

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/referat/226219>

Тип работы: Реферат

Предмет: Масс-медиа

Оглавление

Введение 3

1. Понятие и сущность массовых коммуникаций 4

2. Направления и методы эмпирических исследований массово-коммуникативной деятельности 7

Заключение 13

Список литературы 15

Введение

Объективные проблемы, определяемые состоянием современного общества: высокая роль коммуникаций и их развития в современном обществе. На рубеже 20-21 вв. общество не успевает освоить и адекватно применить новые возможности. Оно не успевает реагировать на быстрое развитие и внедрение новых информационно-коммуникативных технологий (высокая скорость эволюции информационно-коммуникативных систем).

Коммуникация – процесс обмена информацией между системами. Массовая коммуникация - исторически сложившийся и развивающийся во времени технически опосредованный процесс создания, хранения, распределения, распространения, восприятия информации и обмена ею между социальным субъектом (коммуникатором) и объектом (коммуникантом).

Понятия «массовая коммуникация», «массовая информация» активно вошли в язык в конце XX столетия. Что связано с осмыслением социологами особенностей поведения в рамках специфического вида социальной общности «масса», «толпа», «публика», и с техногенным фактором: появлением принципиально новых средств передачи информации. Средства коммуникации выступают вещественным, материальным компонентом коммуникативного процесса и всегда выражают собой способ передачи, сохранения, производства и распространения культурных ценностей в обществе. Средства массовой коммуникации (СМК) — технические средства (печать, радио, кинематограф, телевидение, компьютерные сети), с помощью которых осуществляется распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т. п.) на количественно большие рассредоточенные аудитории.

Актуальность темы заключается в том, что массовая коммуникация - это одно из тех важных явлений общества, которое заметно сказывается на развитии общественных отношений, она активно участвует в процессе становления общественного мнения.

1. Понятие и сущность массовых коммуникаций

Массовая коммуникация – это процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории.

Средства массовой коммуникации (СМК) – это специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории.

Массовая коммуникация прежде всего характеризуется:

- ☐ наличием технических средств, обеспечивающих регулярность и тиражированность;
- ☐ социальной значимостью информации, способствующей повышению мотивированности массовой коммуникации;
- ☐ массовостью аудитории, которая вследствие ее рассредоточенности и анонимности требует тщательно продуманной ценностной ориентации;
- ☐ многоканальностью и возможностью выбора коммуникативных средств, обеспечивающих вариативность и вместе с тем нормативность массовой коммуникации.

Главным условием, определяющим массовую коммуникацию, является специфика аудитории и коммуникатора.

Отличительные особенности массовой и безличной коммуникации представлены в таблице 1.

Список литературы

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. Учебное пособие / Г.П. Бакулев. - М.: Аспект пресс, 2016. - 176 с.
2. Бойко, В. Й. Искусство коммуникации / Виктор Бойко. - М.: ДЕКОМ, 2014. - 508 с.
3. Головкин, Б. Деловые издания: Информационный менеджмент массовой коммуникации / Бориэль Головкин. - М.: Издательство Михайлова В. А., 2016. - 128 с.
4. Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. - М.: РУДН, 2015. - 330с.
5. Коханая, О. Е. Массовая Коммуникация В Процессах Самоорганизации Социума: Тезисы / Коханая Ольга Евгеньевна. - Москва: СПб. [и др.]: Питер, 2013. - 740 с.
6. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. - М.: Либроком, 2014. - 360 с.
7. Романов, А. А. Массовые коммуникации / А.А. Романов, Г.А. Васильев. - М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2013. - 240 с.
8. Тавокин, Е. П. Массовая коммуникация. Сущность и состояние в современной России. Учебное пособие / Е.П. Тавокин. - М.: Либроком, 2015. - 200 с.
9. Федотова, Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Л.Н. Федотова. - М.: Научный мир, 2013. - 214 с.
10. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 320 с.

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/referat/226219>