

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/360628>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Политология

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ 7

1.1. Роль средств массовой коммуникации в социально-политическом манипулировании 7

1.2. СМИ как способ реализации государственной политики 10

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ В РОССИИ 17

2.1. Формирование СМИ как «четвертой власти» в современной России 17

2.2. Роль российских СМИ в политических процессах XXI века 20

ГЛАВА 3.СМИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ США 23

3.1. Роль СМИ в формировании политических предпочтений в США 23

3.2. Тенденции развития СМИ как инструмента публичной политики США 26

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....31

Приложение 35

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. На современном этапе все более важным становится роль информации, которая формирует и иногда предопределяет направление общественного мнения. Это касается любой сферы деятельности, однако в социально-политической сфере она имеет еще большее значение.

В современном мире наблюдается последовательный рост влияния информации, ее значения для общества.

О значении информации, и, соответственно, роли средств массовой информации, говорят возможности определения глобальной, региональной, национальной и локальной повестки дня.

Последовательный рост информационных потоков служил и росту влияния средств массовой информации, что, в свою очередь, стимулировало исследовательский интерес к особенностям и факторам, определяющим институт СМИ. Появление сети интернет и формирование новых, нетрадиционных СМИ еще более актуализировало изучение этого феномена.

Господство средств массовой информации вновь вызвало к жизни термин «четвертая власть», которым характеризуется современная их роль. Можно отметить, что ролью СМИ становится не только отражение действительности, но и ее интерпретации и даже формирование по своим желаниям или исходя из своих потребностей. Новые правила игры сформировали феномен «постправды», когда по-настоящему важным становится не то, что произошло на самом деле, а то, какой картинке поверит общество.

В настоящее время СМИ России и США представляют собой одни из центров формирования не только национальной или региональной, но и глобальной повестки дня. В этой связи представляется актуальным исследование современной российской и американской прессы как компонента политической публичной сферы.

Степень научной разработанности проблемы. Среди изученных работ можно выделить материалы О. Морозовой, в которых основное внимание уделяется специфике интернет-коммуникации, ее свойствам . И. Якоба осуществляет социолингвистический анализ интернет-коммуникации . А.В. Соколов рассматривает теоретические аспекты социальной коммуникации в условиях информатизации . Е. Горошко анализирует основные характеристики современных интернет-коммуникаций . Ж. Бодрийяр раскрывает вопросы симулякров и симуляций в современном обществе . Различные аспекты социальных отношений в динамике изучают М. Фуко , П. Бурдье .

В целом, анализ выявил недостаток исследований данной темы в плане системного изучения.

Объектом исследования являются средства массовой информации.

Предметом исследования выступает сущность прессы как компонента политической публичной сферы.

Гипотеза исследования заключается в том, что СМИ выполняют системообразующую роль в формировании общественного мнения и влияния на политические процессы.

Цель работы выявить сущность прессы как компонента политической публичной сферы.

Задачи исследования. Исходя из цели исследования, их можно сформулировать следующим образом:

- проанализировать роль средств массовой коммуникации в социально-политическом манипулировании;
- выявить роль СМИ как способ реализации государственной политики;
- показать формирование СМИ как «четвертой власти» современной России;
- определить роль российских СМИ в политических процессах XXI века;
- выявить роль СМИ в формировании политических предпочтений в США;
- определить тенденции развития СМИ как инструмента публичной политики США.

Теоретическую основу работы составили положения трудов ученых и специалистов политологов, а именно: И. Якоба, рассмотревшего социолингвистический анализ интернет-коммуникации, Е. Горошко, характеризовавшего современные интернет-коммуникации, Ж. Бодрийяр, выявивший роль симулякров и симуляций в современном обществе, М. Фуко, П. Бурдьё, изучавшие различные аспекты социальных отношений в динамике.

Методологические основания исследования составили общенаучные методы, такие как анализ и синтез, индукция и дедукция, обобщение, аналогия; частнонаучные методы, например, системный метод, давший возможность проанализировать комплексно влияние СМИ на политические процессы, сравнительный и исторический методы позволили изучить процессы в динамике и эволюции.

Теоретическая значимость положений и выводов исследования состоит в возможности их использования при подготовке к научным конференциям, лекционным и семинарским занятиям, подготовке к дальнейшим научным исследованиям в данном направлении.

Практическая значимость предполагает возможность применять результаты исследования в ходе анализа роли СМИ в политических процессах в России и других странах.

