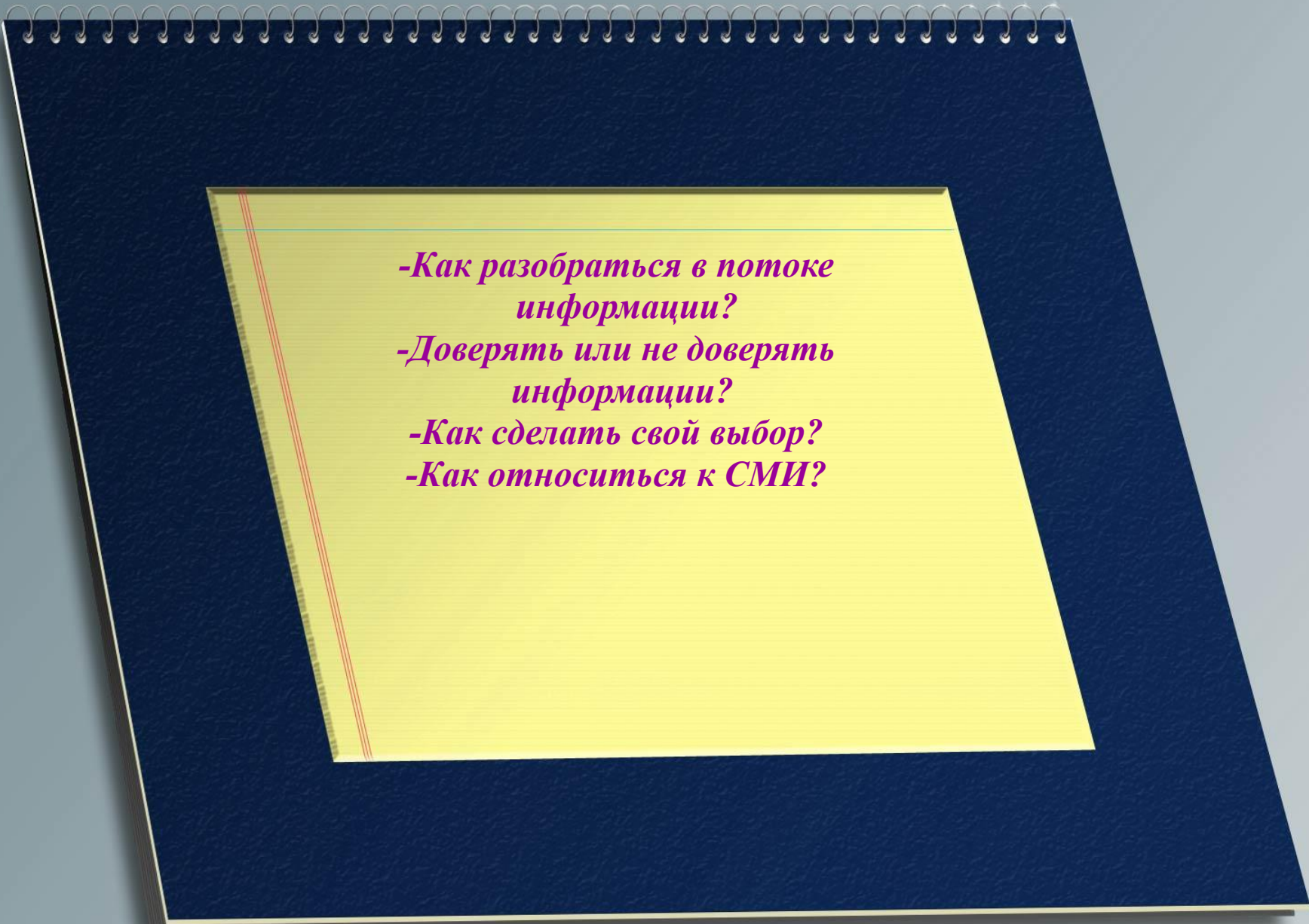


- 
- Как разобраться в потоке информации?*
 - Доверять или не доверять информации?*
 - Как сделать свой выбор?*
 - Как относиться к СМИ?*

*Средства
массовой
информации:*

МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И
ГРАЖДАНСКИМ
ОБЩЕСТВОМ

**«Сила слов настолько велика, что
способна великое сделать малым,
малое изобразить огромным, давно
известное всем выразить по-
иному, а дела недавнего времени
представить на старый лад»**

