

РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ



Урок обществознания в 11 классе

Учитель истории и обществознания Гордюшкина Татьяна
Александровна

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ УРОКА

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВА.

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИИ, РАСПРАСТРАНЯЕМОЙ СМИ.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИИ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ.



ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ПОНЯТИЯ.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ: СМИ.

ТЕРМИНЫ: ПОЛИТИЧЕСКОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ,
ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ, ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ.



ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА.

ДОВЕРИЕ?

ГАЗЕТЫ

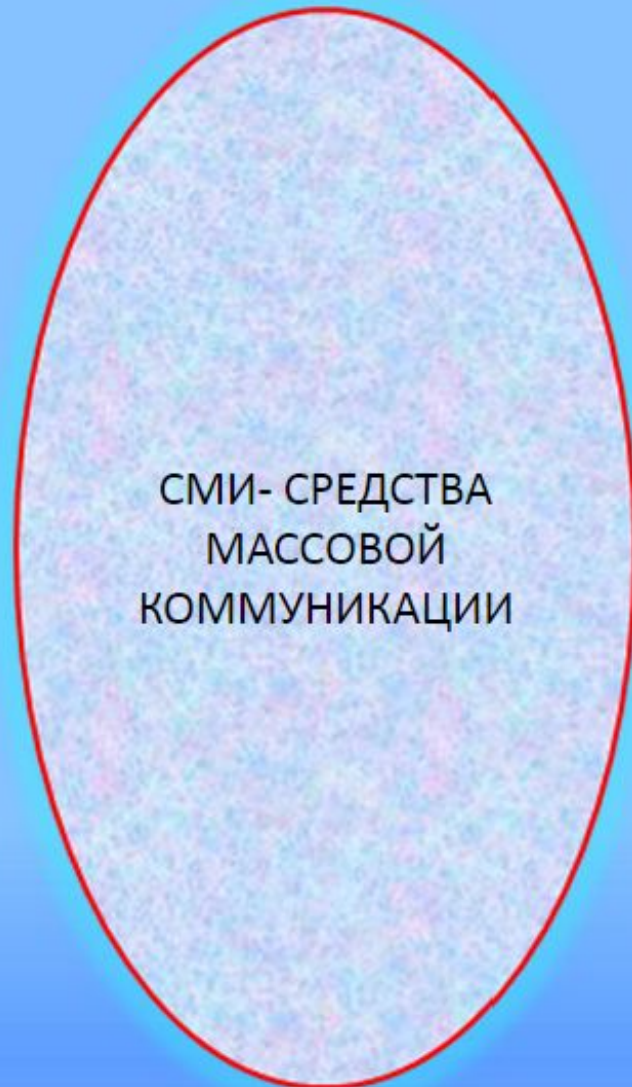
ТВ

РАДИО

ИНТЕРНЕТ



СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВА.




СОВОКУПНОСТЬ КАНАЛОВ
РАСПАСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ С
ЦЕЛЮ ОПЕРАТИВНОГО
ИНФОРМИРОВАНИЯ А ТАКЖЕ ДЛЯ
ВЫПОЛНЕНИЯ СПЕЦИФИЧЕСКИХ
СОЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ.

СБОР, ОБРАБОТКА И РАСПРАСТРАНЕ
ИНФОРМАЦИИ В МАССОВОМ
МАСШТАБЕ ДЛ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ И
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.
ФУНКЦИИ СМИ.

- 1.ИНФОРМАЦ. ФУНКЦИЯ.
- 2.ВЫБОР И КОММЕНТИРОВАНИЕ,
ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИИ.
- 3.ПОЛИТИЧ. СОЦИАЛИЗАЦИЯ.
- 4.КРИТИКА И КОНТРОЛЬ.
- 5.ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РАЗНЫХ МНЕНИЙ.
- 6.ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВ. МНЕНИЯ.
- 7.МОБИЛИЗАЦИОННАЯ.

СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВА.



СМИ- СРЕДСТВА
МАССОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ



СМИ- ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ
ПОВЕДЕНИЯ ЛЮДЕЙ И КОНТРОЛЯ НАД
ДЕЙСТВИЯМИ ВЛАСТИ – ЧАСТЬ
СОВРЕМЕННОГО МЕХАНИЗМА
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЛАСТИ В
ОБЩЕСТВЕ

В ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ СТРАНАХ- СМИ –
ЧАСТНЫЕ КОМПАНИИ, ГОСУДАРСТВ. И
ОБЩЕСТВ. ПОЛИТИЧЮ ОРГАНИЗАЦИЙ.
СМИ ДЕЙСТВУЕТ В РАМКАХ ЗАКОНОВ.
ОСОБУЮ РОЛЬ ИГРАЮТ НЕГОС. СМИ.
В АВТОРИТАРНЫХ ГОСУДАРСТВАХ СМИ
ПОД ПОЛНЫМ ГОСКОНТРОЛЕМ И
ЦЕНЗУРОЙ.