Структура работы определяется логикой исследования и включает в себя введение, три главы, включающие шесть параграфов и заключение.

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

1.1. Роль средств массовой коммуникации в социально-политическом манипулировании

К настоящему времени социально-политическое манипулирование стало общим местом, когда речь идет о средствах массовой информации. Глобальные исследования показывают, что манипулирование СМИ становится все сильнее, поскольку все большее число правительств и политических партий используют алгоритмы взаимодействия электронных медиа, автоматизацию и большие данные для манипулирования общественным мнением в огромных масштабах, что имеет крайне тревожные последствия для общества. Так исследование Оксфордского интернет-института показало, что пропаганда и манипуляции в СМИ и социальных сетях получили широкое распространение в последние годы - в настоящее время рост отмечен более чем в два раза по сравнению с двумя годами ранее. Исследование показывает, что распространение фейковых - фальшивых новостей и ложных рассказов стало новым веянием благодаря глобальному охвату медиа и социальных сетей.

Хотя пропаганда всегда была частью политического дискурса, глубокие и широкомасштабные масштабы этих кампаний вызывают к жизни все новые тренды. Исследователи продолжают называть глобальное использование инструментов и методов пропаганды «критической угрозой» информационной и национальной безопасности.

Использование пропаганды для формирования общественного мнения с помощью социальных сетей стало широко распространенным явлением, выходящим далеко за рамки действий нескольких акторов. В информационной среде, характеризующейся большими объемами информации и ограниченными уровнями внимания и доверия пользователей, инструменты и методы пропаганды становятся общей и, возможно, важной частью цифровой кампании и публичной дипломатии.

Организованные кампании по манипулированию, по данным на 2019 год, распространены в 70 странах мира, рост более чем в два раза. Методы, которые, как обнаружили исследователи, используются правительствами и политическими партиями для распространения политической пропаганды, включают использование ботов для усиления высказываний или других форм манипулирования контентом; незаконный сбор данных или микро-таргетинг; и использование армий «троллей» для запугивания или преследования политических диссидентов или журналистов в Интернете.

Так, в исследовании Оксфордского интернет-института проанализированы 70 стран мира, в том числе Россия, США, Великобритания, Германия, Китай, Индия, Пакистан, Кения, Руанда, Южная Африка, Аргентина, Бразилия и Австралия.

Выявлено, что 87% стран использовали человеческие учетные записи. 80% стран использовали учетные записи ботов. 11% стран использовали учетные записи роботов. 7% стран использовали взломанные или украденные учетные записи.

52 страны использовали дезинформацию и манипулирование средствами массовой информации, чтобы ввести пользователей в заблуждение. 47 стран использовали спонсируемых государством троллей для нападок на политических оппонентов или активистов в 2019 году по сравнению с 27 странами в 2018 году.

Источники

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации". [Электронный ресурс]URL: [http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/] (дата обращения: 23.05.2023)

Литература

2. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Кача лова]. — М. : Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. — 240 с.

3. Бурдые П. Социология социального пространства URL:

https://socioline.ru/files/5/39/sociologiya_socialnogo_prostranstva.pdf (дата обращения 06. 03.2023)

4. Горошко Е.И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики (кол. моногр.)//Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: ФЛИНТА, Наука, 2012.

5. Журналистика Российской Федерации. [Электронный ресурс]URL: [<http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook723/01/part-009.htm>] (дата обращения: 23.05.2023)

6. Морозова О. Н. Особенности Интернет-коммуникации: определение и свойства // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-kommunikatsii-opredelenie-i-svoystva> (дата обращения: 06.03.2023).

7. «Проект»: Гусинский отказался от борьбы за НТВ в обмен на несколько сотен миллионов долларов с сериалов. [Электронный ресурс]URL: [<https://novayagazeta.ru/news/2019/02/13/149189-proekt-gusinskiy-otkazalsya-ot-borby-za-ntv-v-obmen-na-neskolko-soten-millionov-dollarov-s-serialov>] (дата обращения: 23.05.2023)

8. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Михайлов, 2002.

