Департамент образования города Москвы

Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Гимназия №1505

«Московская городская педагогическая гимназия-лаборатория»»

**РЕФЕРАТ**

на тему

**Общественные связи. Миф и имидж**

Выполнил (а):

Гречухина Варвара

Руководитель:

Полетаева Марина Андреевна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись руководителя)

Рецензент:

ФИО рецензента

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись рецензента)

Москва 2016/2017 уч.г.

Введение

**Общественные связи** – это система влияния на человека, на классы, социальные слои и группы с целью обеспечения социального взаимодействия и социального контроля масс. С их помощью осуществляется регулирование взаимодействия между властью и обществом, культурой и обществом… Общественные связи, как процесс регулирования социального взаимодействия, находят свое выражение в форме образования, религии, пропаганды, культуры, рекламы.

В процессе влияния на человека первичным элементом, универсальным для всех форм общественных связей и типов общества является **миф**. Есть первичная реальность и отражающее ее сознание, продукт которого – мифы, в силу неполноты знания. Тотальное влияние на человека, прежде всего средств массовой информации способствует искажению подлинного образа мира. **Информационная действительность замещает реальную картину мира и стимулирует мифологический способ познания реальности.**

Если говорить о мифологическом способе познания мира, то нужно понимать, что отображение этого мира выступает в виде идей, преданий, понятий, символов.

Они интерпретируются сознанием, психикой, жизненным опытом и трансформируются в образы, впечатления, а значит, в имиджи. **Имидж** – это образ предмета, явления, человека, это впечатление, представление о предмете, явлении, человеке, рожденное на эмоционально-психологическом уровне. Имидж – инструмент общения с массовым сознанием, искусство управления впечатлением. Имидж неразрывно связан с мифом. Он – производное от мифа, пропущенное через сознание и чувство человека

**Миф**– это совокупность мифологических единиц, объединенных единой концепцией. Единица мифа и концепция мифа – это инструменты анализа любого произведения массовой культуры.

Также существует имидж восприятия - мифоимидж. Это образ предмета, явления, человека, воспринятый и интерпретируемый личностью в зависимости от ее опыта, уровня развитости чувств и эмоций, глубины познания и мышления.

По сути, человек взаимодействует с впечатлениями от мифов – мифоимиджами.

Мифологическое сознание как способ познания мира включает в себя ряд черт:

♦ специфическое представление об истории и политике, выраженное в определенной иерархии мифоимиджей, это идентификация личности с родиной, нацией, культурой;

♦ самоидентификацию личности через слияние с группой, когда личность растворяет себя в группе, не осознавая собственную ценность;

♦ уважение к власти, как к имиджу силы, высшего авторитета, стремление к идентификации с вождем, лидером, особенно в периоды кризисного состояния общества;

♦ систему символов и ритуалов, имидж которых способствует формированию чувства эмоционально-психологического единения личности с группой, социальной общностью, с толпой, а также с вождем, с лидером

Цели исследования: В своем исследовании я проанализирую литературу, выбранную мной по этой теме, постараюсь понять, что такое миф, в каких отношениях он находится с религией, философий, наукой, искусством, политикой. Умер ли миф с переходом человечества к другим формам мышления, или он продолжает жить и сегодня, несмотря на господство научного миропонимания, пронизывая все сферы человеческого существования? Рассморю феномен толп, социальный феномен масс, растворение в них индивида, поведение вождя масс.

Проанализирую литературы и пойму, что может являться мифом, как это соотноситься с нашей действительностью, можно ли контролиовать сознание с помощью успешного владения данной теорией, возможен ли контроль распространения мифов и дальшейшего восприятия через мифоимиджи.

Задачи исследования:

1. Выбор темы реферата. Постановка цели, актуальности и аннотации
2. Подбор и изучение источников для написания реферата
3. Написание введения
4. Подготовка и написание основной части работы
5. Оформление работы
6. Подготовка текста и презентации для защиты реферата

Структура исследования:

Свое исследование я условно разделяю на две части: изучение, дальнейший анализ влияния на сознание и другие факторы мифа, его формы и границы; формирование имиджа, его значение в современной культуре и восприятии обществом, последствия и возможные угрозы.