

3

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Кубанский государственный университет»

(ФГОУ ВО КубГУ)

Факультет журналистики

Кафедра публицистики и журналистского мастерства

## КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы теории журналистики»

на тему: «СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКИХ СМИ»

Студентка А.С.Рытик

1 курс ОФО  
направление 42.03.02  
Журналистика

Научный руководитель:  
канд.фил.наук,проф.П.Т.Сопкин

оценка за курсовую работу: хорошо

С.М.Сопкин дата и подпись

19.05.16  


Краснодар  
2016

## СОДЕРЖАНИЕ:

Введение.....	3
Глава I. Российские СМИ в современном мире.....	5
§1.1. Развитие российских СМИ XX века .....	5
§1.2.. Российские СМИ сегодня (система и особенности развития)....	7
§1.3. Журналистика как «четвертая власть».....	9
Глава II Анализ состояния российских СМИ (мнения трех сторон).....	13
Заключение.....	18
Список литературы.....	19

## ВВЕДЕНИЕ:

Актуальность. Для своей курсовой работы мною была выбрана тема «Современное состояние российских СМИ». Новое время предъявляет свои требования как к журналистам в сфере их профессиональных знаний, так и к самим средствам массовой информации в целом. Именно поэтому тема представляет теоретический и практический интересы, ее исследование может не только указать на положительные и отрицательные стороны современного состояния российской журналистики и помочь понять ее структуру, выявить особенности, но и подобрать решения выявленных проблем. Более подробное изучение темы позволит уяснить сущность и основные этапы становления современной российской журналистики, усвоить основные понятия структуру СМИ. Знание особенностей организации журналистики будут способствовать благотворной работе специалистов по связям с общественностью и средствами массовой информации.

Степень разработанности темы. Мною было отмечено, что современной литературы, в которой отображается тема современного состояния российских СМИ, достаточно большое количество. Основными опорными источниками стали монография Е. А. Корнилова, Е. Е. Корниловой «Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий», учебник А. А. Маркова, О. И. Молчанова, Н. В. Полякова «Теория и практика массовой информации» и учебник для вузов Е.П. Прохорова «Введение в журналистику». Эти издания призваны сформировать не только теоретические представления, но и практические знания о массовой информации, а также дать понятие специфики и особенностей теории и практики СМИ. Работа с ними позволила мне окунуться в мир современных СМИ, узнать об их уникальности и выявить существующие проблемы.

Новизна работы. В этой работе представлено мнение о современном состоянии СМИ трех сторон: правительства РФ, журналистов России и массовой аудитории. Однако данная тема, будучи актуальной в наши дни, требует более углубленного анализа и исследования для выявления всех положительных и отрицательных аспектов состояния российской журналистики.

Возможное применение полученных знаний. Сведения о современном состоянии российских СМИ найдут себе применение в дальнейшей прогресс деятельности, помогут разобраться в основных проблемах и быстрее их разрешить. Знание некоторых особенностей развития истории российской журналистики и ее современного состояния смогут оказать положительное воздействие на деятельность, как специалистов, так и начинающих

журналистов в сфере связей с общественностью и средств массовой информации.

Цель исследования. Цель моей курсовой работы заключается в том, чтобы ~~указать на~~ охарактеризовать современное состояние российских СМИ, раскрыть их ~~составляющие~~ основные особенности, указать на существующие проблемы, передать мнение трех сторон (представителей правительства РФ, журналистов и массовой аудитории), проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы.

Задачи исследования. При достижении указанных целей мною решались следующие задачи:

1. Разобраться с понятием «современные российские СМИ»;
2. Рассмотреть основные характерные особенности современных российских СМИ;
3. Определить современное состояние СМИ, опираясь на мнение российских государственных деятелей, журналистов России и читателей (слушателей, зрителей).

Объект и предмет исследования. Объекты исследования: современные российские средства массовой информации, в которых материалы ~~направлены на широкий круг читателей~~. Предметы исследования: современная российская журналистика.

Методы исследования. Для решения поставленных задач в курсовой работе были использованы следующие методы исследования: анализ понятия «современные СМИ»; метод наглядного анализа истории развития журналистики XX и XXI веков; анализ мнения трех сторон.

Структура работы. Курсовая работа состоит из следующих частей: введение, в котором кратко характеризуется вся работа и имеется ее план; две главы, первая из которых включает в себя ряд параграфов и содержит теоретическую часть, вторая представляет собой практическую часть; заключение, включающее в себя подведение итогов данной работы; список использованной литературы, содержащий наименования.

## Глава I. СМИ в современном мире

«Средства массовой коммуникации развиваются быстрыми темпами, мир за какие-то два десятилетия превратился в огромную информационную деревню, что отражается на всех сферах журналистики, которая функционирует в системе массовых коммуникаций, представляя собой ее самую важную, творческую часть...»

Доктор филологических наук,  
Профессор Е. Е. Корнилова

### §1.1. Развитие российских СМИ XX века

Процесс развития отечественной журналистики в начале XX века обусловлен новыми историческими событиями общественно-политической жизни России. Октябрьская революция (1917 г.) и переход страны от демократического пути развития к диктатуре пролетариата существенным образом изменили всю систему отечественной прессы. После захвата власти по распоряжению Временного революционного комитета (ВРК) были закрыты 10 наиболее крупных российских газет – «Русское слово», «Новое время», «Речь», «Русская воля» и др. В январе 1922 года на территории РСФСР началось ускоренное создание сети газет, в которую вошли 232 издания. Все остальные подлежали закрытию. Таким образом, в СССР был установлен жесткий контроль над журналистикой.