Исократ
древнегреческий публицист

План изучения нового материала

- *Что такое СМИ?*
- *Место и функции СМИ в современной политической жизни.*
- *Морально- правовое регулирование деятельности СМИ.*

Печать: газеты,
журналы

Телерадиовещани
е

Цифровые издания
электронные газеты,
журналы

Информационные
агентства
РИА-новости

Массовые
рассылки
через телефон,
СМС

СМИ-комплекс,
обеспечивающий массовое
распространение и
тиражирование
информации

Малотиражные
издания

Интернет

блог
и

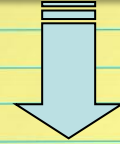
чаты

фору
м

СМИ



Функции:



- Информационная
- Функция политической социализации.
- Критика и контроль
- Представление интересов, мнений
- Формирование общественного мнения.
- Мобилизационная



Для « ленивых»

- РАДИО
- ЧТО СЛУЧИЛОСЬ

ИНФОРМАЦИЯ

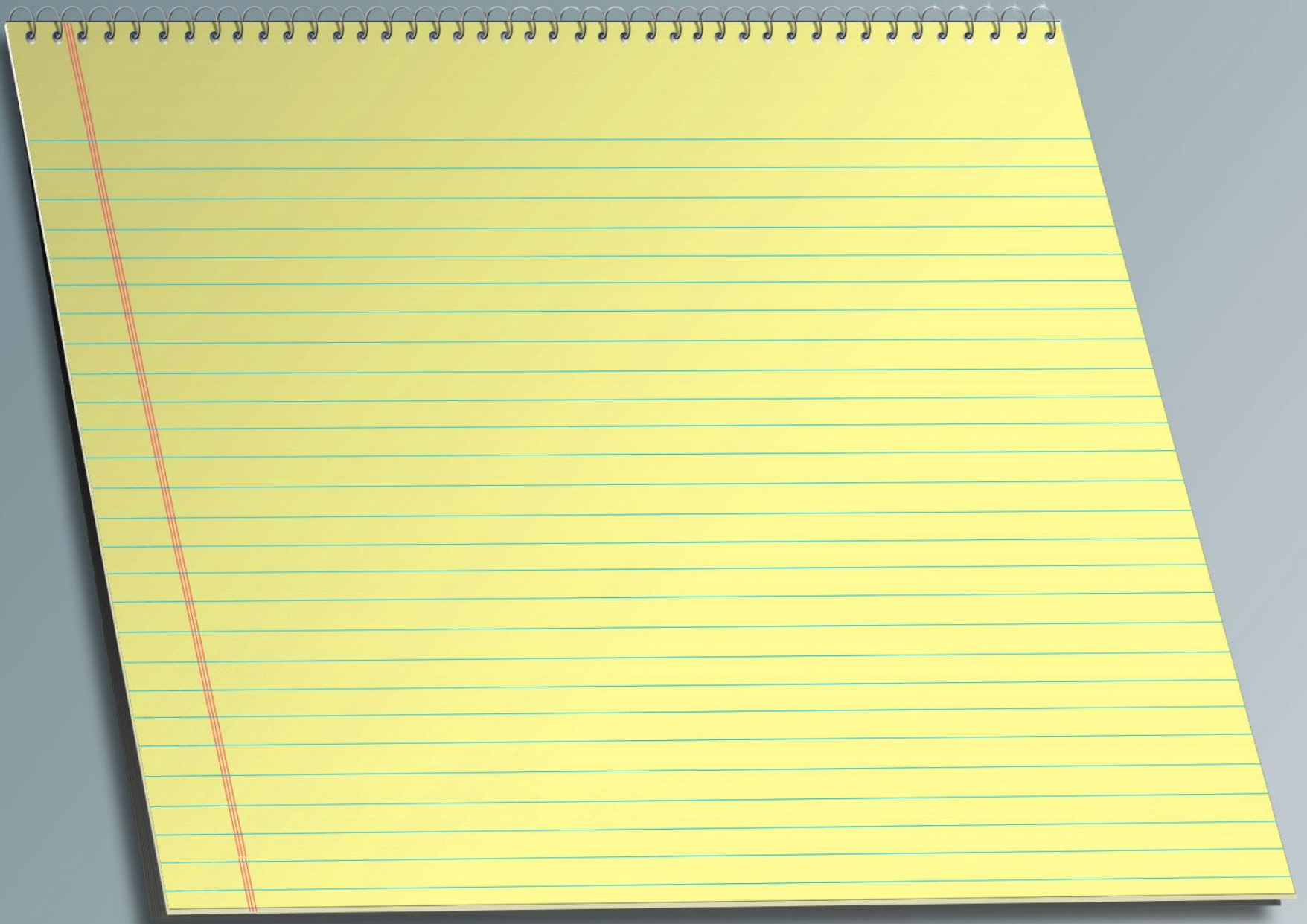
- ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- КАК СЛУЧИЛОСЬ

