СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ……………………………………………………………………….3

1. Общая тематическая и жанровая характеристика информационного потока СМИ ………………………………………………………………………5

1.1 Понятие и сущность тематики и жанра информационного потока СМИ ……………………………………………………………………………………...5

1.2 Типологические классификации тематики и жанровых форм, используемых в информационном потоке СМИ ………………………………8

2. Тематические и жанровые особенности информационного потока СМИ России на примере анализа специализированных газетных изданий ………21

2.1Оценка специализированных газетных изданий с точки зрения используемой тематики ………………………………………………………...21

2.2 Использование жанровых форм в специализированных газетных изданиях …………………………………………………………………………………….28

ЗАКЛЮЧЕНИЕ …………………………………………………………………36

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .………………………….39

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе информационный поток приобрёл массовый характер охватив практически всё современное общество. При этом информационный поток СМИ является незаменимым средством установления удалённой коммуникации и оперативного информирования общественности в целом или целенаправленной какой-то отдельной его части о необходимой или желаемой для субъекта формирующего данную коммуникацию, информации.

Основными определяющими содержание информационного потока СМИ являются жанровая форма и тематика. Именно от данных критериев в первую очередь завит назначение информационного потока, его целевая аудитория и задачи, преследуемые таковым.

Любой информационный поток СМИ имеет свою цель. Для того, чтобы субъект, формирующий и направляющий информационный поток на ту или иную аудиторию в конечном итоге, достиг её, необходимо знать с помощью какого жанра раскрытие той или иной темы будет наиболее интересно и усваиваемо для объекта информационного воздействия.

В соответствии с этим следует отметить, что выбранная тема данного исследования на сегодняшний день является одним из наиболее актуальных вопросов в области журналистики, в связи с чем целесообразно в контексте данной работы.

Степень изученности выбранной темы в отечественной и зарубежной литературе отличается полнотой и детализацией. Исследованию тематических и жанровых форм информационного потока СМИ посвятили свои работы такие исследователи, как Аниськина Н. В., Колышкина Т. Б., Алимов В. С., Артемьева Ю. Ю., Карданова К. С., Сулейманова О. Р., Беклемешева Н. П., Лягушкина Н. Г., Яремченко В. А., Карпова О. Б. Авербух К. К. и другие.

Новизна курсовой работы заключается в том, что в ходе практической части было проведено качественно-количественное исследование тематических и жанровых форм информационного потока России на современном этапе.

Цель работы заключается в исследовании и анализе информационного потока в рамках СМИ в аспектах разнообразия тематики и жанровых форм.

Для достижения поставленной цели в ходе работы необходимо выполнить комплекс задач следующего характера, а именно:

- рассмотреть понятие и сущность тематики и жанра информационного потока СМИ;

- ознакомиться с типологической классификацией тематики и жанровых форм, используемых в информационном потоке СМИ;

- провести оценку специализированных газетных изданий с точки зрения используемой тематики;

- проанализировать использование жанровых форм в специализированных газетных изданиях России.

Предметом работы является информационный поток в рамках СМИ в аспектах тематических и жанровых форм.

Объектом работы выступает информационный поток СМИ.

Курсовая работа состоит из введения, 2 глав (которые включают в себя по 2 раздела), заключения и списка использованных источников, который включает 26 наименований.

1. Общая тематическая и жанровая характеристика информационного потока СМИ

1.1 Понятие и сущность тематики и жанра информационного потока СМИ

Информационные коммуникации современного общества не только чрезвычайно обширны, но и объемны по своим содержанию, направленности, характеристикам. Это объясняется не только обилием и направленностью информации, не столько множественными коммуникациями человека в обществе, но и самой ее природой.

Если ранее люди общались, как правило, в той или иной степени, непосредственно друг с другом, то сейчас межличностное общение, как индивидуальное, так и коллективное, все более опосредуется техникой – телевидением, Интернетом и т.д. Ранее круг общения, распространения информации представлял собой относительно замкнутую общность людей, проживающих на компактной, достаточно четко очерченной территории, теперь ситуация меня­ется. Информационные потоки связывают людей совершенно независимо от их территориального местонахождения.

В условиях ускоренного развития всех сфер жизнедеятельности и деятельности человечества наблюдается, постоянны рост потока информации. При этом специфика информационного потока в рамках СМИ обусловлена установлением информационного контакта между автором и читателями, а также нацелена преимущественно на возбуждении в умах общественности наиболее важных и волнующих проблем современности.

Признание объективного существования движущейся информации, отражающей состояние и свойства движущейся материи, приводит нас к понятию «информационный поток». Для идентификации информации, содержащейся в информационном поле, требуется физическая связь между реципиентом и полем. Эта связь реализуется информационным потоком – движением частиц или волн, несущих инвариант отражения в виде информационного кода. Реципиент может воспринимать информацию только из информационного потока.

Поэтому, очевидно, могут существовать и такие информационные поля, о которых реципиент может не знать либо предполагать возможность их существования по косвенным данным или аналогиям. Прерывание взаимодействия реципиента с информационным потоком не отражается на свойствах последнего, а прерывает возможность дальнейшего восприятия текущей информации об объекте, не влияя, однако, на возможность непрерывной ассоциативной обработки уже накопленной идеализированной информации.

Информационный поток, как теоретическая идея, представляет с философских позиций восхождение первоначально от конкретного (чувственного) к абстрактному (идеализированный сплав, отражающий как объективную реальность, так и субъективное представление о ней) и далее от абстрактного (как систематическое описание различных свойств объекта) к конкретному (как отражение целостности сложных систем, логический итог научного исследования) [1, c. 58].

Информационный поток неоднороден. Можно наблюдать точки сгущения информативности и точки разрежения. Это связано со спецификой самой информации и ее потребителями. Выделяют синхронные (передача информации между субъектами, сосуществующими в рамках одного интервала времени) и диахронные (передача информации от предшествующих поколений к последующим) особенности протекания информационных процессов. Здесь синхронность передачи информации является средством осуществления диахронной.

«Диахронная информационная связь – это механизм аккумулирования и передачи социального опыта. Вне такого механизма была бы не возможна трансляция культуры в широком смысле этого слова, и каждый человек был бы вынужден в онтогенезе повторять весь социальный и интеллектуальный филогенетический опыт» [11, c. 35].

Диахронные информационные связи надежнее и прочнее, чем синхронные. В природе нет детерминированного предопределения. В эволюции многое зависит от интеллекта и воли реципиентов, свободных в некотором выборе альтернатив. Принцип сочетания свободы с ограниченностью выбора выражает диалектику движения материи.

Информационный поток в рамках СМИ, с функциональной точки зрения в первую очередь можно охарактеризовать, как свежую информацию в письменной форме, основными признаками которой являются компактность, выразительность и яркость формы. Основной целью и функцией подобного информационного потока является быстрое донесения соответствующего сообщения, которое содержит в себе тот или иной информационный поток, непосредственно до читателя.

При этом следует отметить, что существующие функциональные стили в контексте функциональных жанров и тем информационного потока в рамках СМИ на сегодняшний день не являются окончательно устоявшимися и законсервированными, как и любой язык в общем. Как и язык, языковые стили постоянно развиваются, однако особенно наглядно данный процесс развития можно увидеть, как раз на примере развития функциональных стилей СМИ. При этом, стилистика написания к примеру газетных текстов, так же характеризуется обособленностью в крайне неравномерной и неоднозначной степени. Границы некоторых стилей газетных текстов определить крайне нелегко, а стили как таковые трудно отделить от жанров.

Основной причиной вышеупомянутого фактора является специфичность самой коммуникации, создаваемой по средствам информационного потока, так как основным функционалом такового является не просто создание коммуникации между корреспондентом и читателем, а также повышение уровня новостной осведомлённости читателей, а убеждение таковых касательно того или иного момента.

1.2 Типологические классификации тематики и жанровых форм, используемых в информационном потоке СМИ

Сегодня существует достаточно широкое многообразие жанровых форм информационного потока, количество которых постоянно увеличивается. В связи с этим, рассмотреть все из них не представляется возможным, поэтому, в контексте исследуемого вопроса ознакомимся с основными из них.

Все жанры можно разделить на 3 крупные группы, такие как информационные жанры, аналитические жанры и художественно-публицистические жанры. Рассмотрим каждую из представленных групп детальней.

1. Информационная группа жанров. К данной группе относятся такие функциональные стили и формы написания газетных текстов, как хроника, заметка, отчет, репортаж и интервью.

Хроникальная информация - отвечает на вопросы: Что? Где? Когда? и имеет объем в 2 - 15 строк. Печатается на первых - вторых полосах официальных и неофициальных газет. Язык хроникальной информации - книжный, стиль - сухой, отстраненный, официальный.

Расширенная информация имеет объем в 30-150 строк. В отличие от хроникальной информации в нем может присутствовать комментарий.

Заметка - самый древний жанр в журналистике. От хроникальной и расширенной информации заметка отличается авторской подписью, так как основой ее является письмо читателя. Если в информации важен фактор времени, то в заметке сам факт в различных временных измерениях.

Эпистолярные жанры - это письма читателей. Письма во все времена и эпохи, с первых дней возникновения журналистики как составляли основу всех материалов. Виды эпистолярных жанров: письмо-предложение, письмо-отклик, письмо - жалоба, письмо-вопрос, письмо-ответ.

Отчет - концентрированная подача какого-либо прошедшего события, мероприятия. Отчет отличается от других жанров сухостью и последовательностью изложения. Виды отчетов: прямой отчет - непосредственная передача с места события без излишних комментариев; отчет - коммюнике - рассказ о прошедшей политической встрече; отчет-размышление, с элементами комментирования; пространный отчет - передача события, сопровождающаяся расширенными комментариями. Язык и стиль отчета - официально-деловой.

Интервью – это представляющие общественный интерес ответы конкретного лица (группы лиц) на вопросы журналиста, беседа, когда журналист не ограничивается лаконичными вопросами, а спорит с собеседником, комментирует его ответы.

