

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/389976>

Тип работы: Реферат

Предмет: История журналистики

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. Тенденции и перспективы развития рынка печатных СМИ в России 4

1.1 Положительные и негативные тенденции на рынке печатных СМИ 4

1.2 Коммерциализация и нарушение этики рекламы как проблема современных печатных изданий 7

1.3 Экологичность производства прессы. Переход к цифровой прессе 11

ГЛАВА 2. Тенденции развития современной городской газеты в России 14

2.1 Особенности городской периодики в России: издание, востребованность в регионах 14

2.2 Интегрирующая роль городской прессы 15

ГЛАВА 3 Векторы развития современной детской прессы в России 17

3.1 Тенденции развития российской детской прессы 17

3.2 Проблемы развития российской детской прессы 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 20

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 21

Известно, что в современном мире коммерциализация оказывает огромное влияние на издателей. Продажа выпусков, тираж становится важнее социальной ориентированности издания.

В последнее время значительно расширилась тематика изданий для детей, в то время как они далеко не всегда соответствуют стандартам качества и требованиям морали. К тому же, журналам приходится отчаянно бороться за детское внимание с Интернетом и телевидением. Нельзя списывать со счетов и конкуренцию между детскими печатными изданиями. Сложности также связаны с меньшей степенью интерактивности и более высокой стоимостью печатных выпусков.

В настоящее время российский рынок печатных средств массовой информации переживает не лучшие времена.

Целью данной работы является рассмотрение основных тенденций и условий развития современной российской прессы.

ГЛАВА 1. Тенденции и перспективы развития рынка печатных СМИ в России

1.1 Положительные и негативные тенденции на рынке печатных СМИ

На российском рынке печатной прессы в 2017 году обозначилась тенденция к лучшему, но незначительно. Выйти из кризиса или хотя бы серьёзно стабилизировать ситуацию эта индустрия пока не смогла. По оценкам отраслевых экспертов, объем газетно-журнального рынка России (реклама + продажи) в 2013 году составил 112,5 млрд руб., в 2014 году – 106,0 млрд руб., в 2015 году – 102,8 млрд руб., в 2016 году – чуть более 100 млрд руб., а в 2017 году – менее 100 млрд руб., да и то во многом благодаря пересчёту объемов рынка рекламы в прессе, проведённому Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) по инициативе 11-ти крупнейших издательских домов страны. При этом выручка от реализации тиражей печатной прессы, а также рекламы в ней продолжала падать, но темпы этого падения существенно замедлились [6, с. 237].

На протяжении последних лет можно наблюдать на рынке печатной российской прессы можно наблюдать следующие тенденции: значительное сокращение объемов печатной периодики (газет, журналов), которые приобреталась ранее населением России по подписке или в розницу; структура и источники доходов издательских компаний меняются; новые технологии – залог лидерства на рынке и возможность удовлетворить растущие запросы потребителей.

Бадагуев Б.Т. Экологическая безопасность предприятий. М.: Химия, 2012.

Владимиров, В.А. Катастрофы и экология / В.А. Владимиров. – М.: 2000.

Емельянов С.М. Информация как энергетическая субстанция социально-коммуникативных практик в брендинговых процессах // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: мат. V Межд. научно-практ. конф. 18-21 марта 2019 года /под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: СПбГЭУ, 2019. – С. 35-40

Литунов С.Н. Технология печатных процессов. Омск: Издательство ОмГТУ, 2017.

Макарова Н. Я. Деонтологические компетенции в профессиональной деятельности журналиста//МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ. 2022. № 9. С. 122-130

Науменко О. Л. Тенденции и перспективы развития рынка печатных СМИ//БУДУЩЕЕ НАУКИ – 2019. Сборник научных статей 7-й Международной молодежной научной конференции. Том 2. 2019. С. 237-240

Павлюк Н. Ю. Управление отходами в контексте устойчивого развития// Проблемы экологии и эксплуатации объектов энергетики: Сборник трудов / Институт промышленной экологии. – К. : ИПЦ АЛКОН НАН Украины, 2021. С. 29-35

Пекарская И. В. Масс-медийная сущность конвергентной журналистики//ОТ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ НАУК - К ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНОСТИ. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 250-летию Александра фон Гумбольдта. Ответственный редактор И.П. Амзаракова. 2019. С. 207-210

Рахмангулова Г.С. Современная детская пресса. Векторы развития//СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ И ДУХОВНЫЕ ЦЕННОСТИ НАРОДОВ РОССИИ. Сборник материалов VI Республиканской студенческой научно-практической конференции. Казань, 2021. С. 541-543

Сафронова О. В. К вопросу о правовой культуре современного журналиста//ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ. Материалы VIII международной научно-практической конференции. Брянск, 2021. С. 179-185

Стернин И. А. «Оскорбительная реклама» и «любительская» экспертиза//ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ: ЧЕЛОВЕК. ТЕКСТ. ДИСКУРС. материалы конференции. Составитель Е.А. Федорова, под редакцией И.А. Стернина, М.В. Шамановой. 2019. С. 53-60

Шибаршина О. Ю. Тенденции развития современного российского медиа-бизнеса//ЭКОНОМИКА. БИЗНЕС. ФИНАНСЫ. 2022. № 7. С. 19-24

Эбзеева Л. Р., Тугова Л. Н. Тенденции развития современной городской газеты в России//ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ. Сборник научных статей. Том Выпуск XVIII. Карачаевск, 2019. С. 330-334

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/389976>