В истории отечественной журналистики 30-е годы XX века нередко называют «золотым веком кино». Именно тогда резко возрос объем радиовещания. С середины 1920-х годов в стране проводились научные эксперименты по передаче изображения, и уже в 1934 году состоялась первая передача телевизионной программы.

В годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.) система советских СМИ потерпела значительные изменения. Уже в первые дни войны развернулась работа по созданию широкой сети военных изданий. Самой массовой центральной газетой стала «Красная звезда». В число общесоюзных изданий также входили газеты «Красный флот», «Красный сокол», «Сталинский сокол». Огромной силой воздействия обладала военная публицистика. Проблемно-тематический комплекс советских СМИ первых десяти лет после войны развивался по тем же направлениям, что и раньше.

Содержание прессы заметно изменилось только после смерти И. В. Сталина. (1953 г.). В феврале 1961 г. было создано информационно агентство АПН (Агентство печати «Новости»). В задачи АПН входила подготовка статей, репортажей, обзоров, интервью, документальных телевизионных фильмов.

Рассказывая о журналистике, которая шагнула во вторую половину XX века, в эру «космизации», известный журналист 1970-х годов В. В. Учёнова

рассуждала о будущем так: «Гипотез, предложений, проектов на этот счет множество. Среди них и пророчества о полном закате эры печатного слова, о вытеснении прессы звуковой и образной информацией. Вероятно, более реалистичны идеи о различных вариантах комплексного взаимодействия современных журналистских способов связи, о новых вариантах единства. Ученые провидят время, когда будет налажено централизованное снабжение телейнформацией каждого жителя по любой теме, по любому индивидуальному запросу. Каждый, кто захочет, сможет на домашнем телеэкране увидеть любой кинофильм, фотоотиск книги из дальней библиотеки, факсимильное воспроизведение любой газеты». (В.В. Учёнова «Беседы о журналистике», Москва, «Молодая гвардия», 1978 г.).

В условиях перестройки (1985-1991 гг.) советской журналистике первоначально отводилась роль проводника новой политики. В конце 1980-х годов в стране появились первые негосударственные информационные агентства: «Постфактум», «Интерфакс» и «ИМА-ПРЕСС». В августе 1990 г. в эфир вышла первая коммерческая радиостанция России «Эхо Москвы. В это же время появилась и первая негосударственная телевизионная структура – «Телеканал 2х2».

27 декабря 1991 года был принят Закон РФ «О средствах массовой информации», в ст. 3 которого указано на недопустимость цензуры: «Цензура массовой информации, т.е. требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, - не допускается».

Отмена цензуры инициировала создание множества новых различных газет и журналов. Гласность периода перестройки и свобода слова привели к тому, что некоторые издания восприняли отсутствие цензуры как принцип <sup>гласности</sup> вседозволенности. В целях увеличения прибыли такие СМИ стали публиковать материалы, основанные на непроверенных сенсационных фактах, вымысле о потусторонних силах, НЛО, мистической тематике и др. Так называемая «желтая» пресса <sup>глазами</sup> быстро завоевала читателя и стала популярной среди определенной аудитории.

В целом в 1991 г. В Российской Федерации издавалось 4863 газеты. («Печать РФ в 1991 году: Стат. сборник», Москва, 1992 г., с. 5.).

В 1991-1993 гг. отечественная журналистика пережила свой «золотой век» свободы. Следствием интенсивного развития рыночных отношений в стране явились коммерциализация журналистики и широкое распространение бульварной прессы. Среди наиболее популярных бульварных изданий тех лет можно назвать следующие: «Ева», «СПИД-Инфо», «Двое», «Не может

быть», «Очень страшная газета» и т.д. К середине 1990-х гг. по своему суммарному тиражу она превзошла «качественную» печать.

К середине 1990-х гг. также стало очевидно, что государство так и не смогло превратиться в эффективного собственника СМИ. Возможности и перспективы по достоинству оценили крупные банки и корпорации. В результате контроль над большинством газет и журналов перешел в их руки.

Сегодня давление рынка во многом определяет приоритеты и «правила игры» средств массовой информации продолжает вносить значительный вклад в демократическую трансформацию российского общества.

### *медиаэпоха или медиаракурс*

#### §1.2. Российские СМИ сегодня (система и особенности развития)

Чтобы лучше представить состояние российской журналистики на сегодняшний день, необходимо быть знакомым с понятием и ее структурой, а также с функциями журналистики.

Система СМИ сегодня – это объективное единство закономерно связанных друг и другом средств массовой информации. В рамках отдельного государства система СМИ считается сформировавшейся при конкретных условиях.