Репортаж - жанр, оперативно и ярко "передающий" с места событий. Самая основная и специфическая черта жанра - "эффект присутствия" - это когда читатель, слушатель, зритель видит и слышит случившееся событие глазами репортера. Автор сам непосредственный участник события, приобщает к нему всех читателей, слушателей и зрителей.Виды репортажа: событийный - событие передается хронологически (также различают до событийный и после событийные репортажи), тематический - событие может передаваться, начиная с любого места, тут позволительны расширенные и подробные комментарии и постановочный – ситуационный, когда репортаж передается с не запланированного события [8, c. 143].

1. Аналитическая группа жанров. В данную группу включены такие функциональные стили написания газетных текстов, как статья, корреспонденция и обзор.

Аналитические жанры журналистики основаны на методе индукции и дедукции, анализе и синтезе. Индукция, или анализ это когда какая-то проблема рассматривается путем разложения на части, от общего - к частному. Дедукция, или синтез - это когда сначала рассматриваются части проблемы по отдельности, а затем в общем плане.

По сравнению с информационными жанрами, аналитические шире по фактическому материалу, масштабнее по мысли, по исследованию жизненно-важных явлений.

Статья – это локальное отображение жизненно-важных явлений, проблемы или актуальной ситуации. Масштабные выводы предваряются характеристикой фактических данных и ситуаций, рассмотренных в совокупности. Факты в статье играют иллюстративную роль, в статье важны проблема и явление. В статье в полной мере используются аргументация, мотивация действий, используются все виды текстов: повествование, описание и размышление.

Корреспонденция – отображение «кусочка жизни», жанр, построенный на конкретном материале, в котором в аналитическом плане разрабатывается актуальная тема, решается определенная проблема. В корреспонденции в отличие от статьи применяется метод дедукции - синтеза, то есть проблема решается от частного к общему.

Рецензия – жанр, в котором критикуется, дается оценка художественного или научного произведения, общественно-политической или технической литературы, театральных постановок, кинофильмов, телевизионных передач, художественных выставок, музыкальных концертов и даже бытовых ситуаций. Рецензию также определяют, как критику «отраженной действительности».

Обозрение или обзор - жанр, знакомящий аудиторию с определенными событиями с использованием аналитического комментария. Иначе обозрение можно назвать «панорамой событий» [7, c. 105].

1. Художественно-публицистическая группа жанров. Данная группа включает в основном такие функциональные стили написания газетных текстов, как очерк, фельетон и памфлет, однако в неё могут водить и иные стили подобного функционального назначения по сравнению со стилями, перечисленными выше.

Художественно-публицистические жанры отличаются од других тем, что в них присутствуют художественность и публицистичность Художественность – это образное отображение действительности, моделирование ситуации или действительно происшедших, или придуманных событий. Публицистичность же выражается, прежде всего в присутствии документальности, в пафосе и тенденциозности повествования, в допустимости только домысла, но не вымысла.

Очерк – это небольшой рассказ о действительном событии, человеке или явлении. Журналистский очерк отличается от литературной достоверности и адресностью фактов.

Зарисовка – небольшой по объему жанр, он отличается от очерка тем, что в нем отсутствует сюжет. В зарисовке отсутствует проблема. Это в основном цепь картин, ассоциаций.

Эссе – жанр, который пишется на одном дыхании, в нем присутствует высокий эмоциональный накал, наряду с философскими размышлениями. В эссе как правило отсутствует сюжет. Темы эссе отличаются злободневностью и актуальностью.

Политический портрет – жанр, в котором в основном отображается психологический портрет, действия и имидж реальных личностей. В нем в равных количествах должны быть представлены публицистичность и художественность. Задача журналиста в написании этого жанра – выявить реальную личность и дать его истинную психологическую характеристику, прогнозировать возможные действия этой личности в будущем, предсказать общественную значимость и роль этой личности в общественном развитии [8, c. 124].

Тематических градаций источников информационного потока СМИ достаточно много. Это может быть любой актуальный вопрос, интересующий ту или иную часть целевой аудитории печатного или интернет издания. В соответствии с этим, рассмотрим информационный поток СМИ по тематическим блокам, к которым на сегодняшний день издатели и читатели обращаются чаще всего.

1. Деловая пресса (политика, финансы, экономика, демография, бизнес, наука, производство и т.д.) – уникальный тип масс-медиа, который включает как узкоспециализированные издания, предназначенные исключительно для экспертов, так и СМИ с относительно широким кругом тем, которые могут быть интересны и для людей, не включенных в бизнес-отношения. Деловая информация пронизывает всю структуру СМИ. В том или ином виде она присутствует практически во всех типах изданий – и в общественно-политических, и в корпоративных, и в молодежных и др.

Деловое издание обладает собственным отличительным признаком – доминированием в содержании именно деловой, актуальной для развития бизнеса и рыночной экономики, информации. Последняя может быть передана посредством публикации как журналистских, так и статистических, рекламно-информационных, законодательных и прочих материалов. Существенным признаком делового издания является его целевое читательское назначение. Если массовые издания универсального типа играют главную роль в ориентации читателя в социуме, то специализированные деловые издания удовлетворяют интересы конкретной целевой аудитории в дополнительной информации, рассчитанной на ее профессиональные интересы в различных сферах жизнедеятельности.

Ценность делового издания — это оценка, подбор фактов, основанные на мнении независимых экспертов — тех, кому в бизнес сообществе доверяют и с кем ведет диалог журналист. Такая позиция позволяет с большим доверием относиться и к информации, которая печатается на правах рекламы: она становится более эффективной. Процесс идентификации деловой прессы сопряжен с выявлением особых, в большей степени только ей присущих функций. Деловая пресса обеспечивает бизнес-коммуникации. В этом заключена ее социальная функция.

Она включает в себя:

1. Предоставление деловым людям информации, необходимой для успешного функционирования и развития бизнеса;

2. Создание положительного образа российского предпринимательства;

3. Формирование деловой культуры в бизнес-сфере. Кроме того, как и любой другой тип СМИ, деловая пресса выполняет определенные контактные функции, к которым традиционно относятся практическая, познавательная, ориентирующая, обучающая и поисковая [12, c. 88].

Рассмотрим наглядно основные функции деловой прессы с помощью рисунка 1, представленного ниже.

Рисунок 1 – Функциональное назначение деловой прессы [9, c. 104]

В деловых изданиях текстовые материалы превалируют над иллюстративными (статистика по ведущим изданиям: 50-60% – текст, 20-25% – иллюстрации), т.е. приоритет отдается содержанию в буквальном смысле слова. Поэтому шрифтовое оформление должно способствовать максимальной легкости восприятия материала. Шрифтовой дизайн исповедует минималистские традиции: количество используемых гарнитур не превышает двух (реже – трех), средства выделения стандартизованы, оформление предельно упрощено, убрано все лишнее, что может затемнить или исказить смысл сообщаемого. Этому помогают и особая стилистика рубрик и заголовков, подзаголовков и врезов.

В заголовках часто содержатся названия фирм, а в подзаголовках — имена топ-менеджеров, цифры, ссылки на политиков или официальные документы. Заголовочный комплекс, ярко обозначая «точки ввода», выполняет функции первоклассного навигатора. В крупных материалах можно насчитать восемь – девять ступеней представления материала, что вполне соответствует последним тенденциям информационного дизайна, нацеленным на изощренную навигацию. С другой стороны, окраска текстового поля остается ровной, без резких перепадов.

На сегодняшний день спектр тематики в рубрике «Спорт» значительно расширяется благодаря представлению не только новостей «о забитых голах», «добытых очках», ходе соревнований, но и благодаря рассказам о романах звезд спорта, драк фанатов в разных странах, перепечатке слухов и скандальных историй из зарубежных таблоидов.

1. Спортивно-обозревательная тематика. Спортивные издания становятся все более популярными, массовыми, экономически выгодными. Однако стоит заметить, что людей, которые действительно интересуются спортом, мало интересуют подробности личной жизни или слухи о спортсменах. Специфика инструментария, используемого в изданиях спортивной направленности, в первую очередь призвана расширить читательскую аудиторию. В то же время в этой ситуации прослеживается противоречивость между стремлением масс-медиа к достижению высокого уровня профессионализма и необходимостью для печатных изданий максимизации прибыли, повышения конкурентоспособности, достигаемые не всегда честными методами. Это, разумеется, отображается и на тематических особенностях раскрытия рубрик спортивных изданий и на самой рубрикации.

С. Гуськов отмечает, что СМИ были и остаются надежными представителями спорта, помогают раскрывать его социальную значимость в жизни общества, показывать высокие физические возможности людей, внедрять опыт оздоровительной работы в массы. Пропаганда спорта в медиа — это действенное средство воспитания молодого поколения, приобщения к здоровому образу жизни. Популярности спортивных изданий способствует, в частности, еще и то, что эта тема объединяет совсем юных и стариков, бизнесменов, политиков и обычных граждан [3, с. 43]. В этой сфере в основном трудно предсказать результат, можно делать только какие-то прогнозы, ведь в любой момент все может измениться, и аутсайдер опередит лидера. А еще это возможность снять эмоциональное напряжение, отдохнуть от повседневных забот. Итак, можно выделить следующие основные функции спортивной журналистики [4, c. 47]:

• эскейпизм (бегство от внешнего мира);

• связующее;

• воспитательная;

• эмоциональная;

• идентифицирующая.

Рассматривая жанровую палитру спортивных медиа, можем констатировать, что доминирует в них репортаж. Немало научных исследований посвящено именно этим публикациям. Спортивный репортаж ученые в основном рассматривают как «оперативный информационный жанр, в котором ярко рассказывается о спортивное событие (ситуацию или явление), очевидцем которой стал журналист-репортер» [7, с. 19].

Среди его жанровых признаков выделяют динамичность, оперативность, документальность, объективность, эмоциональность, яркость. Можно добавить, что во время освещения спортивных событий репортер должен не только кратко, динамично вести повествование, но и создать с помощью деталей эффект присутствия. Поэтому, кроме сообщения, репортаж, по нашему мнению, должен содержать мнения очевидцев, комментарии специалистов, описания фрагментов напряженных ситуаций, лирические отступления, дополнительную тематическую информацию и тому подобное.

