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/referat/95936>

Тип работы: Реферат

Предмет: Журналистика

Содержание

Введение 3

1. Проблемно-тематические направления исследований эффективности деятельности СМИ 4

2. Характеристика основных социологических методов, применяемых в исследовании эффективности деятельности СМИ 7

3. Анализ примеров социологических исследований эффективности деятельности СМИ за 2016 -2019 г.г. 10

Заключение 14

Список литературы 15

Наиболее острыми проблемами в рассматриваемой сфере являются проблемы взаимодействия и взаимоотношений государственной власти со структурами массовой информации, государственный контроль за их деятельностью и устранение цензуры информационных продуктов, адекватность наличия такой информации в государственной собственности.

При решении проблемы взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации необходимо учитывать два основных момента. Государственным органам необходимо активное информационное взаимодействие с гражданами и всеми структурами гражданского общества через средства массовой информации, способные представлять и передавать свою позицию обществу и оценивать текущие внутренние и зарубежные политические события без каких-либо искажений.

Поэтому, особенно во времена глубоких социально-экономических преобразований, на начальном этапе формирования открытого гражданского общества и рыночной экономики без устоявшихся правовых норм и культурных и моральных традиций в области массового распространения информации, желательно, чтобы часть средств массовой информации оставалась в государственной собственности. В то же время правительство обязано создавать максимально благоприятные условия для существования и активной деятельности средств массовой информации, независимо от этого и, прежде всего, с экономической точки зрения. Только такие независимые средства массовой информации могут быть полноправными субъектами гражданского общества и всей его структуры, которые действуют как механизмы социального анализа и контроля и действуют как канал «обратной связи», реализующий влияние общественного мнения на правительство.

Вопрос о собственности СМИ и влиянии этого фактора на их объективность сегодня имеет фундаментальное значение для развития демократии в России.

Наличие различных видов СМИ в смысле собственности не исключает государственного и общественного контроля за законностью их деятельности и необходимостью устранения монополизации и обеспечения свободной конкуренции в области массового распространения информации, что, как инструмент Управление информацией, существенно влияет на формирование общественного мнения и, конечно, существуют некоторые угрозы.

Такие угрозы включают, прежде всего, значительное расширение возможностей для нарушения естественного права человека на неприкосновенность частной жизни, включая личные и семейные тайны, политическое манипулирование общественным мнением и монополизацию средств и систем средств массовой информации факторами, предоставляемыми ресурсом на рынке. информация, такая как государство и элитные группы. Столкновение политических и экономических интересов, которое в то же время вызывает возникновение «информационных войн».

Основное направление борьбы с этими угрозами безопасности информации отдельных лиц, общества и государства лежит в правовом поле, в сфере законодательного регулирования информационных отношений, концептуальной основой которого должна стать передача естественного и неотъемлемого права человека, и граждане к информации в системе позитивного права. При этом следует установить свободу всех компонентов права на информацию, раскрываемых через такие действия, как поиск, получение, передача, производство и распространение информации.

Защита неприкосновенности частной жизни в информационной сфере представляет собой четкое законодательное регулирование общественных отношений, возникающих в результате действий с персональными данными, персональными данными, неотвратимости наказания за установленные законом нарушения закона в этой области и обеспечения эффективного функционирования института уполномоченный сотрудник по работе с персональными данными, возможно, в составе института Уполномоченного по правам человека

В настоящее время принято различать две основные модели политического манипулирования - «психологическую» и «рациональную». Суть психологического варианта манипуляции заключается в использовании автоматической реакции индивида на определенные психологические действия. В качестве форм рационального манипулирования используются уменьшение объема доступной информации, преднамеренное сокрытие информации, предоставление необъективной информации и информационная перегрузка.

Использование манипулятивных технологий информирования различными агентами информационного рынка и, прежде всего, элитными группами в борьбе за политическую и экономическую власть в принципе способно дестабилизировать политическую и социальную обстановку в стране и качественно деформировать морально-нравственные устои и идеалы российского общества. Сложность организации эффективного противодействия этому вызову заключается в том, что его генезис лежит как в форме представления, так и, что самое главное, в самом содержании информации, предоставляемой массовому пользователю.

Для обеспечения благоприятного политического климата в стране, атмосферы заинтересованности власти и общества в доверительном и уважительном общении российской власти следует отказаться от использования агитационно-пропагандистских методов и манипулятивных информационных технологий при массовом информировании населения, показав тем самым достойный пример всем факторам информационного рынка.

1. Характеристика основных социологических методов, применяемых в исследовании эффективности деятельности СМИ

Изучение массовой коммуникации как социального явления началось в 1920-х годах. Общеизвестно, что начало исследований в области массовых

Список литературы

1. Бочаров, А. Н. Основные принципы типологии современных советских журналов [Текст] / А. Н. Бочаров // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. - 2015. - № 3. - С. 32-33.
2. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент [Текст] / А. Б. Зверинцев. - СПб., 2017.
3. Кулев, В. С. Деловая пресса [Текст] / В. С. Кулев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. - 2017. - № 5. - С. 39-43.
4. Кули, Ч. Х. Социальная самость. Американо-социологическая мысль [Текст] / Ч. Х. Кули. - М., 2016.
5. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е. П. Прохоров. - М., 2018.
6. Реснянская, Л. Л. Эволюция газетно-журнальной периодики / Л. Л. Реснянская // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. 2018 г.
7. Руденко, И. Н. Методика типологического анализа периодической печати [Текст] / И. Н. Руденко. - М., 2015.
8. Терин, В. П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада [Текст] / В. П. Терин. - М., 2019.
9. Фаломеева, Т. В. Социальная психология: Практикум [Текст] / Т. В. Фаломеева. - М., 2019.
10. Фомичева, И. Д. Пресса на рынке информации - М., 2015.
11. Ф. Дцов Социологическое исследование. Методология, программа, методы [Текст] / В. А. Ядов. - М., 2018.
12. Dominick, J. R. The Dynamics of Mass Communication [Text] / J. R. Dominick. - N.Y., 2016.
13. Lippmann, W. Public Opinion [Text] / W. Lippman. - N. Y., 2017

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/referat/95936>