

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ІНОЗЕМНИХ МОВ  
ЛІНГВІСТИЧНИЙ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ  
ЦЕНТР**

**МАТЕРІАЛИ  
X ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ ТА  
ВИКЛАДАЧІВ  
ЛІНГВІСТИЧНОГО НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО  
ЦЕНТРУ КАФЕДРИ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

**“WITH FOREIGN LANGUAGES TO MUTUAL  
UNDERSTANDING, BETTER TECHNOLOGIES AND  
ECOLOGICALLY SAFER ENVIRONMENT”**

**(Суми, 24 березня 2016 року)  
The tenth all Ukrainian scientific practical student`s,  
postgraduate`s and teacher`s conference**

## KOMMUNIKATIONSMEDIEN FORSCHER UND JOURNALISTEN «LIEGT» IM PUBLIKUM

*L. Herman – Sumy Staatliche Universität,  
gruppe MDm-41*

*M. M. Dunaeva - Lehrer-Berater*

Massenmedien spielen in der modernen Welt eine wichtige Vermittlerrolle zwischen den Informationen und dem Publikum. Um ihre soziale Rolle erfolgreich erfüllen die Medien um die Geschmäcker und Vorlieben des Empfängers zu orientieren. In diese Probleme kann man Medienforschung Praktizierenden Journalisten zu helfen. Nachdem alle theoretischen Kenntnisse und Erfahrungswerte sind zwei Seiten der gleichen Medaille der sozialen Kommunikation.

Das Problem des Verhältnisses von Theorie und Praxis des Journalismus war und ist im wissenschaftlichen Bereich relevant. Insbesondere in der deutschen Wissenschaft auf das Thema des Verhältnisses von Theorie und Praxis Journalismus sind viele Experten in der Massenkommunikation: Otto Groth, Peter Hals, Claudia Mast, Klaus Shonbah, Wolfgang Rudolph Langenbucher angesprochen.

In der deutschen Wissenschaftsraum ist keine integrierte und umfassende Studie, die theoretische und praktische Aspekte unterbreitet und sind keine Empfehlungen für die Verbesserung der Arbeit der praktizierenden Journalisten. Es gibt eine wissenschaftliche Notwendigkeit, die komplexen Beziehungen zwischen Journalismus und mediadoslidzhen zu verstehen. Nach der Praxis der Medien und Medienforschung sind zwei Systemstruktur im Journalismus.

Also, wie kombiniert Praxis der Medien und Medienforschungsstudien und welcher ist ihren Verhältnis?

1. Wegen der Krise der Medienmarkt gibt es einen Bedarf für neue Zeitungsarten.

Die Krise der Presse ist nicht nur wirtschaftliche, sondern struktureller Art. Der neuen Medienepoche ist klassische Zeitung, wie es seit Jahrzehnten war, nicht mehr so eine interessante modernes Publikum gemacht. Auf dem Mediamarkt ist ein starker Konkurrent, die Nachrichten verteilt schnell und kostenlos - Internet.

2. Das Publikum ist eine Kommunikationsverbindung zwischen Journalismus und Medienwissenschaften.

Die Erforschung Geschmacks und Vorlieben des Publikums ist der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg Publikationen. Die Medienforschungen sind Werkzeuge für diese Erforschung.

3. Das Problem der Journalisten ist, dass sie nicht wissen, die echte Bedürfnisse und Vorlieben des Publikums, eine echte journalistische Unwissenheit.

Journalisten kennen nicht ausreichend über soziologischen und statistischen Methoden zur Untersuchung die Meinungen seine Publikum. Sie haben oberflächliche Verständnis für die wirklichen Ansichten und Vorlieben des Publikums.

4. Die oben beschriebene Situation führte zur Bildung einer neuen Art des Journalismus - Journalismus Anpassung und Medien Marketing.

Der Ziel diesen neuen Art ist die Versuch des Wider sprüche zwischen den Ansichten der Redakteure der Medien und dem Publikum die wirkliche Lage der Dinge zu erkennen.

Medien bilden die Werte und Präferenzen des Publikums, aber es muss eine Rückmeldung. Das ist einzige Möglichkeit, um den notwendigen Ausgleich zu erzielen.

5. Die Kraft der Medien zeigt im Wettbewerb. Nicht auf die Bedürfnisse der Zielgruppe werden angepasst nicht den Medienmarkt Kampfes stehen.

Wenn das Medium in der Lage ist mit einer ähnlichen Medien zu konkurrieren, ist der Fokus auf das Publikum auf der entsprechenden Ebene.

6. Für Journalisten Erfolg in der Zukunft muss man der Wunsch der Leser zu nehmen.

Die Befragung der Redakteure von Tageszeitungen und Zeitschriften, die von den Forschern Mast, Popp und Taylor hat gezeigt, dass 61% denken, so Redakteure und 54% der Führungskräfte Zeitschriften.

7. Die Journalisten müssen bei ihrer täglichen Arbeit notwendigerweise die Medienforschung benutzen, als Garant für Professionalität.

Die Analyse der Wirtschaftsmagazine in den 70er Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts zeigten eine geringe Wirkung auf den Leser. Führungsmedien bei der Gestaltung der Strategie funktionieren Veröffentlichung.

So in der journalistischen Praxis Kenntnisse über die Besonderheiten ihres Publikums führt eine äußerst wichtige Funktion - um für den Verbraucher anzupassen. Weil die Medien als Vermittler zwischen Informationen und das Publikum hat, seine Mission auf einem hohen Niveau zu erfüllen. Eine Medienforschung sollte als Kompass für die berufliche Tätigkeit eines jeden erfolgreichen Media zu dienen.