Для налаживания тесного контакта с читателем журналист должен быть знаком с тематикой в целом, свободно оперировать спортивной терминологией, владеть словом, не прибегая к жаргонизмам и просторечиям. Спортивные издания, как и любой другой вид специализированной периодики, имеют свои стилистические особенности изложения информации. Главным образом, данные особенности заключаются в использовании своеобразной лексики, авторами спортивной прессы. В контексте данного аспекта в первую очередь следует отметить спортивные термины английского происхождения, которые представляют собой неотъемлемую часть современной спортивной прессы. Однако, множество англоязычных терминов, используемых ранее исключительно в узконаправленной специализированной спортивной прессе, сегодня выходят за пределы профессионального употребление и сейчас наблюдается тенденция к чрезмерному их употреблению.

Отрасль физической культуры и спорта является открытой системой, которая развивается быстрыми темпами, обогащается новыми понятиями, адаптируя при этом значительное количество иноязычных слов. В последние годы появилось немало новых видов двигательной активности: фитнес, шейпинг, армреслинг, бодибилдинг, шорт-трек, боулинг и тому подобное. Профессиональная лексика крайне необходима для лаконичного и точного выражения мысли в специальных текстах (к которым относятся и спортивные), предназначенных для подготовленного читателя. Однако возникает проблема перенасыщения родного языка иноязычными словами. Для того, чтобы остановить большой приток легионеров, спортивные федерации ввели так называемый «лимит на легионеров» — задействовать в команде можно только определенное количество игроков из-за рубежа. На использование заимствованных слов в публикациях «лимит», конечно же, невозможно внедрить.

Однако спортивные журналисты должны помнить, что готовят свои материалы не только для узкого круга болельщиков, и пытаться найти в родном языке эквиваленты заимствованных слов. Классический спортивный репортаж в специализированных отечественных изданиях все чаще обогащается элементами аналитики. Спортивная прессовая журналистика, как и любой другой вид журналистики, призвана рассказывать о видах спорта, о том, что скрыто за кулисами. Благодаря таким подходам к разнообразию тематики и нецелевая аудитория присоединяется к читательской аудитории издания.

На сегодняшний день спектр тематики в рубрике «Спорт» значительно расширяется благодаря представлению не только новостей «о забитых голах», «добытых очках», ходе соревнований, но и благодаря рассказам о романах звезд спорта, драк фанатов в разных странах, перепечатке слухов и скандальных историй из зарубежных таблоидов [10, c. 67].

Спортивные издания становятся все более популярными, массовыми, экономически выгодными. Однако стоит заметить, что людей, которые действительно интересуются спортом, мало интересуют подробности личной жизни или слухи о спортсменах. Специфика инструментария, используемого в изданиях спортивной направленности, в первую очередь призвана расширить читательскую аудиторию. В то же время в этой ситуации прослеживается противоречивость между стремлением масс-медиа к достижению высокого уровня профессионализма и необходимостью для печатных изданий максимизации прибыли, повышения конкурентоспособности, достигаемые не всегда честными методами. Это, разумеется, отображается и на тематических особенностях раскрытия рубрик спортивных изданий и на самой рубрикации.

1. Социокультурная пресса.

Современная социокультурная ситуация способствует динамичному расширению информационного поля. Наша эпоха называется по-разному: «постиндустриальное общество», «информационная эпоха», «эпоха постмодернизма», «время глобализации». Очевидно, что характерной особенностью нынешнего периода является расширяющаяся система массовых коммуникаций. В контексте самых разных процессов, происходящих в обществе, постоянно возникают новые виды, типы и формы масс-медиа, отражающие определенное социокультурное состояние. Одной из характерных особенностей общества последней трети предыдущего столетия стала поэтика и стилистика постмодернизма.

Немаловажным условием формирования подобных изданий стало технологическое оснащение СМИ последних десятилетий XX в. Развитие Интернет, конвергенция масс-медиа, интермедиальность привели к новым, интерактивным формам медийного пространства [5, c. 63]. Необходимой составляющей функционирования журналов современной культуры стали интернет-версии, которые представляют не только анонсы публикаций очередного номера, но являются пространством для творческих экспериментов и обратной связи с читателями и потенциальны- ми авторами. В качестве примера можно привести онлайн-конкурс журнала «Dazed and Confused» для молодых фотографов, работы которых помещаются на интернет-странице этого издания и оцениваются как редакцией, так и посетителями сайта. Примером творческого эксперимента в режиме онлайн является «объемная» 3D фотография модели Джеммы Уорд, сделанная фотографом Ником Найтом для журнала «i-D» (декабрь 2005 г.) и помещенная в сети Интернет. На этой фотографии модель можно одновременно увидеть в различных ракурсах в неискаженной перспективе, что является качественно новым уровнем визуального отражения действительности [15, c. 45]. Большое влияние на формирование журналов современной культуры оказала бурно развивающаяся реклама, которая, как известно, является основным источником доходов качественных изданий.

Реклама в этих изданиях абсолютно соответствует их концепции, поскольку представленные товары (в основном одежда) показаны как атрибуты определенного стиля жизни и, что особенно важно, как средства формирования личной идентичности. Эстетическое оформление рекламы органично дополняет художественно-концептуальный образ издания. Тематика публикаций данных изданий, с одной стороны, весьма разнообразна, а с другой – соответствует исключительно культурным потребностям молодежной аудитории, и не просто соответствует, а формирует эту потребность. На страницах таких журналов есть публикации о разнообразных видах искусства, о явлениях современной моды, спорта, историко-культурологические обзоры самых разных направлений, стилей в искусстве.

1. Детская пресса. Издания в направлении раскрытия детских тем, представляют собой обособленный и самостоятельный тип изданий, вид специализированной прессы, сегмент социального института журналистики. Организационная структура детской периодики включает в себя два уровня. Информация, предназначенная для детей или созданная самими детьми, проявляется, во-первых, на уровне разделов (листов-«вкладышей», «детских страниц») во «взрослых» газетах. Вторым источником служит непосредственно детская печать, классифицирующаяся по редакционному признаку на газеты, журналы, альманахи, которые отличаются друг от друга по ряду параметров, однако объединены одним общим признаком – участием самих детей в наполнении контента. В объединённом каталоге «Пресса России». Газеты и журналы» и каталоге российской прессы «Почта России» к детским и юношеским изданиям относятся журналы-пособия, сканворды, комплекты книг, сборники, комиксы, раскраски, мини-энциклопедии и даже серии рабочих тетрадей [13, c. 56].

В зависимости от степени, формы и характера участия детей-читателей (юнкоры, участники конкурсов, авторы стихотворений и рассказов, авторы писем) можно говорить о параллельном существовании таких возможных вариантов детских изданий (под вариантом подразумевается соотнесение степени детского участия и работы взрослых): «взрослые для детей» (в основном, издания для дошкольников), «дети и взрослые для детей» (участие детей проявляется в разнообразных формах), «дети для детей» (участие взрослых только на уровне организации выпуска).

Таким образом, на основании проведённого теоретического исследования особенностей информационного потока в рамках СМИ в аспектах тематики и жанров, было выяснено, что информационный поток представляет собой восхождение первоначально от конкретного (чувственного) к абстрактному (идеализированный сплав, отражающий как объективную реальность, так и субъективное представление о ней) и далее от абстрактного (как систематическое описание различных свойств объекта) к конкретному (как отражение целостности сложных систем, логический итог научного исследования).

Информационный поток в рамках СМИ, с функциональной точки зрения в первую очередь можно охарактеризовать, как свежую информацию в письменной форме, основными признаками которой являются компактность, выразительность и яркость формы. Основной целью и функцией подобного информационного потока является быстрое донесения соответствующего сообщения, которое содержит в себе тот или иной информационный поток, непосредственно до читателя. При этом, информационный поток неоднороден и представляет собой движение информации для построения коммуникативной взаимосвязи между автором и читателем с целью донесения первым последнему желаемой им или необходимой информации.

В рамках исследования тематических и жанровых форм информационного потока в рамках СМИ, было выяснено, что он имеет широкую градацию как по первому, так и по второму аспекту, что позволяет адаптировать его под психологические особенности любого читателя.

2.Тематические и жанровые особенности информационного потока СМИ России на примере анализа специализированных газетных изданий

* 1. Оценка специализированных газетных изданий с точки зрения используемой тематики

Для оценки тематических особенностей специализированных газет в рамках информационного потока России, были выбраны 3 самых рейтинговых онлайн-издания (оналайн СМИ) России по рейтингу 100 лучших русских интернет СМИ 2017 от аналитиков **White Square Journal**. В результате этого были выбраны такие издания, как «RT», «Life.ru» и «РБК». При этом, для анализа были взяты именно газетные онлайн издания.

На основании проведённого анализа выпусков газет «RT», «Life.ru» и «РБК» за 2018 год, рассмотрим в процентном соотношении основные тематики информационного потока, поднятые издателями. Наглядно данный аспект представлен в таблице 1 данной работы.

