

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК
ОСНОВНОЙ ИНСТИТУТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ. ПРОБЛЕМА
НЕЗАВИСИМОСТИ СМИ.

ПОДГОТОВИЛА ТРЮХОВА В.А.

ПЛАН ДОКЛАДА:

- Влияние СМИ, основные признаки
- Понятие «политической коммуникации»
- Особенности формирования политических предпочтений электората
- Условия для достижения высокой эффективности предоставления информации
- Формы современной организации СМИ
- Источники

Влияние СМИ, основные признаки

- Влияние средств массовой коммуникации определяется своим объемным, всеохватывающим характером;
- Развитие института средств массовой коммуникации определяет течение технологического и социального прогресса;
- Деятельность средств массовой коммуникации позволяет создать условия для деятельного развития конкурентоспособности государства в рамках экономической сферы, дает ему возможность занять место в системе мировой экономики;
- Развитие демократических институтов также происходит на основе деятельного участия средств массовой коммуникации;
- Коммуникативные каналы, выстраиваемые средствами массовой коммуникации, напрямую влияют на развитие отдельных областей мировоззренческой стороны человеческого существования, помогают выстраивать системы ценностных ориентиров.

-
- Под термином **«политическая коммуникация»** понимается часть массовой коммуникации, которая основывается на взаимодействии между управляющими и управляемыми субъектами и подразумевает реализацию функций по составлению, передаче, получению и обработке сообщений, которые в полной мере оказывают значительное влияние на ход политики.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЭЛЕКТОРАТА

- В первую очередь, политические предпочтения формируются на основе определенного уровня доверия избирателей к источнику информации – определенного средства массовой коммуникации;
- К тому же, источник информации, преподнося определенные сообщения, сопровождающиеся положительными оценками, позволяют создать определенного рода психологический контакт с аудиторией, достичь единства, общности интересов;
- В последующем, аудитория, проникшаяся доверием к источнику средств массовой информации, снижает уровень своей внимательности к достоверности, сомнительности, несоответствию в содержании информативного материала.

УСЛОВИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ВЫСОКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

- Информация должна отвечать требованиям яркости для усиления внимания аудитории;
- Для обеспечения понимания информации широкими массами передаваемая информация должна быть легкой для восприятия, доступной к пониманию;
- Одним из основных качеств предоставляемых гражданам сведений является оперативность и актуальность такой информации;
- Немаловажным также является точность передачи информации, грамотность.



Формы современной организации СМИ

- Коммерческая
- Государственная
- Общественно-правовая

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Валовая М.Д. Политология М.: Магистр: ИНФРА-М. 2013
- Тавокин Е.П. СМИ. Власть. Реформы М.: ФГБОУ ВПО «РАНХиГС». 2016
- Тавокин Е.П. Исследование социально-экономических и политических процессов М.: НИЦ ИНФРА-М. 2015
- Примова Н.Э. Политология М.: ИНФРА-М. 2012
- Оришев А.Б. Политология М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М. 2012
- Тинт Ю.С. Политолоиця М.: РИОР: ИНФРА-М. 2011
- Зеленков М.Ю. Политология М.: Дашков и К. 2017
- Грязнова А.Г. Политология М.: ИНФРА-М. 2012
- Тавокин Е.П. Власть и СМИ М.: ФГБОУ ВПО «РАНХиГС». 2015
- Бербекова Т.Х. Политология М.: МГАВТ. 2015

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

