Дата: 12.12.2020

Группа: 20-ПСО-1дк

Наименование дисциплины: Обществознание

ПЗ№3 (2) Роль средств массовой информации в развитии общества

**Средства массовой информации (СМИ)**

**Отличительные признаки СМИ**

**Функции СМИ:**

Удовлетворение потребности населения в информировании о событиях через газеты, радио, телевидение.

Формирование общественного мнения

(идеологическая)

Сопровождение рассказа о событиях оценками и комментариями, которые могут быть скрытыми, неочевидными и которые сильно влияют на восприятие происходящего населением.

Образование и социализация граждан

(образовательная,

социализирующая)

Предоставление населению таких сведений (о политической жизни в России и иностранных государствах, о мировых ценностях, конфликтах и т. д.), которые позволяют ему ориентироваться в сфере политики, понимать суть происходящих процессов, оценивать те или иные события.

Осуществление общественного контроля за действиями власти

(критическая)

Информируя население о злоупотреблениях власти, осуществляют контроль за ней, предотвращая, возможно, ещё большие злоупотребления. Реализация этой функции возможна при существовании независимых СМИ, т. е. неподконтрольных государству.

Выражение общественных интересов

Выявление актуальных проблем, формулирование интересов различных слоёв населения, их потребностей и оценок, что даёт власти возможность получать информацию о реальных настроениях населения.

Объединение граждан

(мобилизационная)

Мобилизация граждан на единые действия, поскольку гражданин информируется о том, что его интересы и потребности разделяются и другими людьми и что существует возможность объединиться с целью их достижения.

интегрирующая

сплачивание общества едиными целями, задачами

коммуникативная

помогает обеспечивать связь граждан с представителями власти

Задания:

**1.В современной политологии СМИ характеризуют такими пышными титулами, как «великий арбитр», «четвертая ветвь власти» (наряду с законодательной, исполнительной и судебной) и т. д. Вера во всемогущество телевидения настолько велика, что иные политические деятели считают: тот, кто контролирует телевидение, контролирует всю страну. Чем обусловлено превращение СМИ в один из важнейших инструментов реализации политического процесса? Приведите четыре соответствующих аргумента.**

**Ответ:**

Превращение СМИ в один из важнейших инструментов реализации политического процесса обусловлено тем, что СМИ обладают способностью прямо обратиться к общественности, минуя такие традиционные институты, как церковь, школа, семья, политические партии и организации и т. д.

СМИ выступают активным субъектом политической жизни: многие СМИ задают тон в публичных дискуссиях и спорах; доводят наиболее актуальные проблемы и темы, скандалы и аферы до общественности;

СМИ способны мобилизовать значительные слои населения в поддержку тех или иных акций правящих кругов или отдельных заинтересованных групп; в СМИ утвердился своего рода новый вид профессиональной деятельности – «политический маркетинг»;

СМИ создают тот или иной имидж политического лидера; формируют общественное мнение и др.

**2. По словам одного известного издателя, «газета без сенсаций годится только на то, чтобы в нее заворачивать рыбу».**

**К какой аудитории обращена это газета? Исходя из этого, назовите категорию средств массовой информации, к которой она относится. Назовите любые две другие особенности средств массовой информации данной категории, не указанные в задании.**

**Ответ:**

-указана аудитория, к которой обращена газета, «массовая аудитория», «широкий круг читателей»,

-указана категория, к которой относится газета,- «желтая пресса» или «бульварная пресса» или «массовая пресса»

2) -акцент на развлекательность; -отказ от серьезной аналитики; -преобладание информации, относящейся к частой жизни знаменитостей, криминальной хронике, спорту и пр.;

-приоритет интересов коллектива перед интересами личности.

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

Ответ:

Положение СМИ в государстве характеризует степень демократизации общества.

Они являются гарантом прав и свобод человека и гражданина.

СМИ отражают идеологию государства, легитимность власти и плюрализм и др.

**4. Доходы печатных средств массовой информации складываются из поступлений от размещения рекламы и реализации типажа. 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 вами вывод.**

**Ответ:**

Средства массовой информации стали важнейшими каналами распространения массовой культуры.

Обоснованием этого вывода могут служить следующие положения:

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.

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

**5. Что понимается в законе под средством массовой информации? Приведите пример печатного и электронного средства массовой информации.**

**Ответ:**

**1. под средством массовой информации понимается форма ее распространения, в частности, периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, хроникальная программа***.*

2. Примерами печатных СМИ могут служить газеты «Известия», «Комсомольская правда» и т.п.

Примерами электронных СМИ могут выступать телевизионные программы «Время», «Сегодня» и т.п.

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

**Ответ:**

в период предвыборных кампаний средства массовой информации становятся важнейшим источником сведений о кандидатах, партиях, их программах;

благодаря современным техническим возможностям, средства массовой информации широко доступны гражданам, для получателя информации она стоит недорого;

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

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

**7. Гражданин П. переехал на новое место жительства в другую область накануне выборов губернатора. Чтобы понять происходящее в регионе, он просмотрел телепередачу об одном из кандидатов и проголосовал на выборах под влиянием увиденного и услышанного. Какова роль СМИ в современном обществе? Можно ли подобный выбор назвать свободным и осознанным? Как гражданам в условиях массированного воздействия СМИ осуществлять своё право на свободное волеизъявление?**

***Ответ***

1) оценена позиция СМИ как четвёртой власти (основного источника информации);

2) степень свободы и осознанности подобного выбора, например, отмечено, что свобода всегда предполагает осознанный выбор среди нескольких альтернатив; поэтому если гражданин руководствуется только односторонней информацией, полученной на основании телепередачи об одном из кандидатов, то такой выбор не является вполне свободным и осознанным;

3) возможность осуществлять право на свободное волеизъявление в условиях массированного воздействия СМИ, например, подчёркнуто, что только знакомство с различными материалами СМИ, программами кандидатов, наблюдение за предвыборной борьбой позволит осуществить осознанный выбор при условии альтернатив.

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

**ОТВЕТ:**

Цель деятельности СМИ - информирование граждан о событиях и фактах политической жизни, предоставление широкого спектра оценок этих событий и фактов специалистами-политолагами и обществом.

2.:

- средства массой 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.

Контрольные вопросы:

1. Что такое общество?
2. Какие виды обществ вы знаете?
3. Что такое информационное общество?

Преподаватель: А.С-Э. Тукаев