

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ)

1. Ответьте на вопросы

Что такое „Средства массовой информации (СМИ)“?

Какие виды СМИ вы знаете?



2. Выучите следующие выражения

о	ние	-
ветвь	сти	-
н	ма	-
о	тус	-
н	нку	-

3. Соедините слова и выражения с их значением

А. Массовая информация

1. Жанр телепередачи, в которой показывают реальную жизнь команды участников, круглые сутки находящихся в кадре видеокамеры.

Б. Информационный вакуум

2. Сделать кому-либо приятное, нужное, желаемое

В. Раскрывать глаза

3. Информация, предназначенная для распространения среди неограниченного круга лиц, включая печатные, аудио и аудиовизуальные, а также иные сообщения и материалы

Г. Угодить

4. Отсутствие доступа к какому-то источнику информации или ко всем сразу.

Д. Реалити-шоу

5. Помогать правильно понять действительное положение вещей, выводя из заблуждения

4. Прочитайте текст. Ответьте на вопросы учителя.

В 1689 году английский философ Джон Локк впервые сформулировал теорию разделения власти. В первоначальной версии предлагались такие ветви власти: законодательная (парламент), исполнительная (в т. ч. и судебная) и федеративная – для взаимодействия с другими государствами (монарх и министры). Теорию Локка впоследствии развил Шарль Монтескье, выделив законодательную, исполнительную и судебную власти.

Однако в последнее время всё чаще принято говорить о „четвёртой ветви власти“, которую представляют средства массовой информации (СМИ). Дело в том, что телевидение, радио, печатные и электронные СМИ не просто информируют общество о тех или иных событиях, но и навязывают свою оценку происходящего, свои идеалы – имеют возможность манипулировать общественным мнением. Многочисленные „реалити-шоу“ изменяют представление о действительности; телесериалы заставляют людей забыть о насущных проблемах и жить выдуманными проблемами экранных героев. Красочные журналы диктуют, что нужно носить в этом сезоне, что следует приготовить на ужин, какой фильм нельзя пропустить и куда необходимо поехать в отпуск.

Отдельный разговор – взаимосвязь СМИ и политики. Нам трудно представить себе предвыборные кампании без участия средств массовой информации. Прежде всего телевидение является главным источником информации о кандидатах любого ранга: их политических взглядах и намерениях, общественном статусе, личностных особенностях, внешнем облике. Именно СМИ „раскрывают глаза“ на отрицательные качества одного кандидата и, наоборот, восхваляют превосходства другого. Именно СМИ позволяют сделать „правильный выбор“ и обеспечить „достойное будущее для себя и своих детей“.

Несомненно, средства массовой информации обладают огромным влиянием. Но являются ли они независимым инструментом, способным влиять на общество, или лишь стараются угодить власти? Не стоит ли за каждым печатным изданием или телеканалом некто, диктующий журналистам, что и как следует писать?

Сегодня со страниц газет, в том числе электронных, с экранов телевизоров на нас обрушивается огромный поток информации. От него нельзя спрятаться, если мы, конечно, не хотим оказаться в информационном вакууме. Поэтому задача каждого – разобраться в нём, отфильтровать всё ненужное и всегда стараться трезво оценивать получаемую информацию.

