Лекция 8. СМИ-технологии

1. Понятие и функции СМИ

2. Основные каналы и особенности политического влияния СМИ.

3. PR технологии и СМИ.

Отличительные черты СМИ

- **публичность**, т.е. неограниченный и надперсонадьный круг потребителей;
- **наличие** специальных, технических приборов, аппаратуры;
- **непрямое**, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров;
- **однонаправленность** взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей;
- **непостоянный**, дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье.

Структура СМИ

- К СМИ относятся пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись.
- В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов),
- а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров).

NG CONTEST
SCOW 2009
ROSTELECOM
Schwarzkopf
Russia
Konstantin Ernst
General Director

Функции СМИ.

- Образование и социализация;
- Критика и контроль;
- Артикуляция и интеграции;
- Информирование граждан;
- Мобилизационная функция;
- Инновационная функция;
- Оперативная функция.

Информирование граждан

- **Информационная функция** состоит в получении и распространении сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях.
- **Добываемая и передаваемая** масс-медиа информация включает не только беспристрастное, фотографическое освещение тех или иных фактов, но и их комментирование и оценку. Конечно, далеко не все распространяемые СМИ сведения (например, прогнозы погоды, развлекательные, спортивные и другие подобные сообщения) носят политический характер.
- **К политической информации** относятся те сведения, которые имеют общественную значимость и требуют внимания со стороны государственных органов или оказывают на них воздействие. На основе получаемой информации у граждан формируется мнение о деятельности правительства, парламента, партий и других политических институтов, об экономической, культурной и иной жизни общества.
- **Особенно велика роль СМИ** в формировании мнения людей по вопросам, не находящим непосредственного отражения в их повседневном опыте, например о других странах, о политических лидерах и т.п.

Информация избирателей

Образование и социализация

- Информационная деятельность СМИ позволяет людям адекватно судить о политических событиях и процессах лишь в том случае, если она выполняет и образовательную функцию. Эта функция проявляется в сообщении гражданам знаний, позволяющих адекватно оценивать и упорядочивать сведения, получаемые из СМИ и других источников, правильно ориентироваться в сложном и противоречивом потоке информации.
- Конечно. СМИ не могут обеспечить систематическое и глубокое усвоение политических знаний. Это задача специальных обра зовательных учреждений — школ, университетов и т.п. И все же масс-мелиа, сопровождая человека в течение всей его жизни, в том числе и после завершения учебы, в значительной мере влияют на восприятие им политической и социальной информации.
- Образовательная роль СМИ тесно связана с их функцией социализации и по существу перерастает в нее. Она позволяет личности адаптироваться к социальной действительности.
- В демократическом обществе важнейшая политико-социализационная задача СМИ — массовое внедрение основанных на уважении закона и прав человека ценностей, обучение граждан мирно разрешать конфликты, не ставя под сомнение общественный консенсус по основополагающим вопросам государственного устройства.

Вечер
с Владимиром
Соловьевым

Критика и контроль

- **Информационная, образовательная и социализационная** деятельность позволяют СМИ выполнять функцию критики и контроля. Эту функцию в политической системе осуществляют не только масс-медиа, но и оппозиция, а также специализированные институты прокурорского, судебного и иного контроля. Однако критика СМИ отличается широтой или даже неограниченностью своего объекта.
- **Их контрольная функция** основывается на авторитете общественного мнения. Хотя СМИ в отличие от государственных и хозяйственных органов контроля не могут применять административные или экономические санкции к нарушителям, их контроль часто не менее эффективен и даже более строг, поскольку они дают не только юридическую, но и моральную оценку тем или иным событиям и лицам.
- **В демократическом обществе** в осуществлении контрольной функции СМИ опираются как на общественное мнение, так и на закон. Они проводят собственные журналистские расследования, после публикации результатов которых порою создаются специальные парламентские комиссии, заводятся уголовные дела или принимаются важные политические решения. Контрольная функция СМИ особенно необходима при слабой оппозиции и несовершенстве специальных государственных институтов контроля.