Таблица 1 – Тематический анализ информационного потока СМИ России за 2018 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема | Удельный вес, % | | | Среднее значение |
| «RT» | «Life.ru» | «РБК» |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Экология | 14,58 | 16,21 | 10,00 | 13,60 |
| Спорт | 22,15 | 13,28 | 16,34 | 17,26 |
| Инфраструктура и жилищно-коммунальное хозяйство | 20,45 | 15,24 | 17,25 | 17,65 |
| Культура, образование, традиции | 3,19 | 8,31 | 5,32 | 5,61 |
| Наука и технологии | 6,45 | 12,41 | 5,73 | 8,20 |
| Искусство | 1,35 | 3,80 | 1,12 | 2,09 |
| Бюджет, финансы и бизнес | 4,88 | 3,22 | 6,28 | 4,79 |
| Реклама | 2,01 | 6,15 | 4,13 | 4,10 |
| Справочная информация | 1,68 | 1,03 | 3,45 | 2,05 |
| Социальная работа / Волонтёрство / Социальные проекты | 4,18 | 4,66 | 6,12 | 4,99 |
| Исторические события | 2,42 | 1,01 | 3,88 | 2,44 |

Продолжение таблицы 1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Политика | 8,47 | 8,43 | 15,45 | 10,78 |
| Досугово-развлекательные блоки | 6,45 | 5,08 | 2,90 | 4,81 |
| Прочее | 2,00 | 1,17 | 2,03 | 1,73 |
| Всего | 100,00 | 100,00 | 100,00 | Х |

Таким образом, на основании проведённого тематического анализа наиболее популярных и читаемых по версии аналитиков **White Square Journal в 2017 году газетных интернет-изданий, большая часть информационного потока за истекший 1 кв. 2018 года носила спортивную тематику, а именно 17,26 % от всего информационного потока данной троицы, раскрывала вопросы об инфраструктуре и жилищно-коммунальных опросах в объёме 17,65 % от общего информационного потока, а так же носила экологическую тематику – 13,6 % в среднем показателе и политическую – 10,78 %.**

Что же касается прочих тематических вопросов, раскрываемых в современном информационном потоке СМИ России, исходя из анализа трёх наиболее популярных среди россиян интернет изданий, следует отметить, что таковые составляют относительно небольшую часть публикуемого материала. Положительным моментом является низкий процент содержания в вышеупомянутых изданиях рекламных блоков, не смотря на их популярность среди читателей, малонтересной и неактуальной справочной информации.

При этом, так же следует отметить, что тематическая градация информационного потока в проанализированных СМИ, не смотря на их схожесть по формату повествования и спектру поднимаемых вопросов является далеко неоднородной. К примеру, если в «Life.ru» основной акцент сделан на вопросах уровня жизни населения и технологиях (не беря в расчёт спортивную тематику, уровень раскрытия которой высок во всех 3-х изданиях), то в «РБК» внимание акцентировано на политике той же степени, что и на вопросах инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства. При этом, вопросы, раскрываемые в отношении инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства очень часто носят политизированный оттенок и раскрываются в контексте определённой государственной программы.

На основании этого, рассмотрим примеры наиболее распространённых тематических блоков информационного потока СМИ России на базе изданий «RT», «Life.ru» и «РБК».

В первую очередь рассмотрим пример тематического блока информационного потока СМИ на спортивную тематику, наглядно представленный с помощью рисунка 2 данной работы.



Рисунок 2 – Пример освящения спортивной тематики в онлайн-газете «RT» (публикация от 19 мая 2018 г.) [18]

Таким образом, на основании представленного фрагмента можно отметить, что статьи, очерки, комментарии и прочие форматы раскрытия спортивной тематики отличаются броскими заголовками, привлекающими внимание читателя с первых слов, кратким изложением основной мысли статьи, краткостью и чёткостью излагаемого общего материала. Но при этом так же отмечается простота языка, адаптированного, как под читателя, являющегося заядлым болельщиком, так и на читателя-обывателя, обязательное оперирование конкретными цифрами бальной оценки (счёта) и именами игроков.

Рассмотрим пример тематических блоков информационного потока России, подымающих вопросы инфраструктурного и жилищно-коммунального обустройства города, с помощью данных рисунка 3.

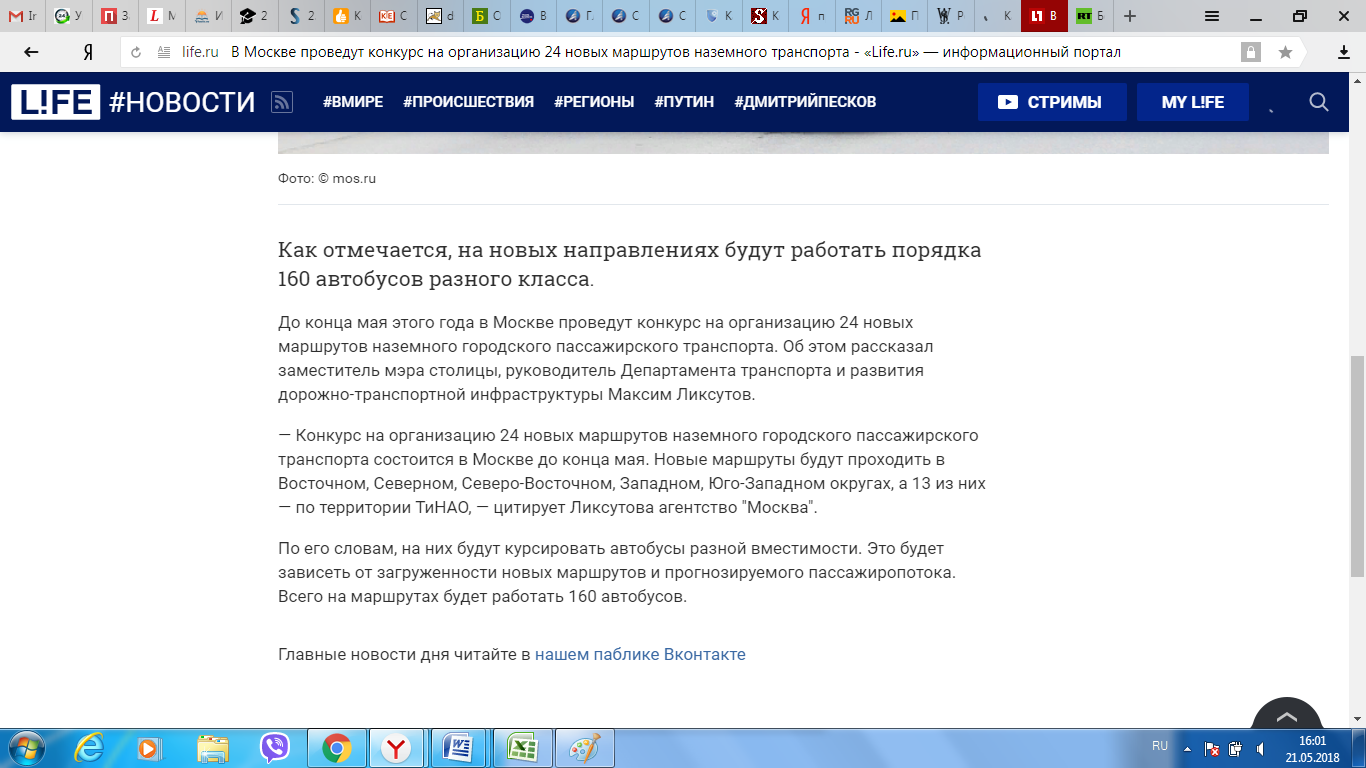


Рисунок 3 – Пример освящения темы развития инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства в «Life.ru» (публикация от 30 апреля 2018) [19]

В контексте освещения тематики инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства, как правило поднимаются либо наиболее актуальные на момент публикации и освящения материала вопросы, являющиеся одновременно проблемами общества, либо новостные перспективы совершенствования или внедрения дополнительного оснащения в той или иной сфере инфраструктуры. В представленном на рисунке 4 примере предполагается второй вариант. Языковые приёмы, используемые при освящении темы инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства, как правило, зависит от жанра, используемого для публикации, однако зачастую это простой язык, понятный любому читателю, так как тема развития инфраструктуры и ЖКХ является тематикой социального характера, при этом, волнующая по большей части представителей старшего поколения, для понимания которыми языковая доступность излагаемого материала играет первостепенную роль.

Кроме того, как видно из представленного примера, в процессе освящения тематики инфраструктуры и ЖКХ, авторы часто апеллируют числовыми и территориальными значениями, так как уровень развития и проблемы инфратруктуры и ЖКХ могут существенно отличаться от того или иного региона. Так как данная тематика в той или иной степени при любом жанре изложения носит новостной характер или же отображает мнение того или иного автора, подкрепление материала цифровыми значениями, а так же названиями территориальных единиц касательно инфраструктуры которых идёт речь, крайне важно.

Рассмотрим пример информационного потока России на политическую тематику, который наглядно представлен с помощью рисунка 4.

