

Средства массовой коммуникации.

- * **Средства массовой коммуникации** – это различные технические средства, основной функцией которых является распространение информации на многочисленные аудитории.
- * Непосредственным объектом их воздействия является не столько отдельный индивид, сколько сознание и поведение больших групп людей, которые составляют аудиторию того или иного конкретного средства массовой коммуникации – читателей одной газеты, слушателей конкретной радиостанции, зрителей различных телеканалов, пользователей компьютерных сетей.

- * Массовая коммуникация имеет **определенную социальную направленность**, выражающую интересы больших социальных групп. Она является фактором оптимизации их жизнедеятельности. Распространяя информацию о жизнедеятельности различных социальных групп, массовая коммуникация играет большую роль в формировании соответствующих социальных представлений и стереотипов различных социальных групп общества друг о друге.

- * Массовые информационные потоки могут идти:
- * сверху вниз (от правящих социальных групп к остальным социальным группам общества);
- * снизу вверх (обратная связь от различных слоев населения к правящим группам);
- * по горизонтали (информация социальных групп друг о друге).

- * **Функции:**
- * **социальной ориентировки** - опирается на потребность в информации для ориентировки в социуме. Информация о социальных явлениях и группах, получаемая из средств массовой коммуникации, облегчает такие процессы социализации, как усвоение отдельным человеком социального опыта общества, его преобразование в собственные ценности и установки.
- * **аффилиации** – реализует потребность человека чувствовать себя членом определенных групп, чаще всего референтных, вхождение в которые повышает его защищенность и уверенность. При этом наиболее продуктивным является использование механизма идентификации, т. е. отождествление себя с членами этих групп.
- * **контакта** - обусловлена потребностью личности в связях с другими людьми, которые дают возможность проявить, утвердить себя, персонализироваться.
- * **самоутверждения** - проявляется в получении человеком информации, подтверждающей его ценности, идеи и взгляды.
- * **эмоциональной разрядки** - реализуется через включение в развлекательные программы, публикации и сообщения, которые выполняют роль отвлекающих и переключающих факторов.

*** Технические средства в массовой коммуникации включают:**

- * средства массовой информации (СМИ: пресса, радио, телевидение, сеть Интернет),
- * средства массового воздействия (СМВ: кино, театр, цирк, литература),
- * технические средства (почта, телефон, телефакс, модем).