

СМИ — один из важных
политических институтов в
политической системе. Их роль,
основные качества.

АБДУЛЛАЕВА МУШАРРАФХОН

МУХАММАДИЕВА АЗИЗА

АХТАМОВ ШЕРЗОД

РАХМОНОВ ХИКМАТУЛЛОХ

Мушаррафхон

СМИ как социальный институт

Под средствами массовой информации принято понимать социальные институты, обеспечивающие сбор, обработку и распространение информации в массовом масштабе. Массовая информация предназначена для численно большой, обычно географически рассредоточенной аудитории и отличается быстротой и регулярностью распространения, практически одновременностью потребления, опосредствованным, в известной степени стереотипизированным характером [6]. Передаваемая информация должна обязательно отвечать общественным интересам. Ее распространение – неотъемлемая часть массового духовного общения людей, которое возникло на определенной ступени развития человечества в дополнение к непосредственному межличностному общению.

Среди основных средств массовой информации можно выделить телевидение, радио и прессу. Интересным представляется и тот факт, что в настоящее время к средствам массовой информации стал относиться Интернет. В Интернет размещают сотни разных газет, радио и телевизионных каналов, получивших таким образом доступ к глобальной аудитории.

Каждый из перечисленных СМИ имеет свои особенности, сильные и слабые стороны.

Азиза

Роль СМИ

Роль средства массовой информации в современном обществе заключается в том, чтобы своей деятельностью способствовать созданию благоприятной обстановки творческого поиска решения сложнейших общественных проблем, информировать широкие круги населения о различных конструктивных точках зрения, о концепциях дальнейшего развития, даже отличных от официально принятых государственными органами



Сегодня преобладают две основные точки зрения на место и роль средств массовой информации в обществе. Одна из них рассматривает средства массовой информации как орган власти, другая - как орган гражданского общества. Отсюда возникает как бы двойной стандарт в оценке деятельности данного института, в основе которого лежит противоречие между двумя основными их функциями. С одной стороны, средства массовой информации призваны обеспечить информационное обслуживание процесса функционирования властных структур, с другой - их задачей является информационное обеспечение процесса реализации многообразных потребностей и интересов отдельных лиц, социальных групп и слоев, всего общества. . Объектом исследования выступают политико-правовые проблемы института средств массовой информации в современном государстве. Предметом является выявление и изучение места и роли средств массовой информации в системе органов государственной власти, а также анализ природы и содержания идеологической деятельности государства в условиях переходного периода.

Шерзод



Средства массовой информации и неразрывно связанные с ними средства массовой коммуникации (СМК), являясь в совокупности гипердинамичной комплексной системой, стремительно развиваются, все больше усложняются и коммерциализируются. Они насыщают информационное поле политики, выступают в качестве института посредника во взаимодействии общества и других политических субъектов. Информация служит предпосылкой действий субъектов политики и одновременно является их важнейшим ресурсом. Сбылись предсказания Э. Тоффлера, который около сорока лет назад констатировал наступление эры “Третьей волны”, когда информация станет самостоятельным материальным ресурсом, непосредственно влияющим на развитие человечества.

Действительно, СМИ не только транслируют информацию, отражая состояние общественных настроений, но и служат инструментом их формирования. Масс-медиа формируют представления о событийной структуре политической реальности, ранжируют политические факты по определенным шкалам их социальной значимости, предлагая обществу интерпретации, комментарии и аналитические осмысления политических реалий. В результате отношение к “проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом предопределены теми, кто контролирует мир коммуникаций.

Хикматуллох

Функций СМИ

Тем самым СМИ выполняют целый ряд функций: информационная, познавательно-образовательная, ценностно-ориентационная, функция артикуляции общественных интересов и формирования общественного мнения, интегративная, мобилизационная, идеологическая и др. При этом воздействие СМИ на общественное мнение осуществляется зачастую не напрямую, а опосредовано. Исходящий поток мнений и оценок воздействует сначала на лиц, выполняющих социальную роль лидеров общественного мнения, а те, в свою очередь, уже воздействуют непосредственно на публику. С помощью СМИ государство в ходе проводимой им информационной политики, а также другие политические субъекты могут не только информировать молодое население о целях своей политики, но и моделировать отношения с общественностью в вопросах формирования представительных органов власти, состава политических элит, поддержания значимости соответствующих общественных ценностей, традиций и стереотипов.

Молодых людей отличает особая восприимчивость к новизне и актуальности информации, а формируемые у молодежи политические образы дают в качестве результата достаточно устойчивые и глубоко интериоризированные политические установки. Средства массовой информации служат для молодых одним из основных источников сведений о политике, оказывая значительное воздействие в силу частоты и продолжительности взаимодействия. Так, по данным исследований ФОМ, в свое свободное время молодые люди чаще всего заняты просмотром телевидения, общением с друзьями, прослушиванием музыки и просмотром фильмов, прогулками и серфингом в интернете. При этом взаимодействие с другими институтами политической социализации носит либо обязательный, директивный характер (учеба и работа), либо совершается гораздо реже (как форма проведения досуга).

Нужно помнить, что главная роль СМИ в социальном государстве заключается в предоставлении позитивной информации, которая будет востребована населением. Для формирования ценностных ориентаций и мотиваций к поддержанию и укреплению собственного здоровья, необходимо чтобы позитивная медицинская информация транслировалась регулярно, а также с учетом особенностей аудитории (интересы, возраст, пол). От того, насколько грамотно, профессионально, доступно будет предложена информация о возможностях и методах сохранения здоровья, зависит эффективность деятельности средств массовой информации.



Спасибо за
внимание!