1. Широко и полно используются специфические возможности различных типов СМИ – печати, телевидения, радио, которые предстают перед потребителем в виде большой совокупности изданий и программ.
2. Любой социальный институт, общественная организация, отдельные граждане могут выступать в качестве учредителей печатных изданий или электронных СМИ.
3. На рынке СМИ каждый потребитель может выбрать для себя ряд источников информации, которые максимально отвечают его запросам и обеспечивают его всей необходимой информацией ( Е.П. Прохоров «Введение в журналистику: Учебник для вузов» 8-е изд. Москва: «Аспект Пресс», 2011, с. 351)

В наши дни существуют различные подходы к пониманию инфраструктуры СМИ. В частности, Е. Прохоров выделяет в ней следующие составляющие:

1. информационные службы – система телеграфных агентств, агентств печати, аудио- и визуальной информации, пресс-центры, службы по связям с общественностью, рекламные организации;
2. техническая часть – полиграфические предприятия; технические центры радиовещания и телевидения; предприятия связи, ведущие подписку и распространение прессы, передачу радио- и телесигнала; производители теле- и радиотехники, бумаги, оргтехники, технических средств для СМИ;

3. организационно-управленческая структура (возглавляется Министерством по делам печати, телерадиовещания и средств массовой коммуникации) – государственные организации, занятые подготовкой нормативных актов, регулирующих деятельность СМИ, их регистрацией и лицензированием;
4. система работы с кадрами – факультеты и отделения журналистики; различные семинары и курсы повышения квалификации; творческие союзы журналистов.

В своей деятельности журналисты соприкасаются с органами прокуратуры, наблюдающими за исполнением законодательства в сфере СМИ, и судами, рассматривающими гражданские и уголовные дела при нарушении законодательных актов. (А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова «Теория и практика массовой информации», Москва, изд. «ИНФРА-М» 2014, с. 48-49).

XXI век в сфере СМИ ознаменован дальнейшим движением к информационному обществу, что связано с появлением инновационных технологий. Электронные версии есть у большинства печатных изданий. Цифровое радио позволяет увеличить количество частот, и его можно слушать через компьютер, подключившись к Интернету. Становится цифровым и телевидение. Данный процесс интегрирует все СМИ, что упрощает доступ к информации.

Все новые явления в информационной сфере так или иначе связаны с глобализацией в области масс-медиа.

Глобализация – процесс установления общих мировых стандартов, во всех областях человеческой деятельности. Это объективный процесс, который носит системный характер, т.е. охватывает все сферы жизни общества. В результате глобализации мир становится более увязанным и зависимым от всех его субъектов.

В сфере СМИ глобализация проявляется в таких явлениях, как монополизация – сосредоточение в одних руках определенных ресурсов (медиа-холдинги, издательские дома).

Необходимо учесть, что сегодня существуют как частные объединения СМИ, так и государственные. По мнению М. И. Гарабовой «...частные монополии считаются оппонентами государственных СМИ, что гарантирует диалог «на равных» и многообразие мнений в гражданском обществе.

Уменьшение количества образований, контролирующих поток информации в обществе – не самая актуальная проблема: в рыночных условиях ведущие игроки постоянно меняются, либо сливаются друг с другом, либо вытесняют и трансформируются, а наибольшую прибыль и популярность получают именно те СМИ, которые работают в интересах общества и своей целевой аудитории, представляя наилучший конкурентоспособный продукт».

(М.И.Горабова, Дисс. исследование: «Особенности функционирования

российских СМИ в условия их монополизации: 1996-2001 гг.», Москва, 2004г.).

В России государство создало свой медиа-холдинг ВГТРК в июле 1998 г. В настоящее время он представлен тремя общенациональными телеканалами: «Россия 1», «Россия 2», «Россия К». Кроме того, в него состав входят: телеканал для детей и юношества «Бибигон»; 89 региональных телерадиокомпаний; круглосуточный информационный канал «Россия 24»; телеканал «РТР-Планета»; русская версия телеканала «Евроньюс»; пять радиостанций – «Радио России», «Маяк», «Культура», Вести ФМ», «Юность»; государственный Интернет-канал «Россия».

В некоторых крупных российских городах создаются частные медиа-холдинги. Например, в Екатеринбурге – ООО «Медиа-холдинг «Уральский рабочий».

Еще одной особенностью современных СМИ является появление Интернет-журналистики – новой разновидности журналистики, которая стала актуальна с развитием и распространением Интернета. Любой пользователь персонального компьютера может заниматься блогосферой, которая в последнее время получила большое распространение. *Различие*

Безусловно, журналистика имеет документальную природу. Она не может быть эффективной без опоры на жизненные реалии. Однако практика российских средств массовой информации показывает, что отбор, обработка и распространение информации часто зависят не от общего содержания, а от заданных идеологических моделей.

Журналистика – одна из тех редких профессий, у которой нравственные отношения являются сутью трудовой деятельности, так как объектом ее интереса является человек, его духовный мир.

### §1.3. Журналистика как «четвертая власть»

«К счастью, господа журналисты,  
я читаю ваши газеты, чтобы знать, что я думаю...»

Шарль де Голь

В современном мире прессу часто называют «четвертой властью» после первых трех: исполнительной, законодательной и судебной. Исследователи часто задаются вопросом о том, насколько она реальна в современном мире и что дает эта «четвертая власть».

