

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/kontrolnaya-rabota/190664>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Связи с общественностью

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Особенности взаимодействия СМИ и органов власти 4

2 Взаимоотношения государства и СМИ в разных странах 6

Заключение 9

Список используемой литературы 10

Введение

Роль и значение средств массовой информации (СМИ) сегодня переоценить трудно. Сейчас СМИ – это дополнительный гарант соблюдения властью прав и свобод граждан в стране.

Реализация основной функции СМИ - обеспечение соблюдения государством права на получение полной и достоверной информации – представляется возможным только в тех случаях, когда существует эффективное взаимодействие органов государственной власти и СМИ. Государство должно давать СМИ свободу действий в сборе, обработке и распространении информации. Последняя должна быть полной, достоверной и объективной.

Но и СМИ должны давать возможность гражданам выражать интересы социума. СМИ, в частности, государственные, вовлечены в управление государством. Но специфика деятельности СМИ направлена на информационные потребности и интересы социума и граждан. Противоречивость данных задач и обуславливает существование системной проблемы коммуникации СМИ и государства. Важно, чтобы первые не были препятствием между государством в лице его органов и социумом.

Коммуникация государственных органов и СМИ является нужным для того, чтобы доносить до общества решения государства, освещать текущую ситуацию в государстве, значимые мероприятия и новости. Такие отношения – один из видов общественных отношений в информационной среде, и они подлежат регулированию со стороны государства

Целью данной работы является рассмотрение работы государственных органов со СМИ.

1 Особенности взаимодействия СМИ и органов власти

Взаимоотношения власти и СМИ с организационной точки зрения осуществляются при помощи работы пресс-служб органов государства. Они могут быть разными, эти отношения. Чаще всего они являются конструктивным диалогом. СМИ в таких отношениях – посредник между обществом и государством. СМИ представляют интересы общества перед государством, граждане формулируют и защищают информационные потребности. Если нет систематических, хорошо структурированных взаимоотношений со СМИ, органы власти будут не в состоянии эффективно решать задачи формирования положительного мнения в обществе.

Современные органы государственной власти, как политические субъекты, нацелены не только пассивно освещать свою работу, но и создавать свои информационные потоки, оперативно размещать информацию. Часто государственные органы заинтересованы в представлении информации в выгодном для них свете. Но задача СМИ – представление информации в объективном виде.

Исторический опыт показывает, что такая особая важная сфера жизни, как коммуникация, находится под постоянной угрозой со стороны государственной власти. В отсутствии свободы коммуникации человек не может существовать и гармонично развиваться. Гарантируемая правом на свободу слова возможность коммуникации означает возможность полного развития и использования всех человеческих качеств, интеллекта, талантов и удовлетворения духовных и иных потребностей. Поэтому свобода слова в юридической литературе определяется как одна из ключевых свобод в обществе, и прежде всего его (общества) политической и духовной сфер.

Список используемой литературы

- 1) Ботьц Н. Албука медиа. - М.: Европа, 2011
- 2) Декларация Гильдии судебных репортеров "О принципах честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, а также журналистского расследования"// <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/759-deklaratsiya-gildii-sudebnykh-reporterov-o-printsipakh-chestnoj-raboty-v-zhanrakh-sudebnogo-ocherka-i-reportazha-a-takzhe-zhurnalistiskogo-rassledovaniya> (дата обращения 28.05.2021)
- 3) Евдокимов В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве. — М.: ИНФРА-М, 2018
- 4) Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации"//http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения 28.05.2021)
- 5) Исторические хроники// <https://archive.is/20120909085610/www.izvestia.ru/letters/article36588/#selection-777.0-777.20> (дата обращения 28.05.2021)
- 6) Кодекс профессиональной этики российского журналиста// <http://docs.cntd.ru/document/901854413> (дата обращения 28.05.2021)
- 7) Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)/// http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения 28.05.2021)
- 8) Хартия телерадиовещателей// <https://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/756>(дата обращения 28.05.2021)

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://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/190664>