Артикуляция и интеграция

- **СМИ** не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и вы полняют конструктивную функцию артикуляции различных **общественных** интересов, конституирования и интеграции политических субъектов. Они обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение, находить и объединять единомышленников, сплачивать их общностью идей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы.
- **Артикуляция** политических интересов осуществляется в обществе но только СМИ, но и другими институтами, и прежде всего партиями и группами интересов, обладающими не только информационными, но и другими ресурсами политического влияния. Однако без использования СМИ и они обычно не в состоянии выявить и сплотить своих сторонников, мобилизовать их на единые действия.
- **В современном мире** доступ к СМИ — необходимое условие формирования влиятельной оппозиции. Не имея такого доступа, оппозиционные силы обречены на изоляцию и не способны получить массовую поддержку, особенно при политике их компрометации со стороны государственных радио и телевидения. СМИ — это своего рода корни, с помощью которых получает жизненные силы любая политическая организация.

Мобилизационная функция СМИ

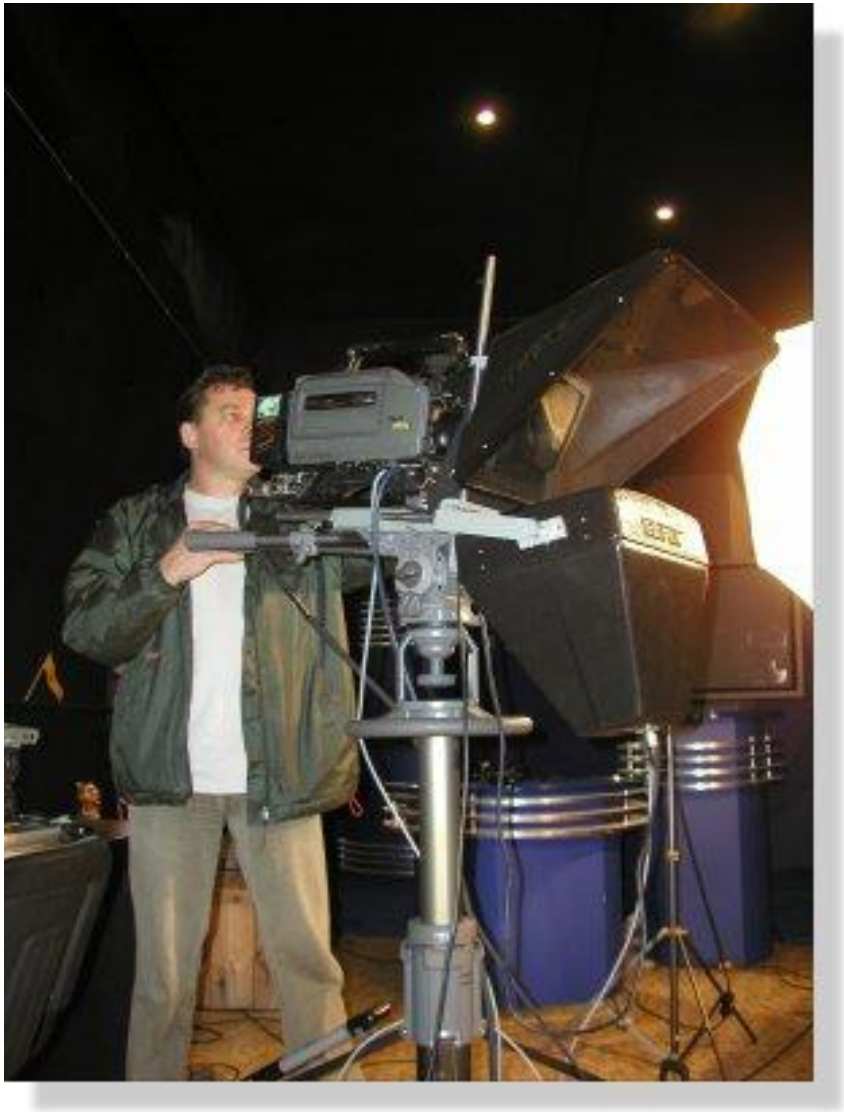
- Все рассмотренные функции СМИ прямо или косвенно служат осуществлению ими **мобилизационной** функции. Она выражается в побуждении людей к определенным политическим действиям (или сознательному бездействию), в их вовлечении в политику. СМИ обладают большими возможностями влияния на разум и чувства людей, на их образ мыслей, способы и критерии оценок, стиль и конкретную мотивацию политического поведения.

