

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/kurovaya-rabota/270006>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Журналистика (другое)

Введение 3

Глава 1 Теоретические аспекты сравнения журналистика в Интернете и в традиционных СМИ

5

1.1 Роль и функции СМИ в современном обществе 5

1.2 Сравнительный анализ газеты и ее онлайн-версии 8

Глава 2 Исследование журналистики в Интернете и в традиционных СМИ 11

2.1 Сравнительный анализ печатных и электронных новостных материалов 11

2.2 Сравнительный анализ газеты «Аргументы и факты» и ее онлайн версии 14

Заключение 18

Список использованной литературы 20

Введение

Актуальность темы. Не так давно наши возможности быстро и полно узнавать последние новости были в некоторой степени ограничены: печатные СМИ и телевидение сообщали нам только значительную часть оперативной информации и, как правило, с серьезным опозданием во времени.

Современный этап развития общества характеризуется значительным изменением коммуникационного пространства из-за растущего влияния электронных средств связи. В последние годы электронные СМИ стали чрезвычайно популярными и по ряду параметров превосходят печатные СМИ. К недостаткам печатных изданий можно отнести тот факт, что поиск необходимой информации с их помощью часто бывает гораздо менее эффективным и быстрым, чем публикации в интернете. Пока человек ищет подходящий журнал или газету, он может потерять огромное количество времени. Получив доступ к электронной онлайн-версии соответствующего издания, вся соответствующая информация может быть получена быстро и исчерпывающе.

В электронном аналоге печатного издания Новости транслируются мгновенно. Помимо актуальных новостных обзоров, читателям аналогов сети печатных СМИ доступны такие дополнительные "бонусы", как видеоролики, представленные новостным ресурсом, и/или аудиодорожки интервью. По понятным причинам в печатных СМИ такая подача информации, как известно, невозможна. Кроме того, в отличие от печатных средств массовой информации, электронные средства массовой информации имеют; важный инструмент коммуникации, связанный с нелинейным способом организации текстового пространства, такого как гипертекст. Использование гипертекста открывает новые возможности для хранения и представления текстовой информации и в настоящее время формирует новую культуру восприятия текста.

Дальнейшее развитие информационных технологий дало миру глобальную сеть Интернета. Сейчас трудно представить современного человека, которому никогда бы не пришлось использовать ресурсы этой уникальной сети. На сегодняшний день практически все «серьезные» учреждения считают необходимым наличие своей страницы в Интернете (своего рода высокотехнологичной «визитной карточки») как наиболее удобный способ донести до потребителя информацию об их услугах или продуктах. Было бы наивно предполагать, что всеобщая "интернализация" не коснется такой гибкой и динамичной отрасли общественной жизни, как журналистика. Само появление сети, связывающей практически все государства мира с их инфраструктурой, привело к появлению средств массовой информации, главным преимуществом которых должна быть скорость. И только существующие издания в «электронном» виде вполне способны соответствовать этому критерию - свежая информация поступает сюда практически каждую секунду и мгновенно становится известной публике.

Популярность электронной прессы во всем мире продолжает расти, как отмечают аналитики, популярность печатных СМИ постоянно снижается, в то время как сетевые ресурсы распространяются в геометрической прогрессии и приносят значительный доход владельцам. Эту тенденцию можно объяснить тем, что

Интернет предоставляет читателю самые широкие возможности: помимо текста вы можете просматривать фотографии и видео, а также сразу оставлять комментарий-мнение по конкретному вопросу. Средства массовой информации в Интернете сегодня являются неисчерпаемой темой. Не только потому, что тема обсуждения обширна, например, Вавилонская библиотека, но и потому, что любой, кто высказывается по этому поводу на нашей Родине, предлагает, как правило, свою особую точку зрения на этот вопрос. И у многих людей, в целом серьезных и последовательных, эта точка зрения периодически меняется.

Цель данной работы – провести сравнительный анализ журналистики в Интернете и в традиционных СМИ. Для этого в работе решаются три взаимосвязанные задачи:

- рассмотреть роль и функции СМИ в современном обществе;
- выполнить сравнительный анализ газеты и ее онлайн-версии;
- провести сравнительный анализ печатных и электронных новостных материалов;
- исследовать сравнительный анализ газеты «Аргументы и факты» и ее онлайн версии.

Предмет данной работы – современная журналистика.

Объект данного исследования – особенности журналистских материалов в онлайн-СМИ и традиционных СМИ.

Теоретической основой исследования выступают труды российских учёных в области: теории и типологии журналистики (А.И. Акопов, А.П. Короченский, В.В. Тулупов, И.Д. Фомичева и др.); интернет-журналистики (А.А. Калмыков, А. Амзин, Л. Коханова, М.М. Лукина, О.В. Шлыкова, К. Вейлер, Е. Горный, И. Давыдов, И. Кирия, А.В. Колесниченко, Е. Л. Вартанова и др.); теории жанров и медиатекстов (Л.Е. Кройчик, А.А. Тertyчный, Г. Лазутина, Н.А. Кузьмина, А.А. Горячев и др.).

Глава 1 Теоретические аспекты сравнения журналистика в Интернете и в традиционных СМИ

1.1 Роль и функции СМИ в современном обществе

В процессе формирования общества возникали и развивались различные социальные институты: политические, экономические, образовательные, юридические, научные и т. д. На определенном этапе социального развития появился такой социальный институт, как средства массовой информации (далее – средства массовой информации), чтобы удовлетворить потребность людей в общении, без чего сегодня невозможно представить, как функционирует мировое сообщество.

