

WOS - MEDIA I OPINIA PUBLICZNA- KLASA 8A,8B

Pojawienie się środków masowego przekazu nazywanych także **mediami** ma związek z upowszechnieniem umiejętności czytania i pisania i sięga przełomu XVIII/ XIX wieku. Ich dynamiczny rozwój nastąpił na przeł. XIX/ XX w.

Juz w latach 60.XX wieku Marshall McLuhan – kanadyjski badacz komunikacji użył sformułowania: „globalna wioska” na określenie świata, w którym dzięki rozwojowi mediów przestają istnieć bariery czasowe i przestrzenne. W społeczeństwie informacyjnym najbardziej pożądanym towarem na równi z dobrami materialnymi staje się INFORMACJA

Nowoczesne technologie sprzyjają procesowi globalizacji, który polega na ujednoczeniu gospodarczym, politycznym i kulturowym współczesnego świata

RODZAJE MEDIÓW

| PISANIE - oparte na publikowaniu tekstów | AUDIOWIZUALNE-oparte na przekazywaniu obrazu i dźwięku | INTERAKTYWNE-oparte na przekazywaniu treści w obie strony |
|---|---|---|
| Książki czasopisma blogi ulotki plakaty | Radio telewizja kino media strumieniowe-oparte na technice | Internet- umożliwia korzystanie z forów dyskusyjnych, gier interaktywnych, ZDALNEGO NAUCZANIA I OCENIANIA |

FUNKCJE MEDIÓW - CZWARTA WŁADZA- MASS MEDIA

To określenie środków masowego przekazu. Nawiązuje do idei podziału władz na ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą.

Stały się niezbędnym elementem działalności człowieka w różnych dziedzinach: od gospodarki przez edukację i komunikację i budowanie relacji np. działalność artystyczna, społeczna, polityczna.

- komunikacja i budowanie więzi między ludźmi
- dostarczanie informacji odbiorcom
- kształtowanie opinii i wpływ na decyzje konsumentów
- nośniki wartości norm i poglądów
- źródło rozrywki i zabawy
- funkcja kontrolna wobec władzy

Dziennikarz powinien się kierować zasadami etyki w swojej pracy:

- przekazywać wyłącznie prawdziwe informacje
- zachować bezstronność, niezależność, uczciwość
- szanować prywatność innych
- respektować prawo i dobre obyczaje
- nie ulegać naciskom ze strony instytucji lub organizacji

REKLAMA

Przekaz, który ma zachęcić odbiorcę do zakupu określonego towaru lub korzystania z usługi.

FUNKCJE:

- informacyjna
- perswazyjna
- utrwalająca

Proszę zapoznać się ze środkami, którymi posługują się twórcy reklam i kampanii wyborczych- str.161

Pozdrawiam
J.Dolecińska