Инновационная функция

- проявляющаяся в инициировании политических изменений путем широкой и настойчивой постановки определенных общественных проблем и привлечения к ним внимания властей и общественности

Оперативная функция

Обслуживание СМИ политики определенных партий и ассоциаций; формирование общественности и общественного мнения.



СМИ и демократия

- **Нормативная модель** современной демократии строится на фундаменте представлений о человеке как о рационально мыслящей и ответственно действующей личности, сознательно и компетентно участвующей в принятии политических решений.
- **В демократическом государстве**, основанном на принятии важнейших решений большинством голосов, обладать такими качествами должны не один человек или привилегированное меньшинство — элита, а массы, устойчивое большинство населения. Добиться же компетентных политических суждений большинства граждан невозможно без СМИ.
- **Без радио, телевидения, газет и журналов** даже хорошо образованный человек не сможет правильно ориентироваться в сложной мозаике противоречивых политических процессов, принимать ответственные решения. СМИ позволяют ему выйти за узкие рамки непосредственного индивидуального опыта, делают обозримым весь мир политики. Свободное учреждение и деятельность СМИ являются реальным проявлением свободы слова, без которой все остальные политические права личности практически не реализуемы.
- **Наличие развитых**, демократически организованных СМИ, объективно освещающих политические события, — одна из важнейших гарантий стабильности демократического государства, эффективности управления обществом. И, наоборот, невыполнение СМИ своих функций в политической системе способно коренным образом исказить ее цели и ценности, нарушить ее эффективность и подорвать жизнеспособность, превратить демократию в иллюзию, форму скрытого, манипулятивного господства правящих слоев и классов.

Дмитрий
КИСЕЛЕВ

Рациональное воздействие СМИ

- Политическое влияние СМИ осуществляют через воздействие на разум и чувства человека.
- В демократических государствах явно преобладает рациональная модель массовых коммуникаций, рассчитанная на убеждение, людей с помощью информирования и аргументации, построенной в соответствии с законами логики.
- Эта модель соответствует сложившемуся там типу менталитета и политической культуры людей. Она предлагает состязательность различных СМИ в борьбе за внимание и доверие аудитории, В этих государствах запрещено законом использование СМИ для разжигания расовой, национальной, классовой и религиозной ненависти и вражды, однако и в них различные политические силы для пропаганды своих идей и ценностей широко применяют методы преимущественно эмоционального воздействия, что особенно ярко проявляется в периоды избирательных кампаний.

Эмоциональное воздействие СМИ

- Живое слово и зрительный образ обладают большой силой эмоционального влияния на личность, которое нередко может затмить рациональные доводы и аргументы. Этим широко пользуются тоталитарные, авторитарные и особенно этнократические режимы, обильно насыщая свою политическую пропаганду эмоциональным содержанием, подавляющим разум человека.
- Здесь СМИ широко используют методы психологического внушения, основанные на страхе и вере, для разжигания фанатизма, недоверия или ненависти к политическим оппонентам, лицам других национальностей и всем неугодным.

Влияние СМИ на информационный процесс

- Несмотря *на* важность эмоционального воздействия, все же главное влияние на политику СМИ осуществляют через **информационный процесс**. Основными этапами этого процесса являются **получение, отбор, препарирование, комментирование и распространение сведений.**
- От того, какую информацию, в какой форме и с какими комментариями получают субъекты политики, очень во многом зависят их последующие действия. **«Иметь важную информацию значит иметь власть; уметь отличать важную информацию от неважной означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать ее означает иметь двойную власть»**, — считают политологи.

ПЕРВЫЙ

Роль СМИ в современной политике

- **СМИ** не только отбирают сведения, поставляемые информационными агентствами, но и сами добывают и оформляют их, а также выступают их комментаторами и распространителями. Поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что самостоятельно разобраться в нем не в состоянии ни отдельный человек, ни даже группа специалистов.
- **Поэтому отбор** наиболее важной информации и ее представление в доступной массовой аудитории форме и комментирование — важная задача всей системы СМИ. Информированность граждан, в том числе политиков, прямо зависит от того, как, с какими целями и по каким критериям отбирается информация, насколько глубоко она отражает реальные факты после ее препарирования и редакции, осуществленных газетами, радио и телевидением, а также от способа и форм подачи информации.

