

Роль СМИ в избирательном процессе

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛА
УЧЕНИЦА МАОУ СОШ
№37 9В КЛАССА
СИТНИКОВА ИРИНА

СМИ-совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств; до сих пор более употребительное в русском языке (по сравнению с термином «средства массовой коммуникации») обозначение средств повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям.

К СМИ относятся:

Печатные издания (пресса) : газеты, журналы.

Электронные СМИ: телевидение, радио
Интернет.



Роль прессы



Согласно проводившимся исследованиям, по степени влияния на избирателей первое место занимают все-таки публикации в прессе (50% опрошенных). Исследования показывают, что стремление прочесть что-либо о кандидате в газете характеризует почти всех избирателей, за исключением тех, кто принципиально не собирается идти голосовать. Пресса, таким образом, является лидером среди предпочитаемых источников информации по избирательной кампании.

Роль телевидения



Модель освещения на телевидении предвыборных кампаний в России была создана в основном в декабре 1993 года, когда проходили выборы в Государственную Думу. В ходе этих и последующих выборов телевидение сыграло жизненно важную роль в решении вопроса о том, сколько человек являлось на голосования, и оказывало влияние на выбор избирателя.

Второе место по степени важности для избирателей занимает телевидение как источник информирования, предпочтение при этом отдается телепередачам, теледебатам и телерепортажам.

Роль интернета

Использование местными политиками Интернет – технологий в своей общественно-политической деятельности в целом стало уже постоянным процессом. Сайты общественно-политической направленности позволяют разместить объем необходимой информации любого характера со знаком «важно для каждого», вести интерактивную «обратную связи» с общественностью, сформировать «свое» политическое сообщество из достаточно устойчивых групп людей, обеспокоенных местными проблемами и желающими участвовать в их решении.



Интернет – это уникальный инструмент для кандидата, применяемый для исследования интересов и предпочтений, как общества в целом, так отдельных его групп.

Один из самых существенных плюсов Интернет – технологий – выравнивание шансов «долгоиграющих» политиков и молодых – начинающих.

К особенностям Интернет - пропаганды нужно отнести также возможности сочетания на сайтах, блогах, в социальных сетях различных форм подачи материала – текста, иллюстраций, фотографий, видео, звуковых файлов и т.д., причем в самых разнообразных вариантах монтажа, что будет дополнительно удерживать внимание посетителя.



История применения интернет-технологий в избирательном процессе в США.

ИКТ использовались как средство для привлечения денежных средств и привлечения добровольцев, а не для завоевания голосов избирателей. В 2000 году впервые был широко применен принцип интерактивного общения «кандидат-избиратель», а в 2004 году был задействован уже целый набор технических средств (камеры прямого эфира, электронная почта, форумы, чаты) и средства мультимедиа (поточные аудио- и видеофайлы, графика). И так, успешное использование интернет-технологий в ходе предвыборных компаний, все большее количество пользователей стало активнее выражать свои позиции в избирательный период. Важным моментом установления достаточно крепкой обратной связи между электоратом и кандидатом является расширение процесса обмена политической информацией. Широкое использование социальных сетей Обамой позволило ему активизировать ранее политически инертные слои общества. Если внимательно проанализировать американское онлайн-пространство, то можно заметить что, практически все политические силы используют информационно-коммуникационные технологии очень активно, что стало стандартом для любого политика любого уровня, желающего выстроить эффективную массовую коммуникацию со своими целевыми аудиториями

Использование интернет-технологий в избирательном процессе в России.

Восприятие Интернета как олицетворения прогресса использовалось российскими политиками, которые хотели придать себе имидж прогрессивных, использующих новые технологии.

Избирательная кампания по выборам депутатов Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации VI созыва 4 декабря 2011 г. показала высокий уровень ориентированности сайтов политических партий на целевой сегмент своих избирателей.



Активное использование политической интернет-рекламы в российских избирательных кампаниях сделало ее неотъемлемым элементом политического процесса. Тем самым, она получила легитимацию, т.е. признание, как со стороны политических субъектов, так и со стороны электората. Адаптивность политической интернет-рекламы заключается в появлении все новых ее форм, в способности приспосабливаться к постоянно меняющейся виртуальной среде и чутко реагировать на эти изменения. Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Выборы» (ГАС «Выборы») – автоматизированная информационная система, реализующая информационные процессы при подготовке и проведении выборов и референдумов на территории Российской Федерации.



Роль радио

Агитация по радио – один из самых низкокзатратных и эффективных способов платной политической агитации. Агитацию по радио можно использовать для достижения всех информационных целей кампании: идентификации имени, создания образа, постановки проблемы, атаки, защиты и убеждения отдать голос. Как и все прочие формы платной агитации, радио используют для реализации хорошо продуманной и разработанной стратегии кампании. Явное преимущество радиорекламы заключается в ее целевой направленности. Есть возможность выбрать одну из большого количества специализированных радиопрограмм: сельский час, политические, музыкальные программы и т.д.

Грамотно организованная агитация по радио может создать мощный эффект присутствия, в отличие, например, от прямой рассылки. Точно помещенная реклама может достичь нужной аудитории.

Ключ к успеху лежит в простоте и повторяемости. Четкое сообщение, сделанное простым языком и неоднократно повторенное, оказывает сильное действие на избирателей.

Заключение

Подводя итоги всего вышесказанного, можно твердо заявить, что политическая борьба в России неразрывно связано со СМИ. Становление демократии в стране, обусловило большие перемены и мощный скачок в развитии СМИ. Пресса, радио и телевидение становятся настоящей ареной для предвыборных баталий. И хотя СМИ порой обрушивают на избирателя потоки самой противоречивой информации, но именно они помогают избирателю определиться в своем выборе. Спасибо за внимание.

* <http://samzan.ru/116692>

*

<http://shkola-munitcipalnogo-politika.ru/programma-shkoly/put-k-doveriyu/leksii/internet-tekhnologii-v-izbiratelnom-protseste/tezisy-leksii/1/>

http://studbooks.net/555815/politologiya/uchastie_izbiratelnom_protseste_rossiyskie_traditsii_problema_effektivnosti

* <http://diplomba.ru/work/106904>