

# **МИФЫ О МЕДИЙНЫХ ЛИЧНОСТЯХ**

**ЗУБЕНКО ДМИТРИЯ 1951-Б**

# ПО ЛЕЗВИЮ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

- «Эволюция интернета предоставила СМИ и обществу не только огромные возможности для развития, но и создала риски, с которыми пока не удается полностью справиться, и сейчас надо сообща выработать механизмы для минимизации негативных процессов, которые могут поставить под сомнение, в том числе, достоверность новостной информации.»
- Светлана Миронюк.

# ВЕРА В ИНТЕРНЕТ



- Совершенно незаметно за последние пять лет взаимодействие средств массовой информации и общества перешло из одноканальной среды, когда СМИ выступало в качестве вещателя, ментора, учителя и когда оно доводило некую точку зрения до аудитории, в многоканальную. То есть некоторые люди, начинают верить всему, что увидят в интернете или телевизоре.



# НЕ ДЕЛАЙ СЕБЕ КУМИРА

- СМИ и медиапространства создают искусственных кумиров или антикумиров: Соловьев, Шейнин, Киселев – В пользу этих людей создали несокрушимые образы всезнающих журналистов, с твердой политической позицией, они же, в свою очередь, имеют фиксированную цену за произнесенное со сцены и создают ложные мифы и образы о других медийных личностях, такой себе «детсадовский уголок сплетен».



# БЛИЖЕ К НАРОДУ

COLIN'S

ji  
jinga

- Блогеры, видеоблогеры, инстаграм-модели, - ложные кумиры новой молодежи. Они также могут сливать в неокрепшие головы молодых людей «таблетки для похудения», которые «помогли мне за три дня, нужно всего-то..» и.т.д.



# ВСЕ ПРОТИВ ВСЕХ

The background of the image is a close-up of the Great Seal of the United States. It features the Eye of Providence, an eye within a triangle, which is part of a larger pyramid. The pyramid is set against a circular background with the words 'ANNU' and 'E PLURIBUS' visible. The entire image has a yellow tint.

- Например, существуют предположения о заговорах производителей: предполагается, что последние договариваются поддерживать производство некачественных, недолговечных и дорогих товаров, одновременно препятствуя распространению качественных, долговечных и дешёвых, стремясь таким образом максимизировать собственную прибыль.



# ОТТЕНКИ ЖЕЛТОГО



- Также, существуют желтые издания, это уже окончательное дно медиапространства, они публикуют грязное нижнее белье всех звезд, которые не хочется даже открывать, пусть и для написания этого доклада.







ПРАВДА

ПРАВДА

## ИСТИНА ГДЕ-ТО РЯДОМ

- Все СМИ, блогеры и газетчики воюют между собой, выставляя все это напоказ, так, что уже неясно, кто прав, а кто виноват. Я пришел к выводу, что истины в этом мы не найдем.

ИСТИНА