Большинство исследователей языка СМИ сходятся во мнении, что средства массовой информации не просто отражают окружающую реальность, объективно фиксируя события, происходящие вокруг события, они прямо или косвенно влияют в открытой или скрытой форме на все социально-политические процессы и их роль в развитии событий. общество определяется совокупностью функций, которые они выполняют [15]. В ходе анализа отечественной и зарубежной современной литературы по этой проблеме были выделены основные функции средств массовой информации: информационная, идеологическая, познавательная, развлекательная, образовательная, рекламная [18].

Информационная функция (функция Сообщения, репрезентативная ссылка) заключается в том, что средства массовой информации предназначены для информирования общественности о событиях и условиях жизни в непосредственной близости, сообществе, мире в целом. В настоящее время подчеркивается важность этой функции, поскольку оперативная информация в условиях глобализации, в сложном процессе межкультурного взаимодействия способна во многих отношениях обеспечить стабильность и динамику мирового порядка. Эта функция в полной мере реализуется в информационных материалах в прессе, а также в информационных программах на телевидении и Радио [7].

В исследованиях некоторых американских лингвистов в информационной функции выделяются следующие две частные функции.

1. удовлетворение потребностей общества в информации, в первую очередь в отношении важных политических и экономических событий, которые напрямую влияют на жизнь каждого члена общества (публичный мониторинг). Эта функция имеет большое значение для темы сообщения. Освещая негативные моменты, последствия того или иного события, он позволяет журналистам привлечь внимание общественности, властей к актуальной проблеме, политического деятеля, бизнесмена, организации, побуждая заинтересованных лиц действовать для исправления ситуации. Это может как заручиться

поддержкой читателей, так и повысить популярность известной личности, способствовать процветанию конкретной политической и экономической организации и вызвать критику со стороны общественности с соответствующими последствиями для темы сообщения [11].

2. удовлетворение частных информационных потребностей (частный мониторинг), когда любой член общества может получить информацию, которая имеет для него актуальное значение в данный момент (спортивные и культурные мероприятия, научная жизнь, общественная и частная жизнь знаменитостей, погода, мода и т. д.). реализация этого решения функция позволяет получать информацию в различных областях деятельности, чувствовать себя в безопасности от информации и быть уверенным в стабильном развитии общества [1].

Поскольку средства массовой информации оказывают огромное влияние на общество, их часто называют "четвертой властью". В результате распространение информации в средствах массовой информации подвергается ряду ограничений, которые в основном определяются типом власти и формой организации государства. Таким образом, для неокоталитарного общества характерны институциональные ограничения, имеющие юридическую привязку (например, в перечнях сведений, составляющих государственную тайну). С другой стороны, существуют обычные ограничения, основанные на социально-культурных нормах общения (соблюдение этических норм, право человека на неприкосновенность частной жизни), что часто нарушается, особенно в публикациях так называемой «таблоидной прессы». Кроме того, в Соединенных Штатах и странах Западной Европы журналисты также должны руководствоваться принципом социальной ответственности (social responsibility). Дело в том, что своими материалами корреспонденты должны вносить свой вклад в улучшение, улучшение общества, призывая к этому общественность ("...люди новостей ожидают внести свой вклад в улучшение общества, побуждая аудиторию СМИ вести себя социально ответственным образом") [19].

Идеологическая функция (функция интерпретации) считается одной из наиболее важных функций средств массовой информации. Видение событий представляется массовой аудитории через призму определенных культурных ценностей и политических ориентаций. Следует отметить, что автор аналитической статьи не всегда прямо говорит читателю, какой вывод следует сделать из его материала или каковы должны быть

1. Акопов, А. И. Типологические признаки сетевых изданий // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2020. – № 1. – С. 42–44
2. Апджон, Р. Интернет для журналистов. – М. : Интерньюс, 2019. – 224 с.
3. Бакулев, Г. П. Конвергенция медиа и журналистика. – М.: Глобол, 2019. – 109 с.
4. Бакулев, Г. П. Новые медиа: теория и практика. – М.: Изд-во КЛМ, 2018. – 137 с.
5. Бурова, Ю. Е. Содержательные тенденции развития современной журналистики // Гуманитарные аспекты современных массмедиа - 2020. – С. 79–81.
6. Друнина П.А. Система средств массовой информации РФ. – М.: Аспект, 2018. – 232 с.
7. Засурский, Я. Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. – М.: МГУ, 2020. – 247 с.
8. Катаева, Л. А. Конвергенция СМИ и проблемы сетевой журналистики. – Белгород: БелГУ, 2017. – 92 с.
9. Лукина, М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – М.: Аспект-Пресс, 2020. – 348 с
10. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве интернета. – МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018 – 87 с.
11. Машкова С.Г. Интернет-журналистика. – Тамбов, 2018 - 80 с.
12. Монахов, В. Н. СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования- М. : ЭКОПРИНТ, 2018. – 320 с.
13. Мустафина, А. А. Русскоязычные ресурсы Интернет по средствам массовой информации. – Самара : Проект Хармони, Инк., 2020. – 27 с
14. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество: Учебное пособие - М.: РИПхолдинг, 2019. – 287 с.
15. Соколинский, В.М. Журналистика. - М.: КноРус, 2019. - 496 с.
16. Стечкин, И. В. Трансформация социально-функциональных ролей журналиста в Интернете. – М.: Аспект-пресс, 2020. – 245 с.
17. Сюндюков Н.К. Интернет-СМИ и особенности их функционирования // Управленческое консультирование. – 2021. – № 12 (72). – С. 180-191
18. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие – М. : Аспект-Пресс, 2020. – 312 с.
19. Устюжанина Д.А. Интернет-журналистика : учеб. пособие. - Красноярск: СФУ, 2019. – 116 с.
20. Фомичева, И. Д. Социология интернет-СМИ : учеб. пособие. – М.: Фак. журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018. – 79 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/kurovaya-rabota/270006>