С одной стороны, пресса формирует общественное мнение, с другой – является его носителем, каналом его трансляции. Пресса, безусловно, мощная общественная сила. Во многих отношениях и под разными углами

зрения журналистика привлекает пристальное внимание общества как один из важнейших факторов влияния на общественные процессы, особенно в бурные периоды социальных перемен. И естественно, что едва ли не больше других и притом острее других обсуждается вопрос - является ли журналистика "четвертой властью"? Диапазон мнений тут широк. Кто-то склонен ее считать просто четвертой властью. Кто-то видит ироническое отвержение - какая же это власть, если в условиях плюрализма каждый волен и может говорить, что хочет, да никто не обязан, да и не желает ее слышать. Третьи видят в журналистике реальную силу, но и кавычки не забывают поставить - не иронизируя, а отмечая своеобразие роли СМИ через метафоричность выражения.

Когда мы говорим о ситуации в СМИ, то мы должны понять следующее. Страна в целом идет вбок от информационно открытого общества. Следовательно, эти процессы через политику, экономику, социальные отношения, духовные отношения неизбежно сказываются на настроении журналистов, властей, населения и сдвигают вектор журналистики. Куда? Процесс, который происходит сегодня в журналистике, называется приватизацией журналистики. Приватизирован журналист. Он четко и честно выражает интересы либо свои личные, либо интересы узкого клана, группировки, элиты, мафии, наконец. То есть происходит то, что называется растлением журналистики, ее растаскиванием по отдельным группам. Это было бы вполне нормально, если бы в стране сложилось гражданское общество, существовал мощный средний класс, существовали социальные структуры, защищающие общество от потрясений. Журналистики в ее первоначально предназначении – информировать – уже практически не осталось.

То, что СМИ представляют собой главный источник информации и, без сомнения, основной канал коммуникации, необходимый для жизни современного общества, - аксиома. Как и то, что пресса должна быть свободной, с глубокими демократическими традициями, определенными правилами поведения. Рейтинги центральных каналов телевидения наглядно показывают потребности аудитории: криминальная хроника, милиционско-бандитские сериалы, «интеллектуальные» викторины, скандалы шоу-бизнеса. Поверженная журналистика отступила в регионы. А там ситуация неоднозначна. Газеты, зависимые от государственных финансовых влияний, как правило, несвободны, малопопулярны.

«Обижаться сегодня на то, что пресса бывает очень вульгарной, неумной, неправильно. Пресса такова, какова ее аудитория. Если миллионы людей читают «желтые» газеты, наполненные сплетнями, интригами, значит, они им интересны. Значит, такие газеты покупают, а телевизионные программы, наполненные все тем же содержанием, смотрят». (Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова «Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий», Москва, изд. «Наука», «ФЛИНТА», 2013 г., с.232)

Изменения, произошедшие с телевидением и на телевидении за два последних десятилетия, бесспорно, также коснулись не только его организационной и финансовой сторон, но и конкретным образом изменили его контентную часть.

Сегодня много говорится о построении гражданского общества на средства западных интересов, Государственная Дума «борется» с недобросовестной рекламой, психологи, критики и исследователи новейших СМК поднимают вопрос о пагубном влиянии агрессивного телевидения на психику человека. Основную причину агрессивности телевидения можно увидеть в его американизированности. Сегодня на отечественном телевидении представлены практически все мировые аналоги программ, способствующих повышению рейтингов каналов, а следовательно, и отвечающие вкусам массовой аудитории.

Возможность успешного “хождения во власть” средств массовой информации лежит в самой природе журналистики. СМИ с позиций представляемых ими общественных сил оценивают состояние дел в тех или иных секторах социальной жизни, предлагают советы, а то и выдвигают требования к тем, кто вправе принимать обязательные властные решения. Нельзя забывать, что возможностью осуществлять власть в обществе, то есть проводить свою волю, оказывать воздействие на поведение различных субъектов социальной жизни обладают не только различные ветви государственной власти (каждая в рамках своей компетенции). Имеются также - что особенно важно для журналистики - неинституализированные формы социального могущества, способные кардинально влиять на ход общественной жизни. Таковы “сила слова”, “авторитет знания”, “сила примера”, “авторитет лидера”. В этом ряду и “власть общественного мнения”.

Вот в этой-то сфере концентрации и реализации власти журналистика не имеет себе равных. Ведь сама природа журналистики “выводит” каждое СМИ в эпицентр жизни общественного мнения. Журналистика аккумулирует общественное мнение, концентрирует и уплотняет его, служит трибуной, информирует, а, стало быть, и формирует его, выступает от его имени. Сила журналистики - в мощи сформированного и стоящего за ней общественного мнения.

Благодаря этому СМИ приобретают специфические властные полномочия: журналистика предлагает (советует, требует от .) власти считаться с результатами своего анализа и вытекающих из них выводов практически-политического характера не только от “своего имени”, но и от “имени общественности”.

Так или иначе, российская пресса за 300 лет пережила разные периоды своего развития. В нынешнем мире роль журналистики возрастает, и ее присутствие в нашей жизни расширяется. Вместе с прессой, радио и телевидением интернет-журналистика определяет информационную

н3

*и информацией*  
политику общества. Информация всегда являлась атрибутом власти – и чем  
~~сама~~ совершеннее технологии получения информации, тем потенциально больше  
*и передаче*  
*влияния* власти. А на вопрос, как же правильно распорядиться этой властью, каждый  
журналист должен ответить сам... Здесь важно помнить, что «власть над  
людьми приобретается лишь посредством служения им – это правило, не  
имеющее исключений» (В. Кузен - французский философ, историк и  
политический деятель).

