает все аспекты политики: экономический и социальный, военный и научно-технический, национальный и молодежный.
- Сообщения СМИ могут представлять информацию местную (региона, города), общегосударственную (федерального уровня), международную.
- Политическая информация охватывает не только текущие события, но и прошлое. Освещая прошлое и настоящее, СМИ дают также информацию о прогнозах развития актуальных процессов в будущем, привлекая для этого политиков и ученых-политологов.

Общие принципы отбора тем публикаций и передач в СМИ

- 1 Приоритетность, привлекательность темы для граждан - терроризм, криминал, катастрофы.
- 2 Сенсационные сведения, факты, выходящие за рамки повседневности - экстремальные происшествия, часто негативного характера.
- 3 Сообщения о каких-либо новых, ранее неизвестных явлениях, организациях, решениях, заявлениях.
- 4 Данные об успехах политиков и партий на выборах, о высоких или очень низких позициях в рейтингах, отражающих степень их популярности.
- 5 Информация, исходящая от лиц, имеющих высокий общественный статус: глав государств и правительств, лиц, занимающих высшие посты в военной, церковной или иных структурах .

«Разделение труда» в СМИ



Радио

- Что случилось?



Телевидение

- Как случилось?



Пресса

- Почему случилось?

Электронные СМИ (ТВ) - наиболее эффективное средство воздействия на политическое сознание и поведение людей.

Плюсы

- Возможность «приходить в каждый дом».
- Создают эффект присутствия.
- Легкость восприятия информации.

Минусы

- Непрерывно обновляющийся поток информационных сообщений.
- Причинно-следственные связи между событиями не просматриваются.
- Сложно воссоздать целостную картину событий.

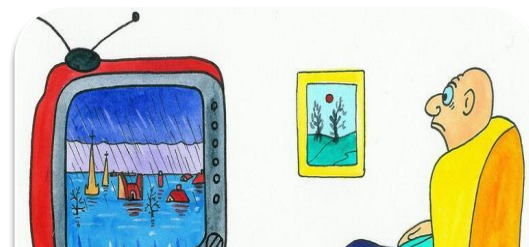
Роль печатных СМИ в жизни человека

При огромных возможностях радио и телевидения печатные средства массовой информации не утратили своего значения.

В материалах газет и журналов наиболее полно и последовательно раскрываются актуальные проблемы политики.

Обращение к этим статьям и другим публикациям позволяет продвинуться от поверхностного представления о событиях к их более глубокому пониманию.

Что такое политическое манипулирование?



Практический опыт свидетельствует о том, что СМИ могут способствовать развитию демократии, сознательному участию граждан в политической жизни, но могут быть использованы и для политического манипулирования.

Политическое манипулирование – это процесс воздействия на общественное мнение и политическое поведение, скрытое управление политическим сознанием и поступками людей, для того чтобы направить их в нужную властным или определенным общественным силам сторону.

Цель манипулирования

- Внедрить нужные установки, стереотипы, цели, чтобы в результате подвигнуть массы вопреки их собственным интересам на согласие с непопулярными мерами, возбудить чем-то их недовольство и т.п.
- Политическое влияние СМИ осуществляется путем воздействия и на разум, и на чувства человека.
- Наряду с правдивой информацией в пропаганде нередко подается полуправда, а также в зависимости от характера политической организации, ведущей пропаганду, используются и фальсификации – подтасовка фактов, дезинформация.

Роль Интернета как СМИ

Исследователи социальных последствий развития новых информационных технологий, в частности Интернета, приходят к выводу, что информационная революция ведет к:

- расширению диапазона доступных гражданам мнений;
- ослаблению информационной зависимости от традиционных СМИ и их манипулятивной роли.

Роль Интернета как СМИ

Интернет существенно меняет условия развития политической жизни.

В отличие от традиционных СМИ в сети Интернет информация общедоступна и неподцензурна.

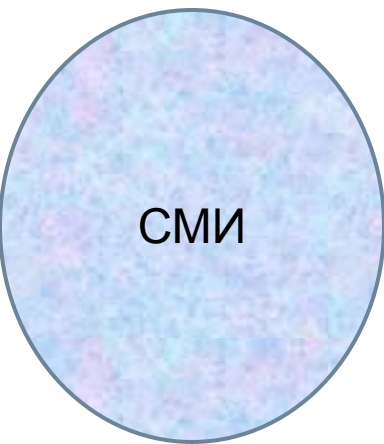
Интернет демократизирует мир, но явно не по классической модели общественности.

Интернет расщепляет общество на множество группировок по интересам.

Граждане и группы используют Интернет для организации своих акций.

Интернет выступает как гигантский склад информации проверенной, не очень точной, преднамеренно ложной и клеветнической.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ.



ИЗБИРАТЕЛ
Ь



БЕЗ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

НЕВОЗМОЖНЫ НИ ОДНИ ВЫБОРЫ.

1. ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ-
ДЕБАТЫ, ВЫСТУПЛЕНИЯ
КАНДИДАТОВ, И Т.Д.

2. МЕТОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ
РЕКЛАМЫ.

ПОЛИТИКИ- ТОВАР НА ПОЛИТ.
РЫНКЕ.- **ПОЛИТИЧЕСКИЙ
МАРКЕТИНГ.**

3. РЕКЛАМА ИСПОЛЬЗУЕТ МЕТОДЫ
ВНУШЕННЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ

РЕКЛАМА- КРАТКАЯ В ФОРМЕ
КЛИПОВ- ЧЕТЫРЕ ВИДА:

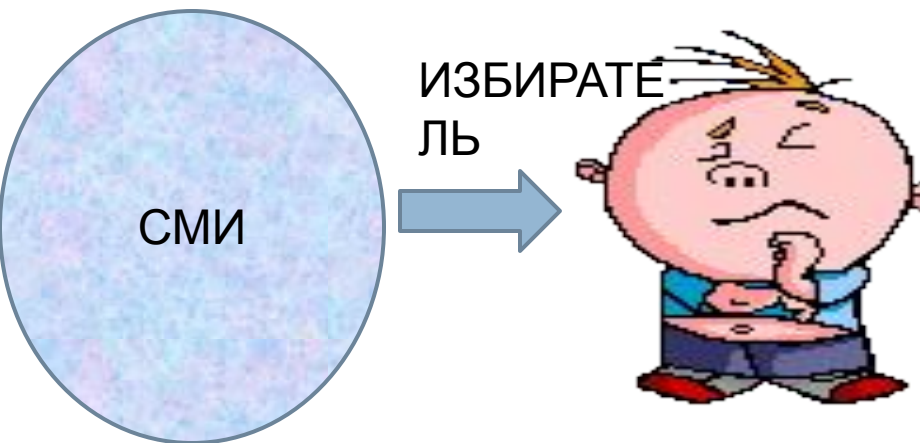
1. ЗАПОМИНАНИЕ КАНДИДАТА.

2. ПРОГРАММА КАНДИДАТА В ВИДЕ
ОДНОЙ ИДЕИ.

3. НЕГАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ.

4. УДАРНЫЙ КЛИП.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ.



ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
ПРИШЕЛ ИЗ США.

1. МАНИПУЛЯЦИЯ ОПРОСАМИ
ОБЩЕСТВ. МНЕНИЯ.
2. СМИ- НАХОДЯЩИЕСЯ ПОД
КОНТРОЛЕМ ПОЛИТ. СИЛ-
ПРИНИМАЮТ РОЛЬ ПОЛИТ.
ПАРТИЙ.