Для всех

- ПРЕССА
- ПОЧЕМУ СЛУЧИЛОСЬ

Для умных





СМИ как средство манипуляции массовым сознанием



*Цель манипулирования -
внедрить нужные установки,
стереотипы.*

*Воздействие СМИ
осуществляется на разум и
чувства человека*



Методы манипуляции

1. «Раздувание детали».
2. Фальсификация (прямая ложь).
3. Метод «страшилок».
4. Замалчивание одних фактов и выпячивание других.
5. Опускание, или исключение, информации.
6. Полуправда.
7. Использование слухов, домыслов.
8. Отбор событий, фактов для сообщений.
9. Эмоциональное влияние (цвет, звук).



**Характер
информации,
распространяе
мой
СМИ**



международная

федеральная

региональная

**Принципы
отбора**



- **приоритетность**
- **привлекательность**
- **экстремальность**
- **неизвестные явления**
- **политические рейтинги**
- **информация от лиц с высоким статусом**

Проходят выборы мирового лидера и Ваш голос — решающий.

Краткие характеристики кандидатов:

- 1) Связан с политиками, уличенными в мошенничестве, постоянно консультируется с астрологом, имеет двух любовниц, курит трубку и выпивает каждый день 8-10 бокалов мартини.
- 2) Дважды вышибали со службы, имеет привычку спать до полудня, в институте был уличен в употреблении опиума, каждый вечер выпивает бутылку виски.
- 3) Герой войны, вегетарианец, изредка пьет пиво, не курит, ни в каких matrimониальных связях не замечен.

Кто стал мировым лидером?

1 вариант:

Связан с политиками, уличенными в мошенничестве, постоянно консультируется с астрологом, имеет двух любовниц, курит трубку и выпивает каждый день 8-10 бокалов мартини.

Уинстон Черчилль
(премьер – министр Англии)



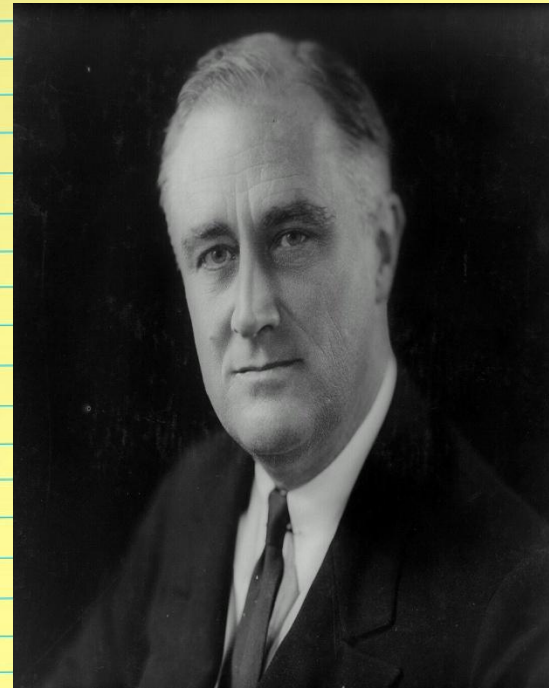
Кто стал мировым лидером?

2 вариант:

Дважды вышибали со службы, имеет привычку спать до полудня, в институте был уличен в употреблении опиума, каждый вечер выпивает бутылку виски.

Франклин Д. Рузвельт

(32 – ой президент США)



Кто стал мировым лидером?