В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ НИ ОДНА
ПАРТИЯ, ПОЛИТИК НЕ МОЖЕТ БЫТЬ
УСПЕШНЫМ БЕЗ СМИ.

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИИ, РАСПРОСТРАНЯЕМОЙ СМИ

ИНФОРМАЦИЯ




ИНФОРМАЦИЯ СМИ РАЗНООБРАЗНА И ОТРАЖАЕТ ВСЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ. ИНФОРМАЦИЯ- МЕЖДУНАРОДНАЯ, ФЕДЕРАЛЬНАЯ, РЕГИОНАЛЬНАЯ. ИНФОРМАЦИЯ НЕ ТОЛЬКО ОТРАЖАЕТ НАСТОЯЩЕЕ НО И ПРОШЛОЕ, ПРОГНОЗИРУЕТ БУДУЩЕЕ

ПРИНЦИПЫ ОТБОРА ИНФОРМАЦИИ:

1. ПРИБОРИТЕТНОСТЬ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, ЭКСТРЕМАЛЬНОСТЬ.
2. СЕНСАЦИОННОСТЬ.
3. НЕИЗВЕСТНЫЕ ЯВЛЕНИЯ, РЕШЕНИЯ, И Т.Д.
4. ДАННЫЕ О ПОЛИТИКЕ, РЕЙТИНГИ ПОЛИТИКОВ.
5. ИНФОРМАЦИЯ ОТ ЛИЦ ИМЕЮЩИХ ВЫСОКИЙ СТАТУС.

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИИ, РАСПРОСТРАНЯЕМОЙ СМИ



ИНФОРМАЦИЯ



МЕЖДУ РАДИО, ТВ., ПРЕССА – РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА.

РАДИО- ЧТО СЛУЧИЛОСЬ.

ТВ – ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО СЛУЧИЛОСЬ.

ПРЕССА – ПОЧЕМУ СЛУЧИЛОСЬ

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ- «ЭФФЕКТ ПРИСУТСТВИЯ», ЛЕГКОСТЬ ВОСПРИЯТИЯ- ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ.

С ДРУГОЙ СТОРОНЫ ИНФОРМАЦИЯ ДРОБНАЯ, НЕТ ПРИЧИННО- СЛЕДСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ. ЧЕЛОВЕК НЕ ПОНИМАЕТ ПРОИСХОДЯЩЕГО.

ПОЛИТ. ИНФОРМАЦИЯ – СКУЧНЫЙ ЖАНР И ПОЭТОМУ ПОПЫТКА СБЛИЗИТЬ ЕЁ С РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ЖАНРОМ -ТОК- ШОУ.

ХАРАКТЕР ИНФОРМАЦИИ, РАСПРОСТРАНЯЕМОЙ СМИ



СМИ- РАДИО, ТВ – НАИБОЛЕЕ ПОЛНО
РАСКРЫВАЮТСЯ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ПОЛИТИКИ.

РАДИО- ДЛЯ «НЕТОРОПЛИВЫХ И
ЛЕНИВЫХ»,
ТВ- ДЛЯ ВСЕХ,
ПРЕССА - ДЛЯ УМНЫХ

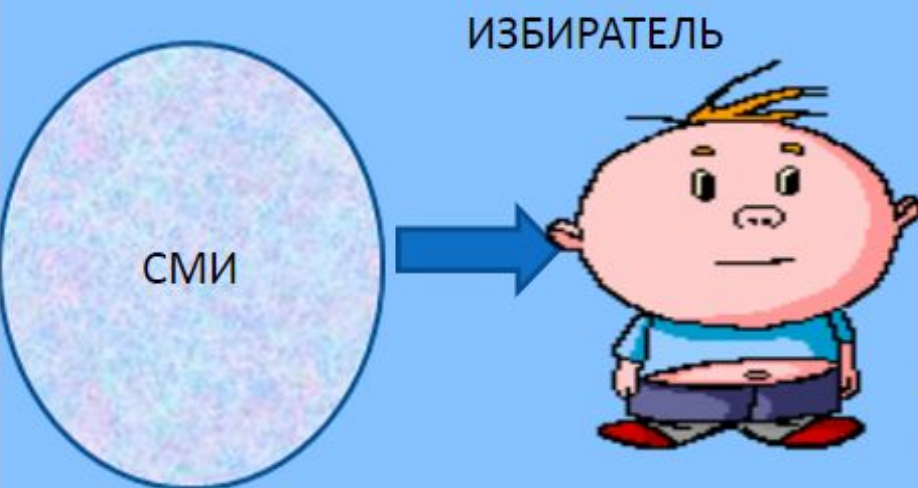
СМИ- МОГУТ СЛУЖИТЬ СРЕДСТВОМ
МАНИПУЛИРОВАНИЯ – ВНЕДРЕНИЯ
СТЕРЕОТИПОВ, УСТАНОВОК- ПОДАЧА
ПОЛУПРАВДЫ ДЕЗЕИНФОРМАЦИИ.
**КТО ВЛАДЕЕТ ИНФОРМАЦИЕЙ- ТОТ ВЛАДЕЕТ
ВЛАСТЬЮ**