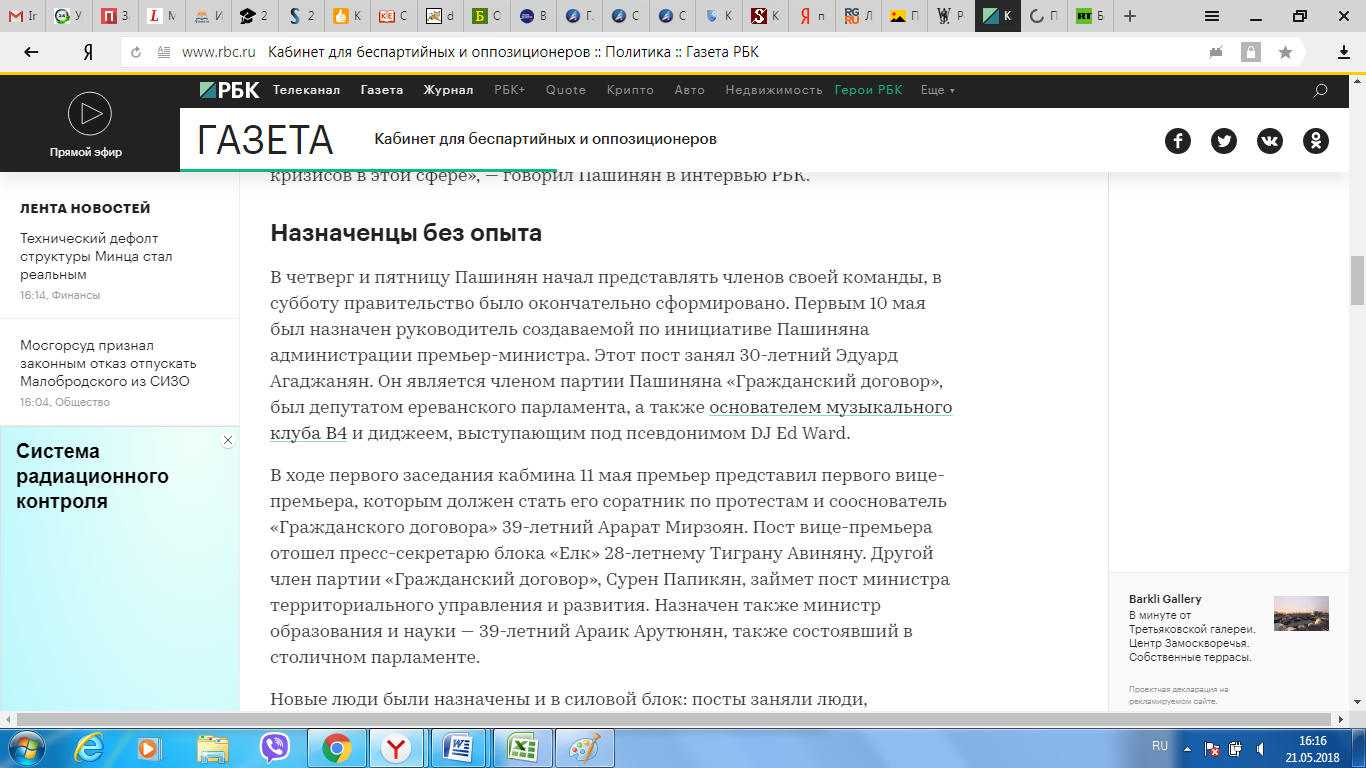


Рисунок 4 – Пример освящения политической темы «Кабинет для беспартийных и оппозиционеров» в «РБК» (публикация от 11 мая 2018, выпуск № 082) [16]

На основании представленного примера на рисунке 4 можно отметить, что публикации политической направленности так же отличаются упоминаниями в них множества имён собственных, в особенности Ф.И.О. политических деятелей. При этом, при обозначении какого-либо политического деятеля указание фамилии с инициалами, как это принято в научном стиле, не является обязательным условием, автор может ограничиться только фамилией, к примеру, «Пашинян» или именем и фамилией, к примеру, «Сурен Папикян», «Тигран Авинян» и т.д. Кроме того, как правило, в политических статьях присутствует упоминание различных государственных учреждений, названия партий, должностей и т.д.

Большая часть политических публикаций носит новостной характер, только с частичным высказыванием автором личного мнения или же вовсе без него. При этом, отмечается чёткая хронологичность построения, упоминание исторических и биографических фактов, сравнение событий прошлого, вплоть до старых цитат политиков в СМИ, и настоящего. Специализированная терминология в политических публикациях используется не часто.

Рассмотрим пример информационного потока России на политическую тематику, который наглядно представлен с помощью рисунка 5.

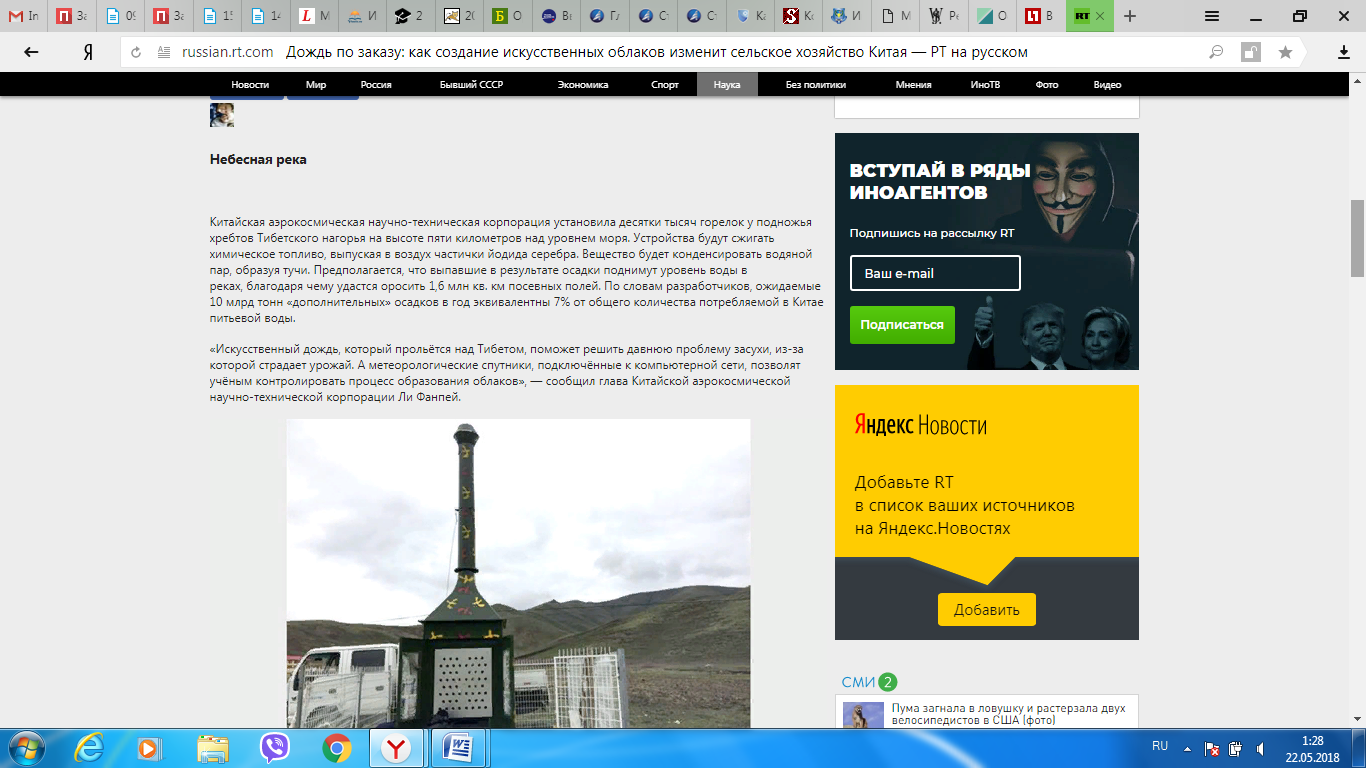


Рисунок 5 – Пример освящения экологической темы «Дождь по заказу: как создание искусственных облаков изменит сельское хозяйство Китая» в онлайн-газете «RT» (публикация от 11 мая 2018) [22]

В публикациях на экологическую тематику, как и в случае с освещением темы развития инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства в первую очередь отмечается территориальная единица, экологическая проблема которой освещается в той или иной статье, например «Тибет», «Китай» и т.д. В случае с освещением глобальных мировых экологических проблем, зачастую отмечается «Планета Земля», «Наша Планета» и т.д.

В экологических публикациях всегда освещается не только текущая ситуация (проблема), но и дальнейшие перспективы для соответствующего региона при реализации каких-либо действий или бездействии, или и то и другое. Так же в подобных публикациях присутствуют аналитические данные (объёмы потребления, сумма денежных средств и т.д.). В публикациях присутствует хоть и адаптированная для широкой аудитории, но специализированная литература.

Последней большой тематической группой информационного потока, как было выяснено в ходе проведённого аналитического анализа, является наука и технологии. В связи с этим, рассмотрим пример информационного потока на данную тему, с помощью рисунка 6.

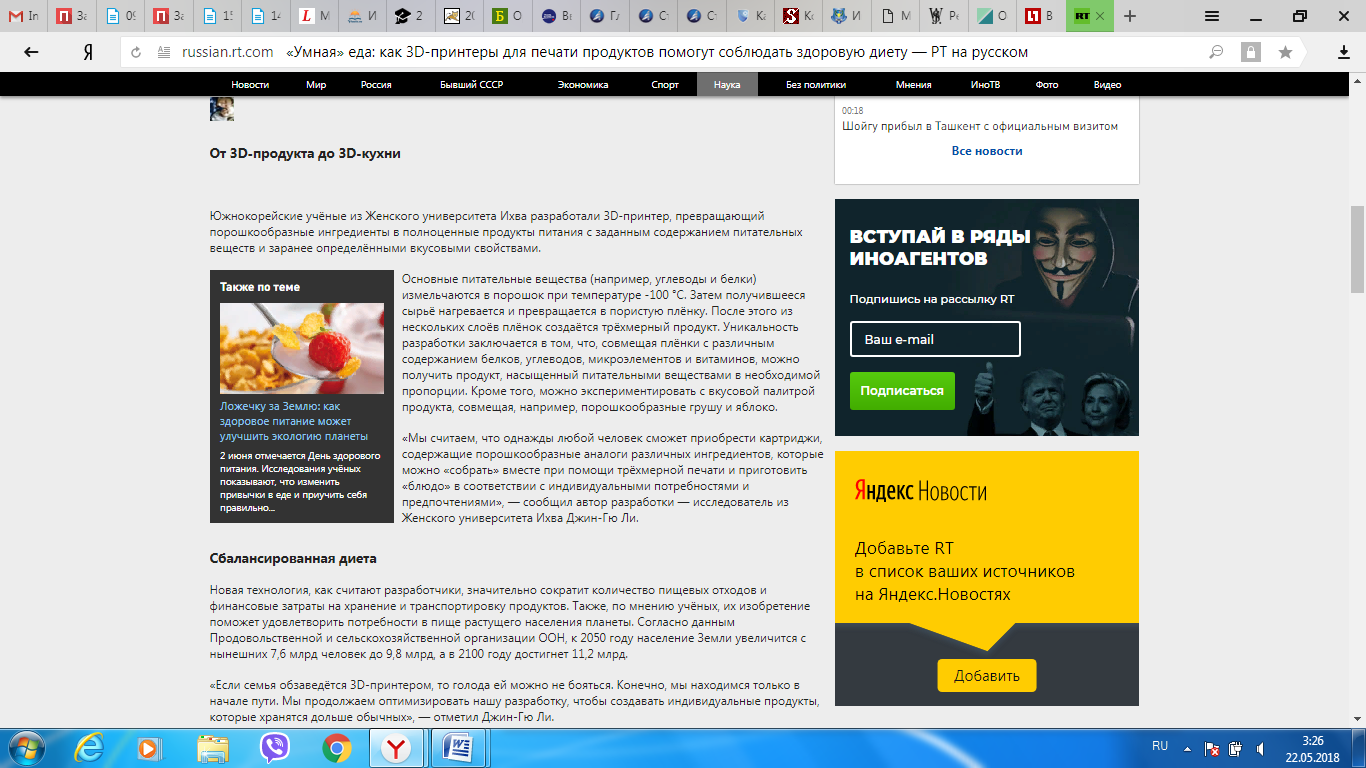


Рисунок 6 – Пример освящения научно-технической темы ««Умная» еда: как 3D-принтеры для печати продуктов помогут соблюдать здоровую диету» в онлайн-газете «RT» (публикация от 24 апреля 2018) [23]

