

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/kursovaya-rabota/395902>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Журналистика (другое)

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Особенности и структура современных новостных интернет-ресурсов 4

2 Сравнение новостных каналов в веб-пространстве («Telegram») 7

3 Интернет-издание «Лентач» как ценностно-ориентированный ресурс для молодежи 12

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 14

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 16

ВВЕДЕНИЕ

Существование и функционирование СМИ онлайн – проблема новая, подходы к ней только нащупываются, и методика её анализа в определённом смысле складывается одновременно с развитием соответствующих явлений. и интерес тут – отнюдь не сухой научный: от того, какие термины и критерии оценок будут заданы сегодня, во многом зависит дальнейшее понимание и восприятие этих СМИ – аудиторией, рекламодателями, самими журналистами [3, с. 62].

Сегодня необходимо изучать новостной журналистский контент, представленный на ресурсах Интернета. Сетевые ресурсы и интернет-издания являются наиболее популярными и потребляемыми современной аудиторией в условиях, когда традиционные СМИ постепенно уходят на второй план и значительная часть журналистской информации находится в он-лайн доступе. Это связано, прежде всего, с тем, что на этих ресурсах можно быстро осуществить поиск необходимой информации.

Целью данной работы является рассмотрение структуры новостных интернет-ресурсов.

Задачи:

- описать особенности и структура современных новостных интернет-ресурсов;
- сравнить новостные каналы в веб-пространстве («Telegram»);
- описать интернет-издание «Лентач» как ценностно-ориентированный ресурс для молодежи.

Объект исследования – современные новостные интернет-ресурсы. Предмет исследования – специфика структуры новостных интернет-ресурсов.

1 Особенности и структура современных новостных интернет-ресурсов

Критерии оценки СМИ онлайн. Прежде всего важно выделить количественные критерии оценки эффективности присутствия того или иного СМИ в веб.

Именно количеством проданных экземпляров ранее оценивались возможности той или иной печатной газеты. онлайн-СМИ не имеет подобных вещественно выраженных форм, поэтому критерии здесь разнообразнее и изменчивее, а подсчеты сложнее (но также сверхактуальны: это и узнаваемость, и рекламные деньги, и возможность дотаций). Вопрос их научного освоения очень даже открыт: теоретики здесь вполне резонно пытаются следовать за практиками [2, с. 95].

Практики же выделяют такие критерии, как количество уникальных посетителей ресурса за день, неделю, месяц (это сегодня один из главных параметров, сравнимый с прежней цифрой тиража), количество просмотренных страниц, время пребывания на сайте, индексы цитирования (для России актуальнейший – яндекс-ТИЦ, для стран зарубежья – Google PageRank), позиции в рейтингах (для России авторитетен, например, рейтинги Liveinternet и Mail.ru, для стран Запада – Alexa.com, Compete.com) [7, с. 128].

Очень важное значение для России имеет рейтинг новости в поисковике Яндекс. Попадание в Яндекс.

Новости в своем регионе – гарантированная возможность привлечь множество посетителей на свой ресурс. Поэтому так активно разворачивается борьба за регулярное присутствие в этом топе: на первой, самой соблазнительной позиции, в пятерке главных новостей, или хотя бы в десятке, куда взгляд интернет-пользователя спускается реже. Важно, что интернет, демократичная среда, интегрировавшая в себя различные СМИ – и текстовые, и аудиовизуальные, подразумевает одинаковые правила для всех медиа, и в остроконкурентной борьбе за потребителя может выигрывать и ресурс новостного портала, и газеты, и телевидения, и даже радиостанции (что тоже не редкость, вспомнить хотя бы сайт «Эха Москвы»).

Ограничения разных видов СМИ снимаются онлайн, и уже в каждом регионе по-своему складывается

иерархия победителей и догоняющих, зависящая прежде всего от проворности и умения действовать в интернете редакторов и журналистов того или иного медиа [4, с. 11].

Новость можно считать одним из самых ранних и самых важных базовых медиажанров. Сама журналистика формировалась как сфера деятельности по информированию социума о важнейших событиях внешней и внутренней политики. Этот жанр имеет строгую прототипическую структуру, в основе которой лежит информационное сообщение, с указанием хронотопа события, действующих лиц и произошедшего или предстоящего факта/фактов.

- 1) Дорохин В.Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2019. No 1. – С. 103-105
- 2) Евдокимов В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве. — М.: ИНФРА-М, 2019
- 3) Журналистика XXI века: навстречу человеку — Санкт-Петербург, 2020
- 4) Землянский А. В., Журналистика в 2020-2021 годах : тенденции развития и прогнозы // Наука и школа. — 2020. — № 3. — С. 11-21.
- 5) Конвергентная редакция: идем на сближение! // Журналист. — 2020. — № 2. — С. 40-42
- 6) Нигматуллина К. Р., Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2021. — № 1. — С. 30-35
- 7) Пак Е.М. Сетевые платформы как инструмент продвижения СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2020. No 2. – С. 128-135
- 8) Рогова П. Е. Информационные и ценностно-ориентированные интернет-ресурсы для молодежной аудитории // Студенческая наука и XXI век. 2020. Т. 17, № 1(19). Ч. 2. С. 167–168.
- 9) Рогова П. Е. Интернет-издание «Лентач» как ценностно-ориентированный ресурс для молодежи//МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ: ОТ ИДЕИ К ПРОЕКТУ. Материалы V студенческой научно-практической конференции. Йошкар-Ола, 2021. М. 521-523
- 10) Скрипка И. Р., Электронные СМИ и социальные сети в политике: европейский опыт // Современная Европа. — 2021. — № 4. — С. 184-185
- 11) Терновая М. А. Особенности визуального контекста «Лентача» как нового типа новостных интернет-ресурсов // Язык. Текст. Книга. Екатеринбург, 2018. С. 98-104.

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/kursovaya-rabota/395902>