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ.

ЧТО ДЕЛАТЬ? ВАШЕ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ.



ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗБИРАТЕЛЯ.



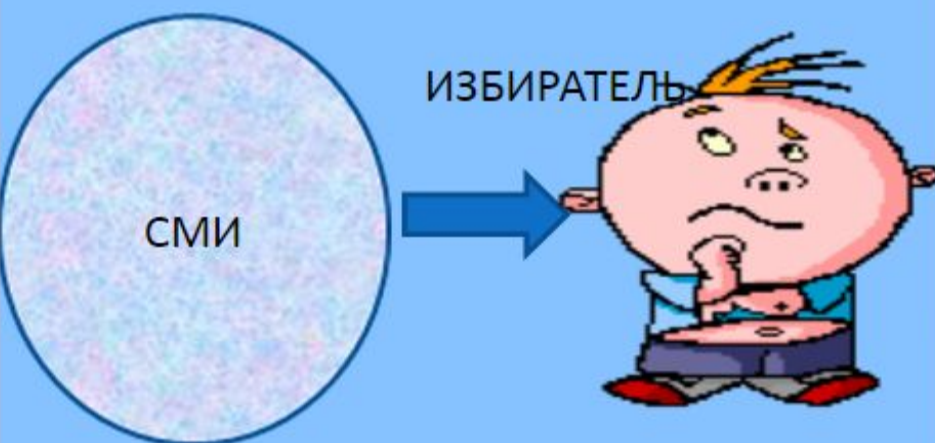
БЕЗ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ НЕВОЗМОЖНЫ НИ ОДНИ ВЫБОРЫ.

1. ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ- ДЕБАТЫ, ВЫСТУПЛЕНИЯ КАНДИДАТОВ, И Т.Д.
2. МЕТОДЫ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ. ПОЛИТИКИ- ТОВАР НА ПОЛИТ. РЫНКЕ.- **ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ.**
3. РЕКЛАМА ИСПОЛЬЗУЕТ МЕТОДЫ ВКУШЕНИЯ, 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. МАН ИПУЛЯЦИЯ ОПРОСАМИ ОБЩЕСТВ.
МНЕНИЯ.
2. СМИ- НАХОДЯЩИЕСЯ ПОД
КОНТРОЛЕМ ПОЛИТ. СИЛ-
ПРИНИМАЮТ РОЛЬ ПОЛИТ. ПАРТИЙ.

**ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ НАМ В ЭТОЙ
СИТУАЦИИ?**

ВАШЕ МНЕНИЕ.

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



Закрепление пройденного.

Ниже приведен ряд терминов. Все они, за исключением **двух**, относятся к понятию «средства массовой информации». Найдите в приведенном перечне два термина, относящиеся к другому понятию.

1) Газета; 2) телевидение; 3) телефон; 4) журнал; 5) радио; 6) книга; 7) пресса.

Ответ: ____

Ответ

Телефон, книга

Соотнесите функции СМИ в политической жизни и их конкретные проявления.

- А) Информационная
- Б) Политической социализации.
- В) Критики и контроля.
- Г) Представление различных общественных интересов, мнений, взглядов на политику.
- Д) Мобилизационная.

- 1) Побуждение людей к конкретным политическим действиям.
- 2) Приобщение людей к политическим ценностям, нормам, образцам поведения.
- 3) Анализ и оценка деятельности органов власти.
- 4) Сообщение о наиболее значительных событиях.
- 5) Формирования общественного мнения.

ОТВЕТ

А	Б	В	Г	Д

ОТВЕТ

А	Б	В	Г	Д
4	2	3	5	1

**Спасибо за
внимание**