В отличии от публикаций на экологическую тематику, публикации на научно-технические темы «пестрят» специализированной терминологией, понять которую способен не каждый читатель. Например, представленный образец статьи о 3D-принтерах, без ознакомления с дополнительной литературой большинство представителей старшего поколения врят ли смогут понять в степени, необходимой не только для понимания, но и полного осознания изложенного материала. Если речь заходит о научных или технических разработках и новинках, на что направлена большая часть публикаций исследуемой тематики в СМИ, зачастую указывается территориальная принадлежность изобретения например: «Южнокорейские учёные», или даже организация, совершившая прорыв (название института, университета, научной организации и т.д.). Так же в подобных публикациях присутствуют нормативные, технико-эксплуатационные характеристики, строится перспектива внедрения разработанного устройства или же перспектива дальнейших исследований в области, если речь идёт о каком-то научном открытии.

В завершение хотелось бы отметить, что современный информационный СМИ России, отличается высокой степенью иллюстрированности в независимости от раскрываемой тематики, от спорта до исторических аспектов, от политики и бизнеса, до досугово-развлекательной сферы, это является одним из наиболее эффективных средств привлечения внимания, в связи с чем и используется активно.

2.2 Использование жанровых форм в специализированных газетных изданиях

В контексте исследования жанровых форм специализированных газетных изданий, как и в случае с исследованием тематических особенностей были взяты такие издания, как «RT», «Life.ru» и «РБК», как наиболее популярные в России интернет-издания, информационный поток которых сегодня составляет 70 % от всего потока, а уровень восприятия, в сравнении с прочими СМИ - более 80 %. В соответствии с этим, в первую очередь был проведён анализ использования различных жанровых групп в вышеупомянутых изданиях, результаты которого наглядно представлены с помощью таблицы 2.

Таблица 2 – Жанровый анализ информационного потока СМИ России по основным жанровым группам наиболее популярных интернет-изданий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Жанровая группа | Количество жанровых блоков в выпусках за 2018 год, % | | | Всего | Среднее |
| «RT» | «РБК» | «Life.ru» |
| Информационные | 41,67 | 31,58 | 14,81 | 88,06 | 29,35 |
| Аналитические | 16,67 | 39,47 | 29,63 | 85,77 | 28,59 |
| Коммуникативные | 8,33 | 0,00 | 11,11 | 19,44 | 6,48 |
| Публицистические | 4,17 | 7,89 | 14,81 | 26,87 | 8,96 |
| Справочно-консультационные | 8,33 | 7,89 | 18,52 | 34,74 | 11,58 |
| Развлекательные, досуговые, художественные | 20,83 | 20,83 | 11,11 | 52,77 | 17,59 |
| Общее количество блоков | 100,00 | 100,00 | 100,00 | Х | Х |

Таким образом, как показывают представленные данные, наибольшую часть информационного потока СМИ России по жанровой градации занимают сегодня публикации информационных жанров, таких как заметка, хроника, отчёт, репортаж, информационное интервью и т.д., составляя в общей массе 29,35 % всего информационного потока России. Так же достаточно большой объём информационного потока России занимают публикации аналитических жанров (статьи, комментарии, обозрение, аналитическое интервью и т.д.), а именно 28,59 %.

Исходя из этого, можно отметить, что информационные и аналитические жанры занимают первую позицию по объёму информационного потока России. Вторую позицию при этом занимают развлекательные, досуговые и художественные жанры (очерк, эссе, кроссворд, гороскоп, анекдот и т.д.), занимая 17,59 % информационного потока.

Таким образом, прежде чем проводить более детализированный аналитический анализ информационного потока России, рассмотрим примеры каждой группы жанров и выделим основные характерные особенности каждой из них.

В первую очередь, рассмотрим пример публикации информационного жанра, который представлен с помощью рисунка 7.

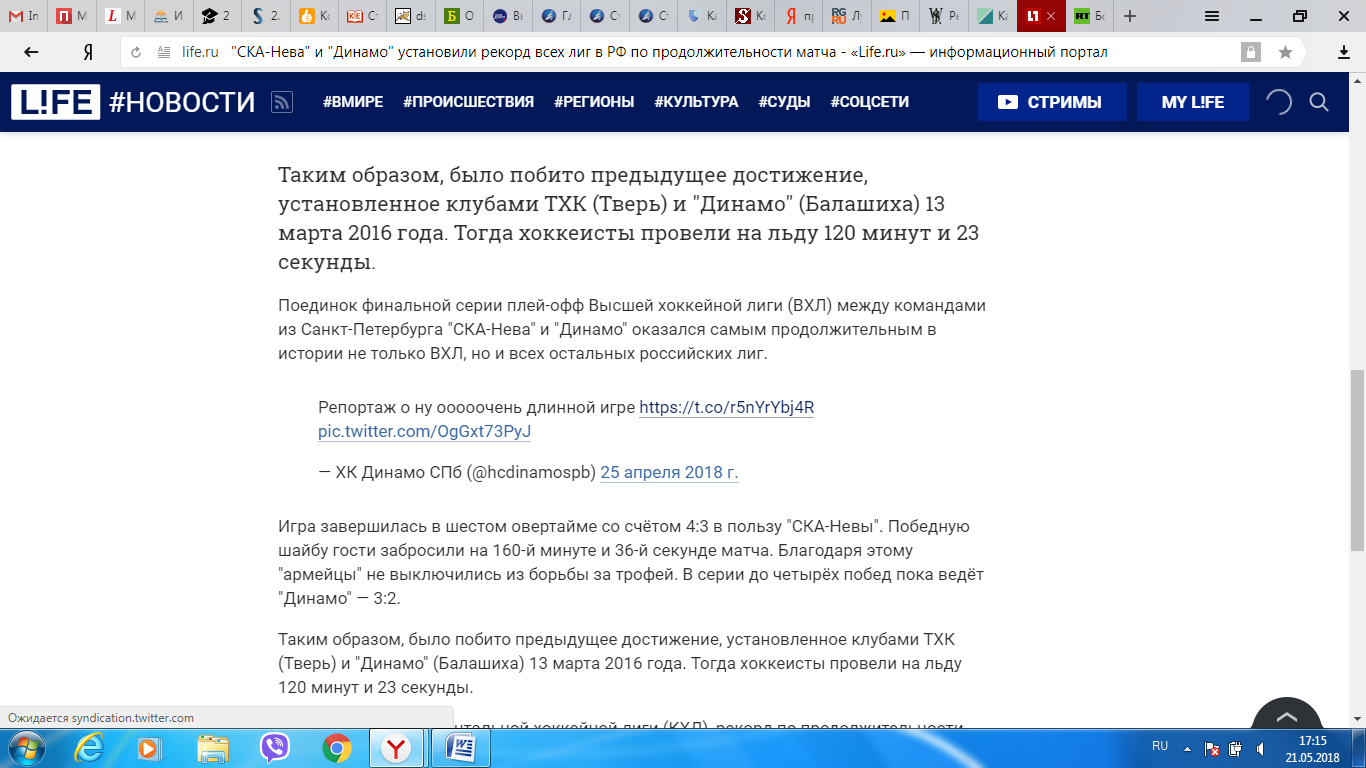


Рисунок 7 – Пример публикации информационного жанра (репортаж) на тему ««СКА-Нева» и «Динамо» установили рекорд всех лиг в РФ по продолжительности матча» [24]

На основании представленного примера можно отметить, что публикации информационного жанра отличаются множественным упоминанием имён собственных, например, «клуб ТХК (Тверь)», «Динамо», «СКА-Нива» и т.д. Второй же отличительной особенностью является наличие временных рамок, хронологического ряда и прочих цифровых данных, несущих информационную нагрузку. Публикации информационного жанра, как правило, содержат только ту информацию, которая действительно носит смысловую нагрузку, без лишних отступлений, которые могут отвлечь читателя от основной мысли статьи.

Рассмотрим пример публикации аналитического жанра, с помощью рисунка 8 данной работы.

