

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/83450>

Тип работы: Реферат

Предмет: Теория и практика СМИ

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Общая характеристика медиасистемы Великобритании в настоящее время. Характеристика ведущих СМИ Великобритании. Особенности законодательства о СМИ 5

2 Кодекс чести журналистов Великобритании. 9

3 Особенности рынка печатных СМИ. Модели национального вещания в Великобритании. Цифровое СМИ 10

Заключение 16

Список используемой литературы 17

Введение

Последние десять лет в сфере медиа говорят о том, что сейчас информационно-коммуникационная среда проходит период глобальных трансформаций, как итог – преимущественно одноканальная система распространения информации становится многомерной структурой, где каждый участник может в любой момент пообщаться с любым другим участником системы или со всеми одновременно [3].

Происходит глобальное распространение социальных сетей, блогов, индивидуальных масс-медиа и пр. При непосредственном влиянии онлайн-СМИ проходят процессы трансформации социума. Сетевые структуры возникают не только в информационной сфере, но и в экономике и в самом обществе. СМИ становятся катализатором изменений в обществе, но и общественные тенденции оказывают огромное влияние на развитие сферы СМИ. Характер этой связи может быть определен как реципрочность.

Эта проблема становится важной для развития мировой экономики и социальной, политической структуры общества. Масс-медиа определяют особенности устройства социума, методы создания в нем сообществ, их коммуникации с институтами государства. Масс-медиа определяют типы организации экономики, особенности занятости населения, образ жизни и социальные установки большей части населения в стране. Но все-таки основные формы существования социума, основы управления им, коммуникации, характер современного социума сохраняются.

Растущий масштаб влияния масс медиа на разнообразные сферы общества и страны требует выверенной стратегии управления ситуацией в развитии сферы медиа. Это подчеркивается также тем, что уровень и размах вложений в развитие быстро трансформирующихся технологий становится все более приоритетным, а уровни влияния новых масс медиа все меньше и меньше прогнозируемы [4].

Целью данной работы является рассмотрение специфики функционирования современных СМИ в Великобритании.

Актуальность рассматриваемого вопроса связана с тем, что на сегодняшний день, в ситуации, в которой СМИ нашей страны стремительно развиваются в международном контексте, становится очевидным приобретение и освоение положительного опыта решения сложных конфликтов разного характера, который накоплен других странах, и, в первую очередь, в Великобритании, стране классической демократии.

Задачи:

- 1) Описание системы и механизмов саморегулирования СМИ в Великобритании;
- 2) Описание особенностей законодательства СМИ в Великобритании;
- 3) Анализ особенностей рынка печатных СМИ.

1 Общая характеристика медиасистемы Великобритании в настоящее время. Характеристика ведущих СМИ Великобритании. Особенности законодательства о СМИ

СМИ Великобритании представляют собой наиболее разветвленную сеть в мире. И две из трех британцев, которые достигли возраста 15 лет, читают периодику. Значит, сектор СМИ является в рассматриваемой стране востребованным. Каждый год здесь выпускается приблизительно 200 изданий, каждую неделю – приблизительно 1300 газет и журналов, функционирует 2000 местных каналов вещания.

Как правило, пресса Британии делится на две основные группы:

1) Солидные издания – представляют собой широкополосные газеты, которые освещают наиболее резонансные общественные и политические события в стране. Это качественная пресса, на страницах которой есть только проверенная информация.

К этой группе можно отнести такие источники: The Guardian, BBC, the Telegraph, the SKY, the Times, Independent.

2) Популярная пресса, в изданиях которой есть место политике, но большая часть информации носит развлекательный характер. К таким изданиям относится: the SUN, DailyStar, DailyMail, The Express. На рисунке 1 мы показали основные и наиболее крупные СМИ Великобритании.

Заключение

Учебные планы журналистского образования в Великобритании очень мобильны. Создатели их четко реагируют на меняющиеся стереотипы общественного сознания с целью их корректировки во имя сохранения культурных традиций, национальной специфики общественных нравов. И этому тоже можно поучиться у англичан.

Пресса Британии делится на две основные группы:

1) Солидные издания – представляют собой широкополосные газеты, которые освещают наиболее резонансные общественные и политические события в стране. К этой группе можно отнести такие источники: The Guardian, BBC, the Telegraph, the SKY, the Times, Independent.

2) Популярная пресса. К таким изданиям относится: the SUN, DailyStar, DailyMail, The Express.

Сегодня нормой считается чтение электронной формы газеты (по сравнению с основным вариантом), а чтение печатной формы газеты – дополнительной формой; стратегия «Web first» («Сначала – интернет») становится нарастающей и приоритетной. И дело тут не только в том, что сейчас весь мир настраивается на экологичное и бережное сохранение мира и печатные СМИ уходят, но и в разнообразном способе предоставления электронной формы (можно искать по автору, архиву, теме; на сайте есть возможность прослушать аудио и видеоподкасты; почитать блоги, быть «на связи» с автором статьи и написать ему комментарии)

Сегодня же споры о том, полезен ли для наших СМИ западный опыт, словесные баталии между «славянофилами» и «западниками» ушли в прошлое. Процессы глобализации содействуют все более активному обмену не только информацией разного типа, но и опытом решения дискуссионных вопросов журналиста. Важно лишь, осваивая «чужой» опыт, не бездумно переносить его на российскую почву, а брать из него только то, что будет содействовать развитию российских СМИ как важнейшего канала, содействующего продвижению.

Список используемой литературы

1) Бриггз А, Кобли П.(ред.) Медиа. Введение. Учебник. Пер. с англ. Ю.В. Никуличева. - 2-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 550 с.

2) Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. Учеб.пособие для бакалавров и специалистов. - СПб. : Питер, 2016. 285 с.

3) Прозоров В.В. Власть и свобода журналистики. Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. - М. : Флинта : Наука, 2016. - 240 с.

4) Ингэм. Б. Английскому опыту обуздания власти — 800 лет! Пер. с англ. В.Ф. Полякова// Четвертая власть, 2000. № 3. С. 36–39.

5) Пустовалов А. В. Печать или веб? Ведущие газеты США в борьбе за популярность // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. Вып. 3(15). С. 186

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/83450>