

*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/355391>

**Тип работы:** Реферат

**Предмет:** Реклама и PR

Введение 3

1. Средства массовой информации: основные виды, сущность, функции 4

2. Влияние СМИ на информационный процесс 8

3. Политические коммуникации в СМИ 11

Заключение 13

Список литературы 14

1. Средства массовой информации: основные виды, сущность, функции

Средства массовой информации - газеты и журналы, теле- и радиопередачи, документальные фильмы, а также иные периодические формы распространения массовой информации. СМИ представляют собой не что иное, как одну из форм распространения информации. Таких форм может быть сколько угодно, но наиболее значимыми из них являются следующие :

- периодическое печатное издание;
- радиопрограмма;
- телепрограмма;
- видео - и кинохроникальные программы;
- специализированные СМИ.

1) Периодическое печатное издание характеризуется наличием постоянного названия, а его номера выходят не реже одного раза в год. Периодическое печатное издание представляет собой своего рода материальный носитель с закрепленной на нем информацией с определенными деталями. К периодическим изданиям относятся:

Газета - периодическое издание, выходящее через короткие промежутки времени. Традиционно газета содержит в себе официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и иным вопросам. Кроме того, в газете могут печататься также литературные произведения и реклама.

Журнал представляет собой печатное периодическое издание. В нем содержатся статьи или рефераты по общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам. Также в журнале могут выходить литературно-художественные произведения с постоянной рубрикой.

Бюллетень - выходящее оперативно периодическое или постоянное издание. Оно содержит в себе сокращенные информационные материалы по вопросам, входящим в компетенцию выпускающей его организации.

Печатные издания могут также включать другие публикации.

2) Радиопрограмма - это совокупность периодических звуковых сообщений и передач, которые имеют постоянное название и транслируются по радио не реже одного раза в год. Радиопрограмма - это некий материальный носитель, существующий в виде физического электромагнитного поля, отображающий то или иное звуковое сообщение в виде сигналов определенного частотного спектра.

3) Телепрограмма представляет собой набор периодических аудиовизуальных сообщений.

Аудиовизуальное сообщение - это информация, являющаяся собой ряд взаимосвязанных кадров (со звуковым сопровождением или без него), предназначенных для зрительного и слухового восприятия с помощью соответствующих технических устройств и программ, имеющих постоянное название и транслируемых по телевидению не реже одного раза в год.

4) Видео- и кинохроникальные программы - совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов. Они имеют постоянное название и издаются не реже одного раза в год. Программы видео- и кинохроники существуют в виде пленок, видеокассет (других материальных носителей), на которые с помощью определенной технологии записываются видео- и звуковые сигналы.

5) Специализированные СМИ - это такие средства массовой коммуникации, по отношению к которым имеются установленные законом специальные правила их регистрации или распространения их продукции.

Средства массовой информации бывают визуальными (периодическая печать), аудиальными (радио), аудиовизуальными (телевидение). Все средства массовой информации, независимо от существующих между ними различий, объединяются благодаря общности функций и особой структуре коммуникативного процесса в единую систему массовой коммуникации.

СМИ значительным образом влияют на формирование сознания людей. Из-за этой своей особенности печатные и электронные СМИ являют собой неотъемлемую часть современного общества.

Средства массовой информации проникли в жизнь каждого цивилизованного человека. В современных демократических государствах каждый гражданин, независимо от его пола, возраста, расы, национальности и вероисповедания, имеет право знать обо всем, что происходит в стране и мире. Это обусловлено тем, что демократия предусматривает публичность.

1. Андреев Э. М. Средства массовой информации и реформирование России - «Социально-политический журнал», 1996, № 4.
2. Балытников В. «Четвертая власть: правовое регулирование. - «ОНС», 1995, № 6.
3. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: Монография / А.А. Грабельников. М.: Изд-во РУДН, 2001.
4. Задорин И., Бурова Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество: становление демократических ценностей. М.: Гендаль, 1999.
5. Иголкин А. Пресса как оружие власти // Россия-21век. №11-12. - 2009.
6. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2002.
7. Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. М.: КНОРУС, 2009.
8. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-Бук. 2012.
9. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2003.
10. Федорова Е.В. Медиатизация как важный ресурс современного политического процесса, направленный на адаптацию политических субъектов к новым формам массовых коммуникаций. Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal. - № 3., т. 10. - 2018.
11. Цуладзе А. «Большая манипулятивная игра», М., 2000.

*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/355391>