3 вариант:

*Герой войны,
вегетарианец, изредка
пьет пиво, не курит, ни
в каких
матримониальных
связях не замечен.*

***Адольф Гитлер,**
фюрер и канцлер Германии*



Влияние СМИ на избирателя

СМИ



избиратель

Предвыборная агитация- дебаты, выступления кандидатов

Реклама

Политический маркетинг



Выводы:

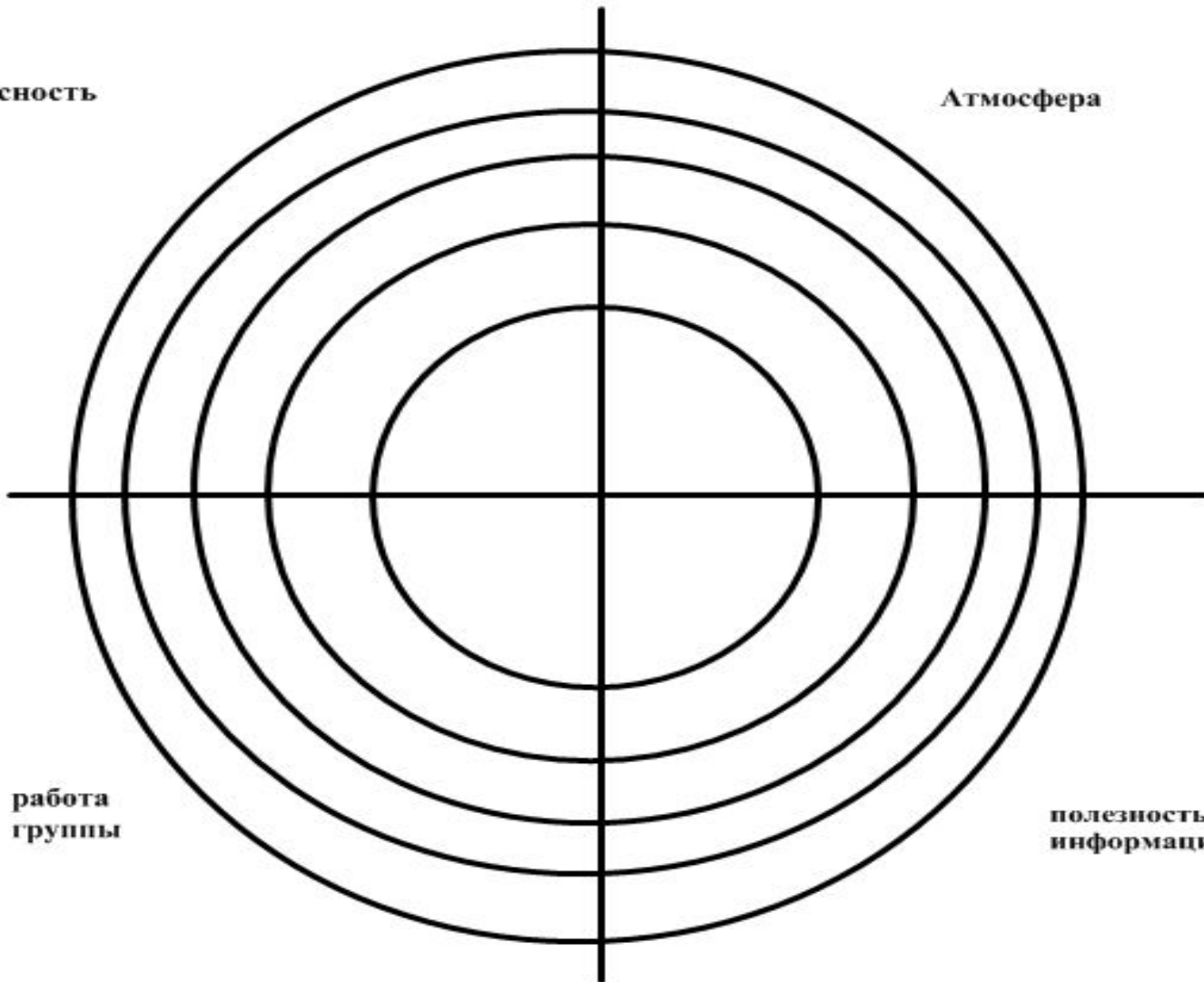
- 1. Современный человек не может отказаться от информации, предоставляемой СМИ.**
- 2. СМИ оказывают на человека противоречивое влияние.**
- 3. Человек должен критически осмысливать информацию.**
- 4. СМИ в демократическом обществе свободны.**
- 5. СМИ не должны нарушать права человека и нравственные нормы в обществе.**

Домашнее задание:

1. Параграф 14. (Л. Боголюбов)
2. Задания в рабочем листе № 7 – 10
3. Разгадать кроссворды.

интересность

Атмосфера



**работа
группы**

**полезность
информации**

Спасибо за урок!

Удачи всем!