

Политология «СМИ в политической коммуникации»



СМИ
они везде

DEMOTIVATORS.RU



Выполнила студентка 2 курса 1
группы Фомина С. А.

- Средства массовой информации и коммуникации – это сложная система источников сообщений и их получателей, связанных между собой разнообразными каналами движения информации.



Действие СМИ заключается в систематическом распространении политической информации среди различных по численности, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей данного общества или его правящих групп, оказания идеологического, культурного и политического воздействия на получателей информации.



СМИ

решат кого ты будешь ненавидеть в этом году

DEMOTES.RU



- Среди ведущих общественно-политических направлений функционирования СМИ необходимо отметить функции обеспечения общества как конкретной политической информацией, так и информацией в различных политических целях, по разным направлениям и для разнообразных политических процессов; политическое манипулирование информацией. Средства массовой информации служат для сбора, распространения информации; формирования общественного мнения; легитимности политических структур; выступают важным атрибутом оппозиционной политической деятельности; служат источником стабильности или нестабильности общества.



РОССИЙСКИЕ СМИ
о чем угодно, только не о главном

- Коммуникационная политика государства включает:
- – разработку и совершенствование законодательства, обеспечивающего не только свободу информации, но и защиту государственной информации от злоупотребления иных средств массовой коммуникации, как международных, так и национальных – независимой печати, радио и ТВ, принадлежащих частным организациям и владельцам;
- – собственную коммуникационную деятельность государства: учреждение и развитие всех видов собственных СМИ;
- – широкое развитие информационной государственной инфраструктуры (пресс-центров, служб “публик рилейшнз” и т.п.);
- – разнообразные формы, методы и способы влияния государственных органов на массовую коммуникацию, включая приемы инфильтрации государственной информации в массовую политическую коммуникацию.



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ПРЕЗИДЕНТА

только из надежных источников

- Значение телевидения и радио сегодня столь велико, что та политическая сила, которая имеет на них преимущественные позиции, скорее всего, будет господствовать и в общественно-политической жизни в целом. Трудно переоценить и роль телевидения во время избирательных кампаний. Тот претендент в политические руководители, который может чаще и лучше использовать голубой экран ТВ, получает значительное преимущество перед соперником.



- Анализ роли СМИ в осуществлении политики приводит к следующим выводам:
- 1) ни одна общественно-политическая группа (институт) не добьется значительных успехов в открытой политике, если не будет иметь возможность ее апробации на телевидении и других СМИ;
- 2) ни один кандидат в представительные общенациональные политические органы не будет иметь серьезных шансов на избрание, если не сможет использовать СМИ и, прежде всего, ТВ;
- 3) группы опытных политических имиджмейкеров, используя возможности СМИ, могут “повысить” стартовый рейтинг способного политика или кандидата в политики не менее чем на 10–12%.



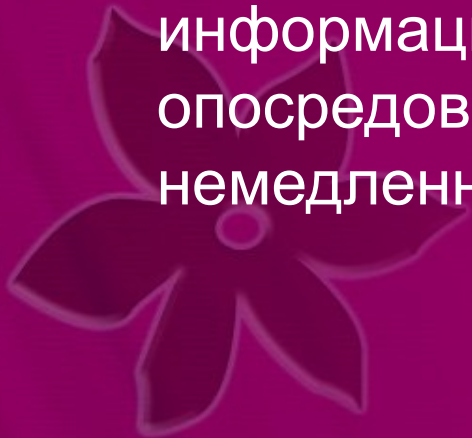
В современном обществе СМИ выполняют ряд общих политических функций.

- 1) информационная функция – получение и распространение сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях, но не всех, а тех, которые носят политический характер.
- 2) формирование на основе полученной политической информации общественного мнения о тех или иных политических институтах, об экономической, политической, культурной и других сферах жизни общества.
- 3) сведения, факты о тех или иных политических событиях так и останутся сведениями, фактами. Если они не будут как-то упорядочены, приведены в систему, позволяющую людям адекватно судить о политических событиях. Это находит свое выражение в образовательной функции СМИ, которая в свою очередь, связана с функцией социализации и, по существу, перерастает в нее.
- 4) функция критики и контроля.



СРЕДСТВА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

- Под средствами политической коммуникации традиционно понимаются определенные организации и институты, функционирующие в рамках социальной и политической систем, с помощью которых осуществляется процесс обмена информацией. Некоторые исследователи относят к средствам также коммуникативные действия или ситуации, группы или отдельных индивидов, способствующих обмену информацией (прямому или непрямому, опосредованному или непосредственному, немедленному или протяженному во времени).



- Р.-Ж. Шварценберг выделяет три основных способа политической коммуникации, основанные на использовании различных средств:
- 1. Коммуникация через средства массовой информации: печатные средства (пресса, книги, плакаты и т.д.); электронные средства (радио, телевидение и т.д.).
- 2. Коммуникация через организации, когда передаточным звеном служат политические партии, группы интересов и т.д.
- 3. Коммуникация через неформальные каналы с использованием личных связей.



- Иногда, на страницах газет и журналов, в радио и телепередачах наблюдается такая подтасовка фактов, их передергивание, а порой и умалчивание, что создается впечатление – СМИ не информируют оперативно и последовательно читателей, слушателей, а дезориентирует их. Это, видимо, объясняется тем, что Россия еще не прошла этап развитой демократии и опыта деятельности в новых условиях у российских СМИ просто нет.



К неформальным средствам политической коммуникации относят молву, слухи, сплетни, анекдоты, а также граффити. Эти источники влияют, прежде всего, на формирование негативной оценки деятельности политических лидеров и политических институтов.





МЫ РАССКАЖЕМ ТЕБЕ

о собаке Путина, любовнице Саркози и об урагане в штате Нью-Джерси



Спасибо за внимание!