## Глава II

«О светлом будущем заботятся политики, о светлом прошлом – историки, о светлом настоящем – журналисты...»

Жарко Петан

Входя в мир журналистики, важно, прежде всего, представить этот мир в его целостности и составляющих элементах, определить смысл, вложенный в понятие «журналистика». Куда еще более важным является анализ состояния СМИ на определенный период.

Для того чтобы более точно определить состояние современных СМИ мной были подобраны мнения и высказывания о журналистике трех сторон:

- мнение представителей Российской Федерации;
- мнение журналистов России;
- мнение массовой аудитории (читателей, зрителей, слушателей).

Чтобы точнее представить ситуацию, сложившуюся на сегодняшний день, необходимо, по моему мнению, проанализировать мнения именно трех сторон, которые более всех остальных заинтересованы выбранной мною темой.

Прежде всего, очень интересное мнение сложилось у президента России Владимира Владимировиче Путина о состоянии и работе современных российских СМИ, которым он поделился с представителем информационного агентства «ИТАР-ТАСС» в декабре 2014 года: «... Как вы (журналисты) влияете на умы миллионов людей? Какие программы у нас идут по центральным каналам? Неужели мы страна, где федеральные каналы должны зарабатывать деньги и думать о стоимости минуты рекламного времени? Все позитивное, воспитывающее какие-то стандарты в восприятии мира, вещи фундаментально-философского, эстетического характера мы должна показывать только на канале «Культура»? Конечно, нет. Обращаю ваше внимание, что государственные органы смотрят на это со стороны. Мы не вмешиваемся в информационную политику даже государственных каналов. И, к сожалению, мы видим результат...» (Информационно-развлекательный портал «SALDA.WS» <http://salda.ws/>).

Мнение первой стороны указывает на недостатки современных средств массовой информации. Очень часто аудитория СМИ может сталкивать с ошибочными интерпретациями и ложными идеями. Ни для кого не секрет, что сегодня информационные и информационно-аналитические программы соревнуются между собой в том, что сильнее напугает зрителя. При отсутствии Законов о СМИ и рекламе контроль над эфиром осуществлялся с помощью цензуры, справедливо отвергаемой демократическим устройством государства. Проблема присутствия на телевизионном экране сцен убийств, кровавых разборок, жестокости, взрывов и драк остра стала именно теперь, в

«новый век» телевизионной истории, очевидно являясь неизбежной издержкой свободы слова.

Состояние современных российских средств массовой информации можно, конечно, определить и с помощью мнения не только о журналистике в целом, но и о работе журналистов в частности. Со временем на смену опытным «акулам пера» приходят молодые специалисты. О части из них высказался известный российский журналист, телеведущий, обозреватель телеканала «Россия-Культура» Владислав Пьевович Фляровский: «Иногда мне кажется, что молодые люди, приходя в журналистику, воспринимают СМИ как инструмент, с помощью которого они будут строить личную жизнь. Им нужен статус, ведь в 15-20 лет понятие статуса, личного и общественного, имеет большое значение для человека. Я не хочу сказать, что они циники и ничего святого для них нет, а есть только мысли "лишь бы карьеру сделать, бабок заработать, чтобы что надо построить и куда надо съездить"... Нет, это было бы не справедливо. Но некоторая разница между поколениями, надо признаться, все-таки чувствуется. Они все такие подчеркнуто энергичные, им хочется двигать, хочется орудовать! Им даже, кажется, не важно, чем именно заниматься на телевидении, главное – быть там. Потому что телевидение – это сила, карьера, это возможность роста, безусловно. Вот о чем мы говорим, сравнивая с нами молодых журналистов: в поддельности и неподдельности интереса! Мое и более раннее поколение журналистов больше отличалось неподдельностью своего интереса. А нынешние, молодые, наоборот. Они подделываются, а не хотят чего-то конкретного, даже пускай не слишком понятного...» (<http://www.journ-lessons.com/mnenia.html>)

Мнение второй стороны указывает нам на проблему ложных ценностей молодых людей в профессии журналиста. «Старая журналистская гвардия профессионалов, как правило, или не выдерживает такого «устройства», или не может перестроиться. Сколько фамилий известных советских журналистов вы найдете в сегодняшней повседневной прессе? Пришли совершенно новые люди, их некому учить, им некому передавать секреты мастерства, многие из них – случайные, зачастую истеричные, неглубокие, развращенные денежными подачками. Им очень сложно проникнуть в суть вещей, понять сегодняшнюю социально-политическую ситуацию, они работают «под заказ», при этом пытаясь подражать западным журналистам» (Е. А. Корнилова, Е. Е. Корниловой «Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий», издательство «ФЛИНТА», «Наука», Москва, 2013 г., с.232). Конечно, совершенно некорректно было бы выражаться подобно в адрес всех молодых специалистах. Мое же мнение, подкрепленное мнениями профессионалов, обращено к тем журналистам, с безграмотностью и <sup>она обрывает</sup> радушием которых мы сталкиваемся сегодня все чаще. И это не может не <sup>Было</sup> настораживать.