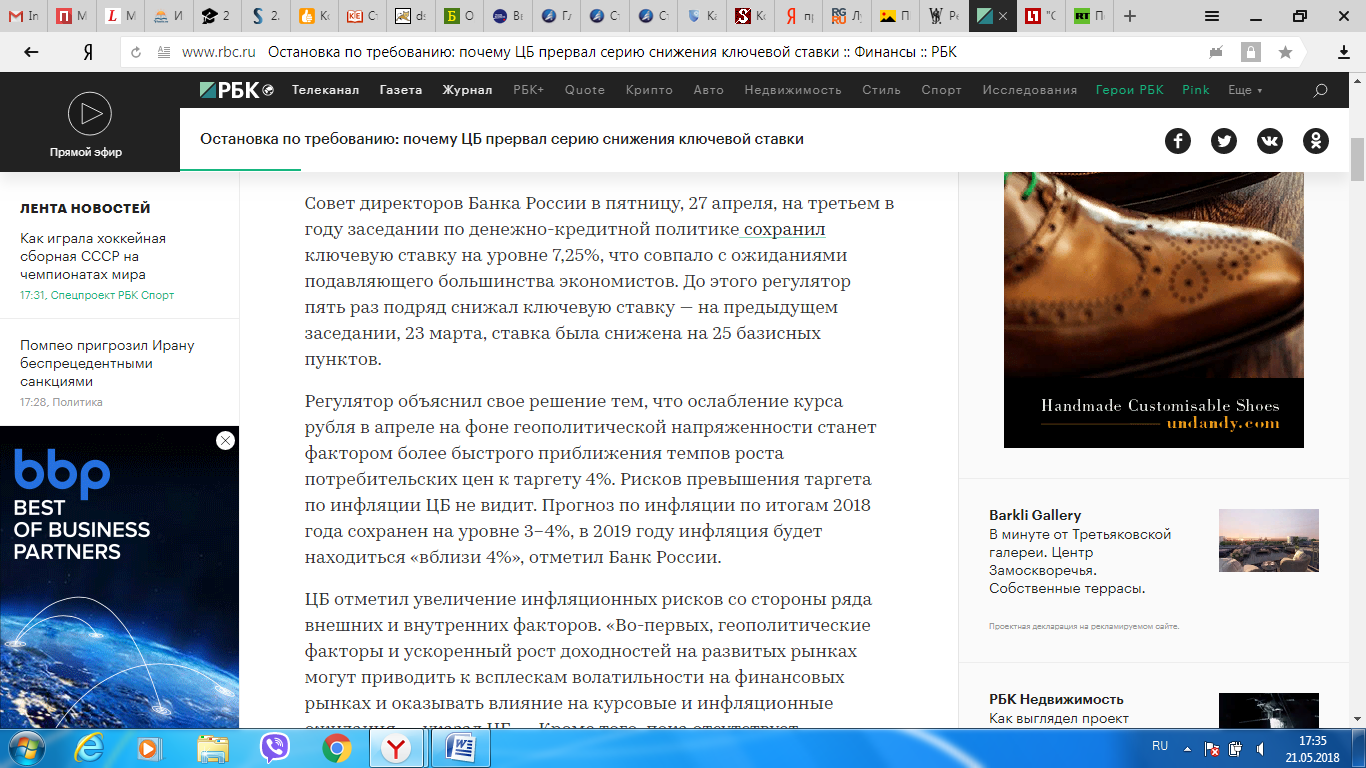


Рисунок 8 – Пример публикации аналитического жанра (аналитический обзор) на тему «Остановка по требованию: почему ЦБ прервал серию снижения ключевой ставки» [26]

Публикации аналитического жанра отличаются наличием в них множества аналитико-цифровых данных: «3-4%», «25 базисных пунктов» и т.д. Так же, в публикациях рассматриваемого жанра в обязательном порядке отображается датирование излагаемого материала и излагаемых событий.

Большая часть публикаций аналитических жанров раскрывает социально-экономические, демографические, финансовые вопросы, вопросы бизнеса и налогообложения и т.д. В связи с этим, большинству публикаций рассматриваемого жанра присуща специализированная терминология.

Рассмотрим пример публикации коммуникативного жанра с помощью рисунка 9 данной работы.

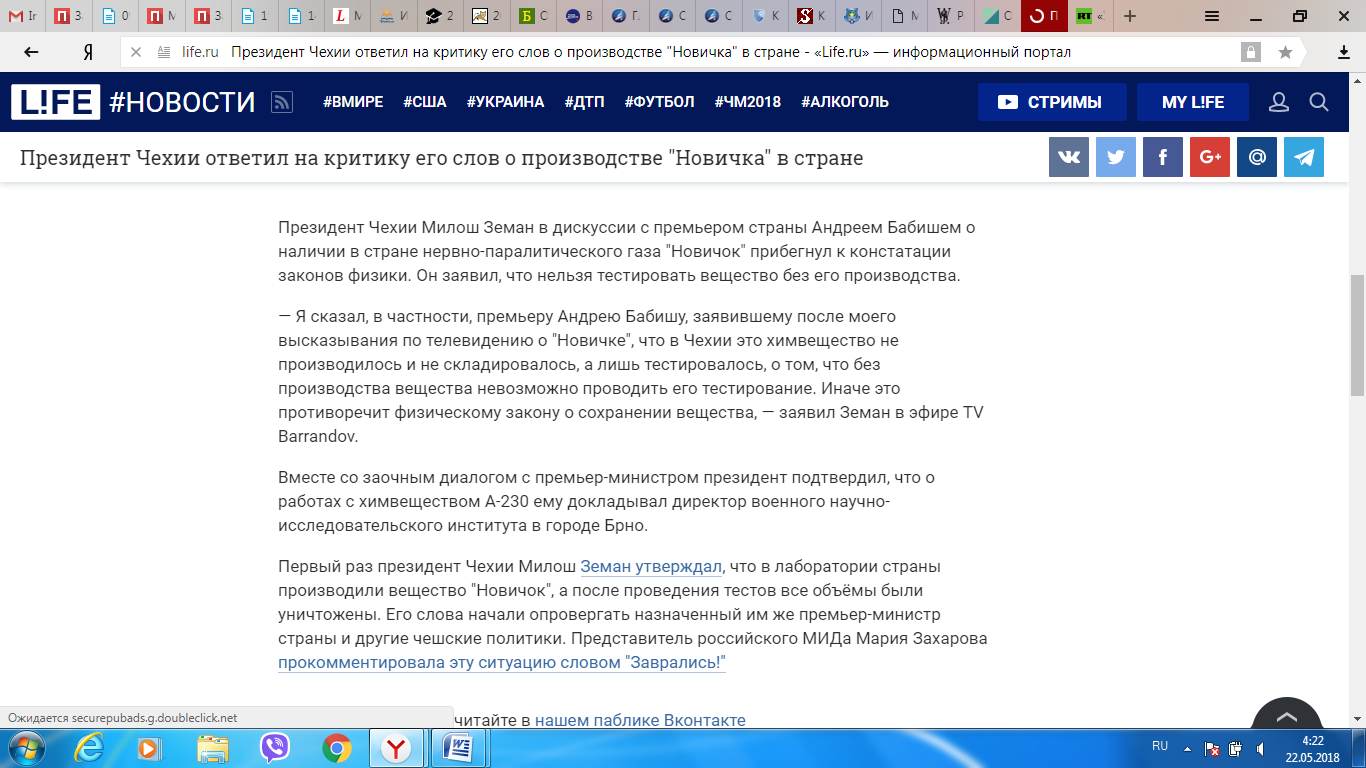


Рисунок 9 – Пример публикации коммуникативного жанра (дискуссия) на тему «Президент Чехии ответил на критику его слов о производстве «Новичка» в стране» [21]

Публикации коммуникационного жанра в той или иной степени представляют собой диалог.

Данный диалог может быть, как открытым, например, вопросы читателей и ответы на них в колонках советов, так и закрытым, как в примере, представленном на рисунке 9, где между поставленным вопросом в виде критики и ответом на таковой прошёл достаточно существенный промежуток времени.

При этом, в публикациях коммуникативного жанра отображаются имена сторон диалога, приводятся конкретные аргументы в процессе ответа и пояснения своей точки зрения каждой из сторон.

Рассмотрим пример публикации публицистического жанра с помощью рисунка 10 данной работы.

Рисунок 10 – Пример публикации публицистического жанра (очерк) на тему «Письмо Чарльза Дарвина о Боге» [20]

Публицистический жанр публикаций отличается художественным стилем написания вне зависимости от раскрываемой тематики. Помимо изложения тех или иных фактов исторического характера или же культурно-ценностного, публицистический жанр отличается обязательным изложением личного мнения и отношения к описываемому вопросу автора публикации, в отличии от многих других жанров, в которых в лучшем случае отображается объективное мнение экспертов.

Рассмотрим пример публикации справочно-консультационного жанра с помощью рисунка 11 данной работы.

Рисунок 11 – Пример публикации справочно-консультационного жанра (реклама)

Публикации справочно-консультационного жанра отличаются своей краткостью, информирующим ли завлекающим (в случае рекламы) характером. Публикации данного жанра в первую очередь информируют читателя о том, где он может купить тот или иной товар или же получить те или иные услуги. В случае же представления рекламного текста, следует отметить, что публикация имеет мотивирующий характер, стимулирующий читателя прийти и купить. Обязательным атрибутом любой публикации справочно-консультационного жанра является указание адресных и прочих данных в отношении того, где можно найти объект публикации.

Рассмотрим пример публикации развлекательно-досугового жанра, с помощью рисунка 12 данной работы.

