Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ В ПЕРИОД ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ (на примере выборов президента США 2016 г.)

Научный руководитель – Семенов Андрей Владимирович

Мамедова Гёнюль Эляр Кызы

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Историко-политологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: mamedovagenjul@gmail.com

Современный политический процесс представляет собой совокупность взаимодействий различных акторов, которые определенным образом воздействуют на внутриполитическую ситуацию. Одним из таких акторов являются средства массовой информации. Причем их влияние на политический процесс настолько сильное, что один из американских журналистов, Дуглас Кейтер, утверждает, что в современном обществе средства массовой информации можно выделить в четвертую ветвь власти[1].

Воздействие, которое оказывают средства массовой информации на общественные процессы, обычно описываются в терминах «становления повестки дня». Повестка дня - это ряд актуальных общественных вопросов, которые определенным образом попали в публичную среду. Повестка дня изучается в рамках теории «agenda-setting»(теория повестки дня), которая занимает центральное место в данной работе.

Теория «agenda-setting» или теория «повестки дня» – теория, изучающая влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение. Согласно данной теории, масс-медиа могут оказывать влияние на определение обществом проблемы как наиболее значимой и важной. Установление повестки и ее влияние на общественное мнение, особенно ярко проявляется в период избирательной кампании. Именно в этот период кандидаты выдвигают ряд наиболее значимых общественных проблем и пути их решений, которые ставят его в выгодное положение по сравнению с оппонентами. Далее кандидат борется за общественное внимание к его повестке. Это означает, благоприятно сформулированная повестка кандидата приводит к победе на выборах. В данной работе влияние повестки показано на примере президентских выборах в США - 2016 г.

Для выявления политической повестки дня, были проанализированы предвыборные речи и заявления кандидатов, после объявления результатов праймериз: от 21 июля 2016 г. (Республиканская партия) и от 28июля 2016 г. (Демократическая партия). Всего проанализировано 147 выступлений кандидатов.

Параметрами сравнения выступлений являются:

[U+27A2] нацеленность выступлений: целевая аудитория;

[U+27A2] проблемы, вывдвигаемые кандидатом;

[U+27A2] предлагаемые решение проблем,выдвинутых кандидатом;

[U+27A2] интенсивность выступлений(сколько выступлений и в каких штатах);

Ø личность, фигурирующие в выступлениях кандидатов.

Источники и литература

1) Дьякова, Е. (2002). Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня. Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук , 144-168.

2) Трахтенберг А.Д., Дьякова Е.Г. (б.д.). Проблема конструирования реальности в процессах массовой коммуникации: гипотеза "Agenda - setting" Получено 27 апрель 2017 г., из Российская академия наук: http://www.ifp.uran.ru/files/publ/eshegodnik/1999/10.pdf

3) Уолтер, Л. (2004). Общественное мнение. Москва

4) Iyengar, S; Kinder, D. (1987). News that mattes: Television and American opinion.

5) McCombs, M.E., and D.L. Shaw. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. Journal of Communication, p. 58-67.