

## ВЛИЯНИЕ СМИ НА ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВЫБОР ИЗБИРАТЕЛЯ

Средства массовой информации играют огромную роль в нашем обществе. Сегодня выборы считаются главной формой проявления демократии. Именно с помощью выборов формируется власть в нашей стране, поэтому представляет интерес, как органы власти доносят до граждан нашей страны информацию в ходе предвыборных кампаний.

С момента проведения первых выборов началось стремительное развитие способов влияния на человеческое сознание с помощью СМИ. СМИ можно разделить на несколько групп:

1) Печать. Самая первая отрасль, оказавшая огромное влияние на ход выборов по всему миру. До сих пор находится на первом месте по степени влияния на человеческое сознание. Главным фактором, послужившим её успеху, является доступность взгляду. В самом деле, по дороге на учёбу, работу или куда-либо ещё, мы невольно смотрим на плакаты, с которых сыплются призывы к голосованию, мало того: буклеты и листовки в почтовых ящиках, афиши на улицах, газеты и журналы. Кстати, последние начали издавать все крупные партии. Прежде всего, доступность этой части СМИ делают её такой привлекательной для всех структур власти.

2) Телевидение. Эта структура СМИ имеет ряд преимуществ по сравнению с печатью. Это, прежде всего возможность увидеть политиков как людей, ведь все мы знаем, как легко можно давать обещания со страниц газет, когда каждое твоё слово заранее оговорено и расписано. Здесь же перед политиками стоит несколько большая задача: они должны показать народу, что они не просто пустышки, бросающиеся заранее отрепетированными фразами, а прежде всего мыслящие люди, готовые не просто к выдвижению своих идей, а к их защите, отстаиванию своей точки зрения. Хотя в последние годы ведётся много разговоров чуть ли не о договоренности между представителями разных партий о поминутном распределении всех дебатов, мы с этой точкой зрения согласиться не можем, поскольку не обладаем достаточной информацией, а делать голословные выводы не совсем корректно. Также по телевидению перед выборами запускают политическую рекламу. Она имеет разную степень воздействия на аудиторию: скажем, в ходе избирательной кампании местного значения, она оказывает довольно несущественное влияние на умы зрителей. В то время как, по заключениям аналитиков, в ходе гонки за президентское кресло её влияние довольно существенно. По нашему глубокому убеждению, политическая реклама в настоящее время довольно часто даётся в таких масштабах, что возникает лишь одно желание — выключить телевизор. В настоящее время политическая реклама должна быть, прежде всего, качественной. Хотелось бы добавить, что, по мнению некоторых психологов, от политической рекламы в настоящее время больше вреда, чем пользы.

3) Интернет. Влияние на общественное мнение глобальной сети в нашей стране пока не очень велико. Вызвано это, прежде всего тем, что сама сеть распространена пока только в крупных областных центрах, да и то пользуются ею лишь немногие, в основном молодёжь. В то время как о влиянии Интернета на жителей даже районных городков, не говоря уже о деревнях и сёлах, даже не приходится говорить. Хотя и общий процент их голосов в общенациональных выборах довольно невысок. Преимущества Интернета перед телевидением неоспоримы. Если при телевизионной передаче со зрителем ведётся монолог, то в Интернете можно применить уже и диалог. Пользователь задаёт интересующий его вопрос и ему приходит ответ. Но полагаться на эти преимущества, по крайней мере, у нас в стране, ещё рано, поскольку не все партии предлагают такую роскошь как диалог с пользователями. Кроме того, многие партии запускают в Интернет политическую рекламу,

которая имеет ряд преимуществ перед телевизионной. Самое важное преимущество — это её ненавязчивость, ведь она находится в небольшом окошечке, что даёт пользователю право выбора: смотреть или не смотреть. Кроме того, все партии имеют свои сайты, куда может заглянуть любой желающий. Как правило, на этих сайтах можно ознакомиться с программой партии, зайти на страничку самых острых вопросов, или заглянуть на форум, где можно высказать своё мнение по тому или иному вопросу. Но правда, на любом форуме имеется модератор, который мигом подчистит все негативные высказывания о партии. Теперь можно отметить недостатки и преимущества Интернета. Главный недостаток у Интернета — это, прежде всего, его недоступность подавляющему числу жителей нашей страны. Об его достоинствах можно говорить долго, но главное — то, что он даёт избирателю возможность быть участником, а не наблюдателем, получать достоверные сведения о работе той или иной партии, а не голословные лозунги типа: «Голосуйте за нас!» или же «Мы и вы неразрывно связаны, мы представляем Ваши интересы» и т.п.

Оценивая роль СМИ в современной избирательной кампании, мы не рассматривали радио как один из источников СМИ, прежде всего за его схожесть с телевидением. Подводя итоги, необходимо сказать, что влияние СМИ на мнение избирателей в наше время делового мира является высоким как никогда. В наше время, когда большинство людей думают о своём куске хлеба, воздействие на их мнение с помощью политической рекламы значительно возрастает. Роль глобальной сети, как беспристрастного источника информации, хотя им и пользуется абсолютное меньшинство людей в нашей стране, всё-таки усиливается. В заключение, мы можем сказать, что всё больше людей начинают думать уже не о красоте речи политика, а прежде всего о красоте его дел, что добавляет нам оптимизма и уверенности в нашем будущем.