RUSSIA TODAY
4/7
BAL NEWS

Правила отбора материала СМИ

- 1. Приоритетность, важность (действительная и мнимая) и привлекательность темы для граждан.
- 2. Неординарность фактов.
- 3. Новизна фактов.
- 4. Политический успех.
- 5. Высокий общественный статус.

Два основных способа распространения информации СМИ

- **Последовательный** способ чаще использует пресса, последовательно и разносторонне освещая в статьях и других публикациях ту или иную политическую проблему.
- Второй способ — **фрагментарная подача информации** — особенно распространен на телевидении. Он порождает для слушателей ряд трудностей в познании сути того или иного события или процесса.

РОССИЯ 24
Авторская программа
Никиты Михалкова
БЕСОГОН TV

Недостатки фрагментарного способа подачи информации

- Дробление информации, создавая видимость ее разносторонноости и оперативности подачи, препятствует подавляющему большинству граждан сформировать целостную картину политических явлений или событий.
- Оно дает коммуникаторам дополнительные возможности манипулировать аудиторией. Ориентируя ее внимание на одних сторонах события и умалчивая или затемняя другие. Фрагментарность подачи информации в конечном счете дезориентирует слушателей и либо гасит их интерес к политике и вызывает политическую апатию, либо вынуждает полагаться на оценки комментаторов.

Вести в субботу

Особенности TV

- **Фрагментарный способ подачи информации многие исследователи считают спецификой** телевизионного жанра, следствием присущего ему свойства, называемого «давлением визуальности». Суть этого свойства состоит в том, что в силу своих аудиовизуальных возможностей телевидение ориентировано на передачу главным образом визуализируемой, т.е. имеющей зрительный образ, информации.
- Присущее телевидению «давление визуальности» проявляется не только во фрагментарной подаче информации в соответствии с возможностями ее экранизации, но и **в ритуализации и персонализации политических сведений**. Телевидение обычно предпочитает передавать информацию, которая может быть заснята телекамерой, т.е. показывать конкретных лип, предметы и т.п. Поэтому на экранах доминируют легкодоступные для телеобъектива дипломатические и иные переговоры, официальные встречи, визиты, пресс-конференции и т.д. Абстрактные же положения, раскрывающие наиболее глубокие причины тех или иных политических явлений, не поддаются видеозаписи и, как правило, не попадают в передачи.
- Фрагментация, ритуализаиия и персонализация информации уводят телевидение на путь **показа внешней, поверхностной стороны** политических явлений. Сущностные же взаимосвязи в этом случае не раскрываются. Без должного внимания остается и сам процесс политического целеобразования и принятия решений, составляющий стержень политики.

Противоположность оценок роли TV в современном обществе

- **О. Тоффлер**, видит в телевидении ростки новой, более высокой и гуманной цивилизации, информационного общества, усматривает реальное движение к «гетерогенному, личностному, а не бюрократическому будущему, мыслящему, творческому государству», способному разрешить наиболее острые сегодняшние конфликты.

- **Федерико Феллини** считал, что «с помощью гипнотической внушающей силы зрелища, которое и днем и ночью без всякого перерыва приходит к людям в дом, TV разрушило не только кино, но также отношение индивида к действительности. Вся жизнь — природа, наши друзья, литература, женщины — все постепенно угасает под воздействием этого маленького экрана, который становится все большим и проникает повсюду. Он поглотил все: нас самих и наше отношение к действительности».

- Наибольшую опасность для граждан и демократического государственного устройства представляет использование СМИ для политического манипулирования

Социальные мифы как основа манипулирования в современном мире.

- Общая технология глобального, общегосударственного манипулирования с использованием СМИ обычно основывается на систематическом внедрении в массовое сознание социально-политических мифов — иллюзорных идей, утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления.

Главными идеями, по мнению Герберта Шиллера, утверждающими господство правящей элиты В США, выступают пять социальных мифов:

- об индивидуальной свободе и личном выборе граждан;
- о нейтралитете важнейших политических институтов: конгресса, суда и президентской власти, а также СМИ;
- о неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к накопительству и потребительству;
- об отсутствии в обществе социальных конфликтов, эксплуатации и угнетения;
- о плюрализме СМИ, которые в действительности, несмотря на их обилие, контролируются крупными рекламодателями и правительством и представляют собой единую индустрию иллюзорного сознания.

