

Средства массовой информации в политической системе

ИНФОРМАЦИЯ

**ПЕРЕДАВАЕМОЕ
СООБЩЕНИЕ,
СВЕДЕНИЕ О ЧЕМ-ЛИБО.**

Понятие о средствах массовой информации

*средства создания,
тиражирования, и
распространения
информационных сообщений в
массовой аудитории.*

Понятие о средствах массовой информации

**организационно-
технические комплексы
быстрой передачи и
массового тиражирования
информации**

Понятие о средствах массовой информации

**Вся совокупность каналов
распространения
информации, адресованной
неограниченному кругу лиц,
с целью их оперативного
информирования о
событиях в мире, регионе.**

Функции СМИ:

а) *информационная* (отбор и комментирование социальной информации);

б) *экспертная* (оценка и анализ политических событий и явлений);

в) *политической социализации* (приобщение людей к политическим ценностям и действиям);

г) *представительство общественных интересов, мнений, позиций*;

д) *мобилизационная* (побуждение и организация определенных политических действий).

Отличительные черты СМИ:

- публичность;
- наличие специальной аппаратуры для передачи информации;
- непостоянный характер аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.

Согласно ст. 2 Закона РФ «О средствах массовой информации» СМИ — это совокупность таких субъектов массовой коммуникации, как:

- периодическое печатное издание: газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;
- радио-, теле-, видеопрограмма и др.

Основные виды СМИ:

- а) печатные (газеты, журналы);**
- б) аудиовизуальные (радио и телевидение);**
- в) электронные (сетевые ресурсы).**

Категории информации:

а) локальная;

б) национальная;

в) международная.

Общие принципы деятельности СМИ:

- а) приоритетность, привлекательность темы;**
- б) сенсационность, экстремальность, неординарность темы;**
- в) сведения о ранее неизвестных событиях и явлениях;**
- г) официальная информация.**

Политическая реклама и политическое манипулирование.

Политическое манипулирование –
процесс воздействия на общественное
мнение и политическое поведение,
скрытое управление политическим
сознанием и поступками людей, с целью
направить в нужную властным или
общественным силам сторону.

Политическая реклама и политическое манипулирование.

Цель политического манипулирования –

***внедрить нужные установки,
стереотипы, цели, чтобы в результате
подвигнуть массы вопреки их интересам
на согласие с непопулярными мерами,
возбудить их недовольство***

***Укажите любые две причины
возрастания роли средств
массовой информации в
политической жизни современного
общества.***

**26. Укажите любые две причины
возрастания роли средств массовой
информации в политической жизни
современного общества.**

Причины:

- 1) в период предвыборных кампаний средства массовой информации становятся важнейшим источником сведений о кандидатах, партиях, их программах**
- 2) благодаря современным техническим возможностям, средства массовой информации широко доступны гражданам, для получателя информации она стоит недорого**

***26. Приведите три проявления
роли средств массовой
коммуникации в современном
обществе и раскройте каждое из
них на примере.***

3) принцип политического плюрализма наиболее зримо проявляется в многообразии СМИ, которые отстаивают различные позиции, подходы, интересы

4) в свободе СМИ воплощаются важнейшие принципы демократии — свобода слова и печати, по наличию свободы позиций, отображенных в СМИ, оценивается демократизм общества.

1) представление массовой аудитории актуальной информации о различных сторонах жизни современного общества (газеты, телевидение освещают важнейшие события внутренней и внешней политики, экономических, социальных, культурных процессов и явлений);

2) участие в формировании общественного сознания личности и социальных групп, общественного мнения и социальных стереотипов (средства массовой коммуникации способствуют формированию отрицательного общественного мнения в отношении международного терроризма);

3) возможность использования средств массовой коммуникации в манипулировании и управлении общественным сознанием (газеты и телевидение нередко используются как каналы манипуляции мнением граждан в период проведения избирательных кампаний)

4) участие средств массовой информации в социализации индивида (через средства массовой коммуникации индивид принимает социальные нормы, существующие в обществе);

5) ознакомление общества и индивида с достижениями культуры и искусства, особенностями различных культур (средства массовой коммуникации постоянно сообщают о кинематографических, книжных новинках, театральных премьерах и т.д.).

***Проиллюстрируйте двумя примерами
возрастание роли средств массовой
информации в политической жизни
общества.***

- 1. Положение СМИ в государстве характеризует степень демократизации общества.**
- 2. СМИ являются гарантом прав и свобод человека и гражданина.**
- 3. СМИ отражают идеологию государства, легитимность власти и плюрализм и др.**

26. Укажите основную цель деятельности «четвертой власти», средств массовой информации, в политической жизни современного демократического государства и проиллюстрируйте её тремя примерами.

1) Основная цель деятельности СМИ - информирование граждан о событиях и фактах политической жизни, предоставление широкого спектра оценок этих событий и фактов специалистами-политологами и обществом.

2) Примеры:

- средства массовой информации размещают материал о форумах политических партий, принимаемых программах, основных событиях партийной жизни;

-средства массовой информации публикуют выступления и интервью государственных лидеров и оценки этих выступлений профессиональным сообществом политологов и гражданами;

- средства массовой информации публикуют материалы о выборах, выборных компаниях, дают информацию о результатах выборов.

27. Современный мир называют сетевым. Многие ученые отмечают, что символами современного мира и человека стали компьютер и Интернет. Сформулируйте свою точку зрения на роль компьютера и Всемирной паутины в жизни современного общества. Приведите два аргумента в её обоснование.

1. Компьютер и Интернет стали неотъемлемой частью жизни современного человека, как профессиональной, так и частной, можно говорить, что современный человек освоил "сетевой образ жизни".

2. Приведены аргументы, допустим

- многие люди в своей работе используют компьютер, принимают и перерабатывают определенную информацию

- в частной жизни люди знакомятся и общаются в Интернете, участвуют в социальных сетях, общаются в форумах и чатах

- досуг многих людей связан с компьютерными играми, за которыми они проводят по многу часов.

27. Доходы печатных средств массовой информации складываются из поступлений от размещения рекламы и реализации тиража.

Сегодня первые более чем вдвое превосходят вторые. На телевидении преобладают однотипные развлекательные сериалы, подтвердившие свою коммерческую эффективность.

Какой вывод о связи современных СМИ и массовой культуры вы можете сделать на основе приведенных данных? Поясните этот вывод, приведя не менее двух положений. Приведите еще один пример, подтверждающий сделанный вами вывод

1) СМИ активно распространяют рекламу, а она типичный продукт массовой культуры;

2) художественная продукция, преобладающая на телевидении, также отвечает всем признакам массовой культуры: упрощенность, коммерческая эффективность.

3) Дополнительным примером, иллюстрирующим главный вывод, может служить активное проникновение в СМИ еще одного вида массовой культуры — шоу-бизнеса (трансляция эстрадных выступлений, освещение различных сторон жизни «звезд»).