9. Фуко М. Нужно защищать общество URL:

https://royallib.com/book/fuko_mishel/nugno_zashchishchat_obshchestvo.html (дата обращения 06. 03.2023)

10. Фуко М. Археология знания URL: https://royallib.com/book/fuko_mishel/arheologiya_znaniya.html (дата обращения 06. 03.2023); Фуко М. Жизнь: опыт и наука URL:

https://royallib.com/book/fuko_mishel/gizn_opit_i_nauka.html (дата обращения 06. 03.2023)

11. Якоба И. Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты) // Вестник ИрГТУ. 2012. №3 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-internet-kommunikatsii-sotsiologicheskii-lingvisticheskii-gendernyy-aspekty/viewer> (дата обращения 06. 03.2023)

12. A Brief History of the Russian Media. [Электронный ресурс]URL: [<http://www.interpretermag.com/a-brief-history-of-the-russian-media/>] (дата обращения: 23.05.2023)

13. Alex Roach. Differences in Social Media Use Between the UK and USA. [Электронный ресурс]URL: <https://miappi.com/social-media-use-uk-versus-usa/> (дата обращения: 23.05.2023)

14. Amy Watson. U.S. online mass media industry - Statistics & Facts [Электронный ресурс]URL: <https://www.statista.com/topics/3967/online-mass-media-industry/> (дата обращения: 23.05.2023)

15. Amy Mitchell, Mark Jurkowitz, J. Baxter Oliphant, Elisa Shearer. Americans Who Mainly Get Their News on Social Media Are Less Engaged, Less Knowledgeable [Электронный ресурс]URL: <https://libguides.tru.ca/fakenews/characteristics> (дата обращения: 23.05.2023)

16. Catherine Happer, Greg Philo. The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change [Электронный ресурс]URL: [<https://jspp.psychopen.eu/article/view/96/37>] (дата обращения: 23.05.2023)

17. Christoph Spurk and Dr. Carmen Koch. The Use of Theories of Change in Media and Governance Programmes. [Электронный ресурс]URL:

[https://www.shareweb.ch/site/DDLGN/Documents/Theories%20of%20Change_Media%20Programmes%20and%20Research] (дата обращения: 23.05.2023)

18. Explained: What is False Information (Fake News)?. [Электронный ресурс]URL:

<https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/> (дата обращения: 23.05.2023)

19. Fake News. [Электронный ресурс]URL: <https://libguides.tru.ca/fakenews/characteristics> (дата обращения:

23.05.2023)

20. Geiger A. Key findings about the online news landscape in America. [Электронный ресурс]URL:

<https://libguides.tru.ca/fakenews/characteristics> (дата обращения: 23.05.2023)

21. Katrin Voltmer & Sigrid Koch-Baumgarten. Public Policy and the Mass Media: Influences and Interactions

[Электронный ресурс]URL: [[https://ecpr.eu/Filestore/WorkshopOutline/7dec5157-b73b-497b-8098-](https://ecpr.eu/Filestore/WorkshopOutline/7dec5157-b73b-497b-8098-4a10877f0ba8.pdf)

[4a10877f0ba8.pdf](https://ecpr.eu/Filestore/WorkshopOutline/7dec5157-b73b-497b-8098-4a10877f0ba8.pdf)] (дата обращения: 23.05.2023)

22. Mark Jurkowitz, Amy Mitchell, Elisa Shearer, Mason Walker. U.S. Media Polarization and the 2020 Election: A

Nation Divided. [Электронный ресурс]URL: <https://miappi.com/social-media-use-uk-versus-usa/> (дата обращения:

23.05.2023)

23. Natasha Lomas. Voter manipulation on social media now a global problem, report finds. [Электронный

ресурс]URL: [[https://techcrunch.com/2019/09/26/voter-manipulation-on-social-media-now-a-global-problem-report-](https://techcrunch.com/2019/09/26/voter-manipulation-on-social-media-now-a-global-problem-report-finds/)

[finds/](https://techcrunch.com/2019/09/26/voter-manipulation-on-social-media-now-a-global-problem-report-finds/)] (дата обращения: 23.05.2023)

24. The Media's Role In The Policymaking Process. [Электронный ресурс]URL: [[http://www.aalep.eu/media's-role-](http://www.aalep.eu/media's-role-policy-making-process)

[policy-making-process](http://www.aalep.eu/media's-role-policy-making-process)] (дата обращения: 23.05.2023)

25. Use of social media to manipulate public opinion now a global problem, says new report. [Электронный

ресурс]URL: [[https://www.oii.ox.ac.uk/news/releases/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-](https://www.oii.ox.ac.uk/news/releases/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-global-problem-says-new-report/)

[global-problem-says-new-report/](https://www.oii.ox.ac.uk/news/releases/use-of-social-media-to-manipulate-public-opinion-now-a-global-problem-says-new-report/)] (дата обращения: 23.05.2023)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/360628>