

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Массовая коммуникация: специфика представления экономической информации в печатных СМИ

Бродуленко Ксения Николаевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: ksenia.brodulenko@yandex.ru

«Кто владеет информацией, тот владеет миром». Это знаменитое высказывание, принадлежащее Якобу и Натану Ротшильдам (представители семьи банкиров, финансовых магнатов и филантропов), особенно ярко изображает картину информационного общества. В ситуации постиндустриального общества приоритетное место занимает процесс производства, хранения и использования информационных ресурсов, то есть процесс производства богатства за счет знаний и информации [2]. Информация с течением времени становится не просто сообщением, несущим какую-либо информацию, а экономической категорией. Получив рыночную оценку, она уже более не бесплатна. Появляется информационный рынок, где информация продается и покупается [1]. В связи с этим увеличивается инвестирование в информацию. Это позволяет получить новую информацию, извлечь дополнительную прибыль, а также воздействовать на поведение людей [3].

Таким образом, в данной работе представлено исследование типов печатных СМИ, их функций, направленности. Рассмотрена история возникновения печатной индустрии и, конечно же, принцип представления экономической информации в разных видах в деловой периодики.

Литература

1. Г. Мельник, С. Виноградова «Деловая журналистика» : учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010. – 304 с.
2. А.А. Хозяинова «Классификация СМИ и история их развития» курсовая работа
3. Письменная Е.В. Профессиональная этика в деловой прессе, М.: Издательский дом "Хроникер 2004. - 176 с.
4. Работа по теме «Виды информационных и вычислительных услуг» <http://www.resurs.kz/ref/informatsionnih-i-vichislitelnih-uslug>