Способы манипулирования с использованием СМИ для укоренения социальных мифов разнообразны:

- **полуправда** (когда, чтобы обеспечить доверие аудитории, объективно и подробно освещаются конкретные, малозначительные детали и умалчиваются более важные факты или же делается общая ложная интерпретация событии).

Способы манипулирования с использованием СМИ для укоренения социальных мифов разнообразны:

- **наклеивание ярлыков** (когда для отторжения слушателей и компрометации лиц или идей им без доказательств дается неблаговидное определение, например «империалист», «фашист», «красно-коричневый», «шовинизм» и т.п.).

Способы манипулирования с использованием СМИ для укоренения социальных мифов разнообразны:

- **существует множество** приемов лингвистического, языкового манипулирования, предполагающих использование для обозначения одних и тех же явлений эвфемизмов, а также слов, имеющих иной оценочный оттенок.

Способы манипулирования с использованием СМИ для укоренения социальных мифов разнообразны:

- **Для каждого информационного жанра, наряду с общими приемами манипулирования, существуют и специальные.**
- Телевидение, например, для формирования у зрителей отталкивающего чувства но отношению к неугодным политикам использует непривлекательные ракурсы их показа или соответствующим образом монтируются заснятые кадры.
- Для скрытого внушения массам определенных политических идей оно нередко организует шумные развлекательные шоу и т.д.

Манипуляционный прием «спираль умолчания»

- С помощью ссылок на сфабрикованные опросы общественного мнения или другие факты убедить граждан в поддержке большинством общества угодном манипуляторам политической позиции, в ее победе. Это заставляет людей, придерживающихся иных взглядов, из опасения оказаться в социально-психологической изоляции умалчивать о своем мнении или изменять его. На фоне умолчания о позиции оппонентов голос настоящего или мнимого большинства становится еще громче, и это еще сильнее вынуждает несогласных или колеблющихся к принятию «общепринятого» мнения или к глубокому утаиванию своих убеждений. В результате **«спираль умолчания»** закручивается еще круче, обеспечивая победу манипуляторам.

Власть
с евгением киселевым

Имидж-мейкинг

- **«Средний» избиратель** обычно судит о кандидате в президенты или парламент по тому имиджу (образу), который создает ему телевидение и другие масс-медиа. В странах Запада, а в последние годы и в России успешно развивается целое направление рекламного бизнеса — **имидж-мейкинг**, т.е. создание привлекательных для избирателей образов политических деятелей. Нанимаемые за большие деньги профессионалы **имидж-мейкеры** и организаторы избирательных кампаний диктуют претендентам не только форму одежды и манеры поведения, но и содержание выступлений, которые изобилуют множеством заманчивых обещаний, обычно забываемых сразу после победы на выборах,
- **За искусно изготовленной СМИ блестящей рекламной упаковкой избирателю трудно бывает различить истинные деловые и нравственные качества кандидатов, определить их политические позиции. Такого рода рекламно-манипулятнвная деятельность превращает выбор граждан из свободного сознательного решения в формальный акт, заранее запрограммированный специалистами по формированию массового сознания.**

АГИТАЦИЯ
И ПРОПАГАНДА

Пределы манипулирования

- Возможности манипулятивного использования СМИ велики, но не безграничны. **Пределы манипулирования общественным мнением определяются прежде всего уже сложившимся массовым сознанием, стереотипами и взглядами людей. Для того чтобы быть эффективным манипулирование должно опираться на менталитет и бытующие представления населения. Хотя под воздействием пропаганды эти представления постепенно могут измениться.**
- **Существенными препятствиями для манипулирования являются собственный опыт людей, а также не контролируемые властью системы коммуникации: семья, родственники, знакомые и друзья, интеракционные группы, складывающиеся в процессе производственной и иной деятельности и т.д.** Однако политическое манипулирование, особенно при монополии его инициаторов на СМИ, экономическую и политическую власть, способно обходить эти барьеры, поскольку верификационные возможности индивидуального и группового опыта применительно к политике ограничены и допускают различные интерпретации.