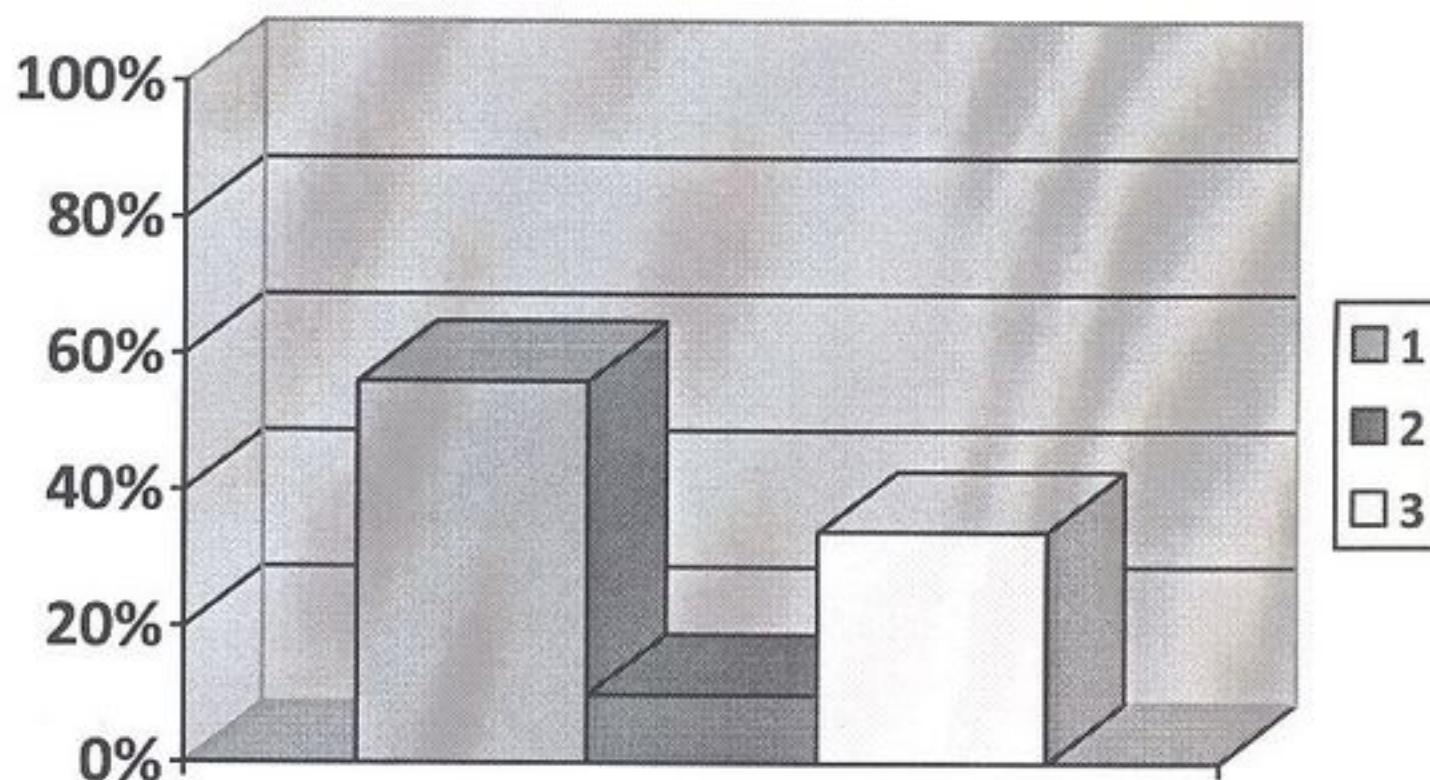
Мнение третьей стороны, как мне кажется, станет намного весомее и точнее, говоря о современном состоянии российских СМИ. Кто еще лучше, чем

массовая аудитория сможет подчеркнуть как положительные, так и отрицательные пункты в мире сегодняшней журналистики. Всем известно, что журналистика, по природе своей, должна направлять все свои усилия на удовлетворение информационных потребностей общества. Именно аудитория, как мне кажется, - самый суровый судья и одно из самых важных звеньев в жизненной цепочке СМИ.

Мною было проведено три социальных опроса в период с 21.02.16 г. по 18.03.16 г. В исследовании приняли участие жители города Краснодар возрастной группы от 25 до 65 лет.

Первый опрос формулировался следующим образом: «Насколько Вы удовлетворены информацией, предоставляемой современными средствами массовой информации?» Варианты ответа были следующими:

