

Лекція з дисципліни «Громадянська освіта»

На тему: «Комунікація, інформація, медіа»

План:

1. Поняття медіа та мас-медіа, їхня роль у сучасному світі.
2. Різновиди медіа.
3. Вплив медіа на суспільство та людину.
4. Реклама.

1. Засобами передачі інформації в комунікації виступають медіа (від латин. media у значенні «передавач», «посередник»). Потреба швидко інформувати велику кількість людей, передавати значні обсяги інформації призвела до появи мас-медіа, або засобів масової інформації (ЗМІ).

Ті повідомлення, які мас-медіа доносять до споживачів, називають **медіатекстом**. Медіатекст - будь-який носій інформації: художній або науковий текст, зображення, аудіозапис.

Особливості продуктів мас-медіа: особливий тип і характер інформації; вторинність; потокове виробництво; колективне виробництво; незавершеність; медійність; багатофункціональність; масова аудиторія; особливий характер зворотного зв'язку

У сучасному світі масмедіа відіграють роль основного передавача й поширювача інформації для широкого загалу. Проте вони не лише інформують, але й пропонують ставитися до неї певним чином.

2. Найбільш поширеними у світі медіа є книги, преса, фото, радіо, кіно та Інтернет. Чим менше зусиль споживач витрачає на отримання інформації, тим масовішим буде використання конкретного виду медіа.

Для сучасних масмедіа важливим є викликати в аудиторії сильні враження, такі емоції, як обурення, гнів, гордість, співчуття.

Тому з різних видів медіа найменш здатним до масового поширення є книга, оскільки вона вимагає певного, досить високого рівня грамотності та освіти, а

також порівняно значної кількості часу для опрацювання вміщеної в ній інформації.

Найлегше сприймаються короткі повідомлення простого змісту, що не виходить за межі звичних для споживача уявлень про світ, а також яскраві прості зображення.

Телебачення та кіно пропонують доступний широкому загалу медіатекст, що поєднує функції інформування та розважання аудиторії.

Останнім часом Інтернет набув значної популярності. Його головною особливістю порівняно з іншими медіа є те, що споживач має найбільше можливостей для вибору медіатексту, а також для долучення до його творення та реагування на вже не існуючі тексти.

3. Сучасна людина майже повністю формує свої смаки та уявлення про навколишній світ не з особистого досвіду, а за посередництва мас-медіа.

Мас-медіа часто моделюють ситуації і пропонують певні зразки поведінки. Особливо це стосується преси та телебачення. У газетах та журналах розміщують різноманітні поради на всі випадки життя. Якщо не йдеться про вузькоспеціалізовану наукову літературу, то більшість із цих порад базується на неперевіреній інформації та чутках, міфах, припущеннях.

Функції мас-медіа: інформаційна; формування громадської думки; освітня ; управлінська; комунікативна; маркетингова .

4. Реклама є способом масового поширення інформації про товар або послугу, її переваги порівняно з іншими товарами та послугами, а також переконання споживачів у тому, що рекламоване є для них необхідним і вартим їхніх коштів. Такий вид реклами, спрямованої на отримання прибутку, називається **комерційною**. Існує також і неприбуткова реклама - **соціальна реклама**. Є й третій вид реклами - **політична реклама**.

Функції реклами: економічна ; соціальна ; політична; ідеологічна; психологічна; естетична (культурна).