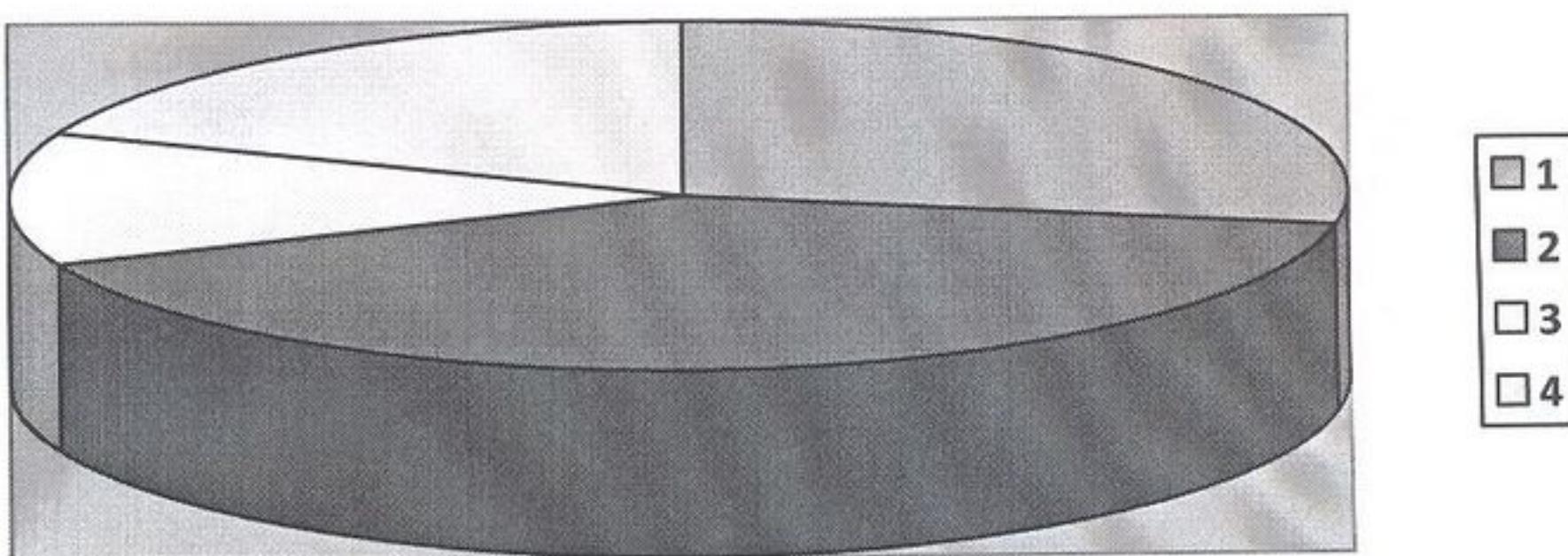
1. Я полностью удовлетворен(а) предоставляемой мне информацией от СМИ.
2. Я абсолютно не удовлетворен(а) предоставляемой мне информацией от СМИ;
3. 50/50.



На представленной мною выше диаграмме видно, что из 100 опрошенных человек 56% удовлетворены информированием СМИ, 10 % выбрали ответ №2 и 34% не удовлетворены работой средств массовой информации.

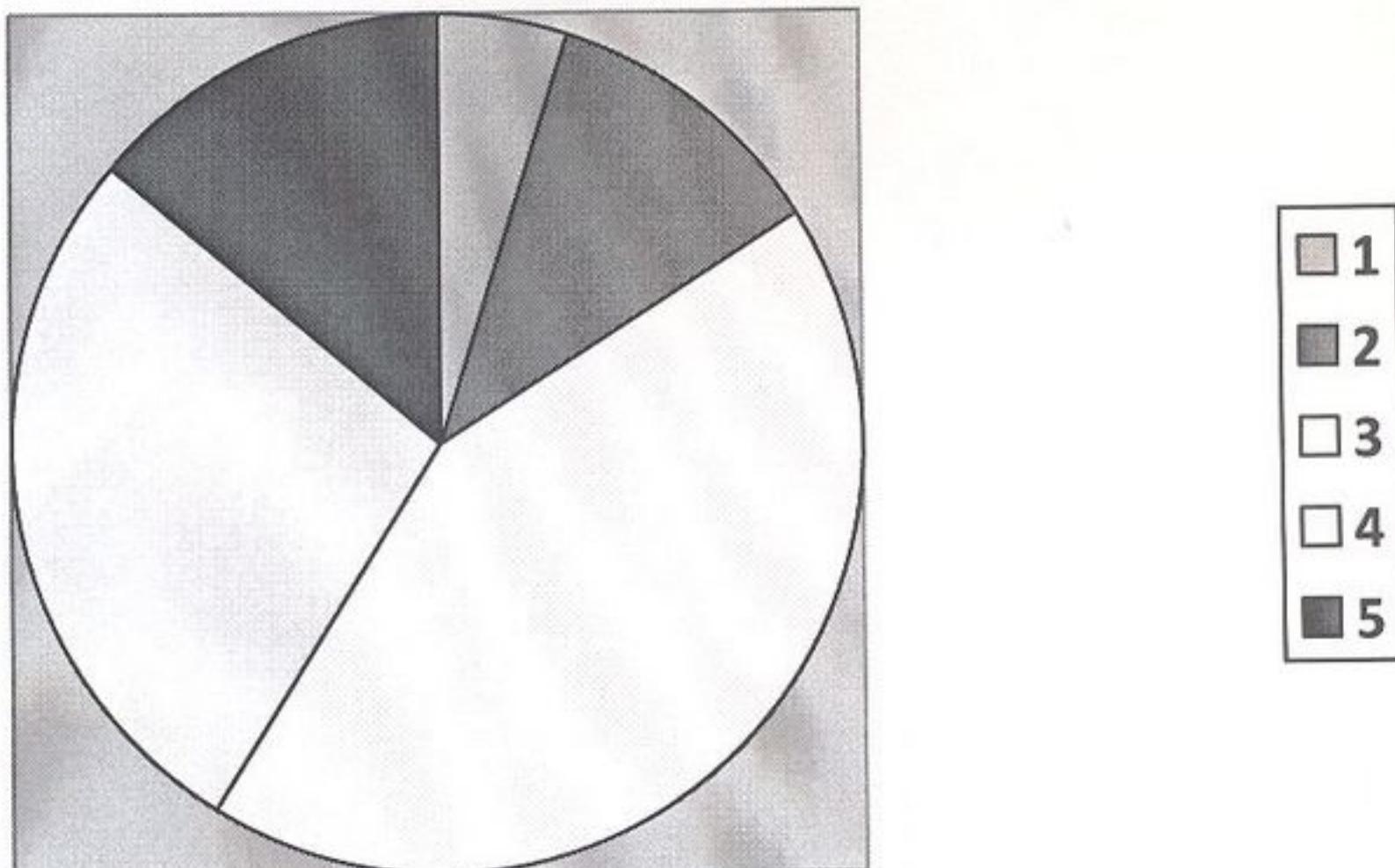
Второй социальный опрос формулировался следующим образом: «Какие средства массовой информации Вы предпочитаете?». Варианты ответов содержали следующую информацию:

1. Печатные СМИ;
2. Телевидение;
3. Радио;
4. Интернет - источники.



На представленной мною выше диаграмме видно, что из 100 опрошенных человек 28% предпочитают печатные издания, 41% - телевидение, 12% - радио и 19% пользуются интернет - источниками.

Третий и последний опрос, проведенный мною в качестве практической части курсовой работы, содержал следующее: «Оцените, пожалуйста, состояние российских СМИ на сегодняшний день по 5-ти бальной шкале, где 1 – очень плохо, 5 – очень хорошо». Нужно отметить, что именно это задание понравилось опрошенным больше предыдущих.



На диаграмме видно, что из 100 опрошенных человек «1» поставили 5% аудитории, «2» поставили 11%, «3» - 43%, «4» - 27% и на «5» оценили

современное состояние российских СМИ лишь 14% опрошенных.

Глава II показала на практике, на сколько сложна и вполне объяснима  
ситуация в мире современных российских СМИ.

101

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги написанной мною курсовой работы, хотелось бы отметить, что данная тема «Современное состояние российских СМИ» отражается не только на нашем государстве, но и на обществе. Максимальная информированность каждого члена общества на любом уровне служит не только гарантом стабильности, но и ведет к тому, что все социальные и экономические, все политические и этические проблемы решаются исключительно мирным путем.

Нельзя не отметить, что глобализация информационных процессов проявляется в воздействии на характер современной журналистики. Несомненно, российская журналистика имеет свои самобытные, *специфичные*, сложившиеся в течение столетий оригинальные качества. Журналистика – действительно один из наиболее феноменальных результатов вмешательства? человека в природу. В мире растет убежденность во всемогуществе журналистики, которая становится все более изощренным средством управления общественным мнением, влияния на все три ветви государственной власти.

Последнее, что хотелось бы сказать, это то, что каково бы не было состояние российских СМИ на сегодняшний день, очень хочется, чтобы традиционные ценности журналистики – правда, честность, точность – никогда не оказались под угрозой и не вышли из моды. И именно тогда мы с уверенностью сможем поставить СМИ твердую «5».

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Акопов А. И. «Некоторые вопросы журналистики», Ростов-на-Дону, 2002 г.
2. Вартанова Е. Л. «Пять лекций по журналистике и СМИ», Москва, 2011 г.
3. Васильева Т. Г. «Законы информации», Москва 2002 г.
4. Виноградова С. М., Мельник Г. С. «Российское информационное пространство в условиях глобализации: некоторые аспекты развития// Глобализм в системе категорий современной культурологической мысли», СПб., 2005 г.
5. Вычуб Г. С., Иваницкий В. Л., Ищенко Н. В., Грибанова Л.В, Смирнова О. В., Дедкова Т. Ф. «Проблематика СМИ», изд. «Аспект Пресс», Москва, 2008 г.
6. Горабова М.И, Дисс. исследование: «Особенности функционирования российских СМИ в условия их монополизации: 1996-2001 гг.», Москва, 2004г.
7. Киселев А. Г. «Теория и практика СМИ: общество, СМИ, власть» Москва, 2013 г.
8. Корнилов Е. А., Корнилова Е. Е. «Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий», издательство «ФЛИНТА», «Наука», Москва, 2013 г.
9. Марков, А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В. «Теория и практика массовой информации», изд. «ИНФРА-М», Москва, 2014 г.
10. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. «Актуальные проблемы современности и журналистика», 2-ое издание, СПб, 2009 г.
11. «Печать РФ в 1991 году: Стат. сборник», Москва, 1992 г.
12. Прохоров Е.П. «Введение в журналистику: Учебник для вузов» 8-е изд. «Аспект Пресс», Москва, 2011 г.
13. Учёнова В.В. «Беседы о журналистике», изд. «Молодая гвардия», Москва, 1978 г.

14. <http://salda.ws/>

15. <http://www.journ-lessons.com/mnenia.html>