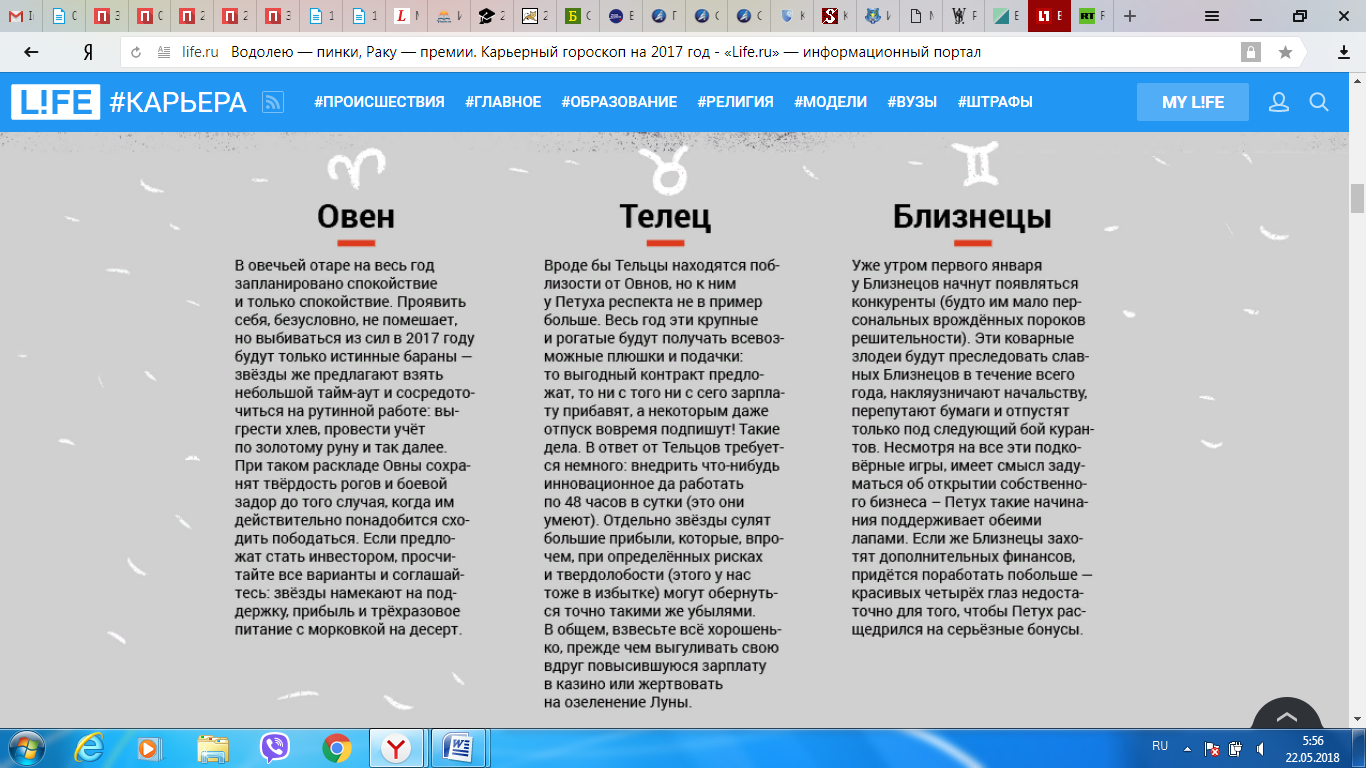


Рисунок 12 – Пример публикации развлекательно-досугового жанра (гороскоп) [25]

Публикации развлекательно-досугового жанра носят лёгкий, непринуждённый характер в несколько шутливой зачастую форме. При этом, интерес представляет и форма отображения материала публикации, если речь идёт о кроссвордах или головоломках. Публикации рассматриваемого жанра могут быть отражены в форме диалогов, рекомендаций, прогнозов- предсказаний и т.д. Автор для взаимодействия с читателем использует как правило публицистический и разговорный стили.

На основании проведённого анализа тематических и жанровых особенностей информационного потока СМИ России на примере анализа специализированных газетных изданий было выяснено, что каждая тематическая направленность и каждая жанровая форма имеет свои специфические особенности, основополагающие принципы построения публикации и признаки, определяющие порядок, структуру, стиль и язык изложения материала. Каждая тема публикации, как и каждая жанровая форма имеет свою определённую целевую аудиторию, для которых они и были разработаны. В случае нарушения установленных канонов в тематическом или жанровом аспекте статьи или отчёте, автор не сможет донести до читателя желаемую информацию в полной мере.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения курсовой в полной мере была достигнута цель работы, поставленная ранее, а именно проведено исследовании и анализ информационного потока в рамках СМИ в аспектах разнообразия тематики и жанровых форм.

Для достижения поставленной цели в ходе работы был выполнен комплекс задач следующего характера:

- рассмотрено понятие и сущность тематики и жанра информационного потока СМИ;

- проведено ознакомление с типологической классификацией тематики и жанровых форм, используемых в информационном потоке СМИ;

- проведена оценка специализированных газетных изданий с точки зрения используемой тематики;

- проанализировано использование жанровых форм в специализированных газетных изданиях России.

В первой главе курсовой было выяснено, что информационный поток в рамках СМИ, с функциональной точки зрения в первую очередь можно охарактеризовать, как свежую информацию в письменной форме, основными признаками которой являются компактность, выразительность и яркость формы. Основной целью и функцией подобного информационного потока является быстрое донесения соответствующего сообщения, которое содержит в себе тот или иной информационный поток, непосредственно до читателя. При этом, информационный поток неоднороден и представляет собой движение информации для построения коммуникативной взаимосвязи между автором и читателем с целью донесения первым последнему желаемой им или необходимой информации.

В рамках исследования тематических и жанровых форм информационного потока в рамках СМИ, было выяснено, что он имеет широкую градацию как по первому, так и по второму аспекту, что позволяет адаптировать его под психологические особенности любого читателя.

На основании проведённого анализа тематических и жанровых особенностей информационного потока СМИ России на примере анализа специализированных газетных изданий было выяснено, что каждая тематическая направленность и каждая жанровая форма имеет свои специфические особенности, основополагающие принципы построения публикации и признаки, определяющие порядок, структуру, стиль и язык изложения материала. Каждая тема публикации, как и каждая жанровая форма имеет свою определённую целевую аудиторию, для которых они и были разработаны. В случае нарушения установленных канонов в тематическом или жанровом аспекте статьи или отчёте, автор не сможет донести до читателя желаемую информацию в полной мере.

Кроме того, в контексте данного раздела нами был проведён аналитический анализ информационного потока в рамках СМИ России. Для этого были выбраны 3 наиболее популярные и читаемые издания России, такие как «RT», «РБК» и «Life.ru».

Проведённый анализ показал, что наибольшую часть информационного потока СМИ России по жанровой градации занимают сегодня публикации информационных жанров, таких как заметка, хроника, отчёт, репортаж, информационное интервью и т.д., составляя в общей массе 29,35 % всего информационного потока России. Так же достаточно большой объём информационного потока России занимают публикации аналитических жанров (статьи, комментарии, обозрение, аналитическое интервью и т.д.), а именно 28,59 %.

Исходя из этого, можно отметить, что информационные и аналитические жанры занимают первую позицию по объёму информационного потока России. Вторую позицию при этом занимают развлекательные, досуговые и художественные жанры (очерк, эссе, кроссворд, гороскоп, анекдот и т.д.), занимая 17,59 % информационного потока.

Говоря же об анализе тематики информационного потока, в ходе данного этапа исследования было выяснено, что **большая часть информационного потока за истекший 1 кв. 2018 года носила спортивную тематику, а именно 17,26 % от всего информационного потока данной троицы, раскрывала вопросы об инфраструктуре и жилищно-коммунальных опросах в объёме 17,65 % от общего информационного потока, а так же носила экологическую тематику – 13,6 % в среднем показателе и политическую – 10,78 %.**

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 143 c.
2. Гордиенко, Т.В. Журналистика и редактирование: Учебное пособие / Т.В. Гордиенко. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 c.
3. Ермоленко, Г. Л. / Г.Л. Ермоленко, В.И. Ковалёва, М.Д. Ливанова. Художественный текст и текст в массовых коммуникациях (комплект из 2-х книг). – Спб.: СГПУ, 2015. – 348 с.
4. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. Учебное пособие / Н.Г. Иншакова. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 256 с.
5. Ким, М.Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие / М.Н. Ким. – СПб.: Питер, 2013. – 288 c.
6. Колесниченко, А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов. Учебное пособие / А.В. Колесниченко. – М.: Аспект-Пресс, 2016. – 112 c.
7. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики в 2 ч. ч. 1: Учебник / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. - Люберцы: Юрайт, 2016. – 270 c.
8. Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества: Учебное пособие для студентов вузов / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. - М.: Аспект Пресс, 2012. – 320 c.
9. Лапшина, Г., С. Искусство глазами журналиста: монография / Г. С. Лапшина. – М.: Флинта, 2016. – 280 c.
10. Левицкая, Ю.Ж. Общее языкознание / Ю.Ж. Левицкая. – Саратов: Либроком, 2014. – 266 с.
11. Мельник, Г.С. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие / Г.С. Мельник, К.Е. Виноградова, Р.П. Лисеев. - М.: Флинта, 2015. - 208 c.
12. Небайкина, А. С. Пути реализации языкового контакта в билингвальном газетном тексте / А.С. Небайкина. – LAP Lambert Academic Publishing, 2012. – 188 с.
13. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: Учебное пособие / Е.В. Олешко. - М.: Флинта, 2016. – 128 c.
14. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: Учебное пособие / Д.Л. Стровский. - М.: ЮНИТИ, 2014. – 359 c.
15. Шкондин, М.В. Журналистика как фактор освоения мира социумом // Социально-гуманитарные знания. – 2013. – № 4. – С. 62-73; № 5. – С. 45-55.
16. Атасунцев А., Химшиашвили П. Кабинет для беспартийных и оппозиционеров / РБК №082, 11 мая 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/newspaper/2018/05/14/5af5741b9a794764cea27dea (дата обращения: 04.05.2018)
17. Демидова А. С 3 мая в Москве появятся новые выделенные полосы / Life.ru, 2 мая 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/новости/1113018/s\_3\_maia\_v\_moskvie\_poiaviatsia\_novyie\_vydieliennyie\_polosy (дата обращения: 08.05.2018)
18. Зайвый В. Болезненый удар: ЦСКА проиграл «Реалу» в полуфинале баскетбольной Евролиги / RT, 19 мая 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russian.rt.com/sport/article/514651-tsska-real-evroliga-polufinal (дата обращения: 29.04.2018)
19. В Москве проведут конкурс на организацию 24 новых маршрутов наземного транспорта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/новости/1112696/v\_moskvie\_proviedut\_konkurs\_na\_orghanizatsiiu\_24\_novykh\_marshrutov\_naziemnogho\_transporta (дата обращения: 11.05.2018)
20. Кондратьева Т. Письмо Чарльза Дарвина о Боге / Life.ru, 14 декабря 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/вау/1069978/pismo\_charlza\_darvina\_o\_boghie\_prodali\_za\_125\_tys (дата обращения: 03.05.2018)
21. Комогорцев И. Президент Чехии ответил на критику его слов о производстве «Новичка» в стране / Life.ru, 11 мая 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/новости/1115619/priezidient\_chiekhii\_otvietil\_na\_kritiku\_iegho\_slov\_o\_proizvodstvie\_novichka\_v\_stranie (дата обращения: 13.05.2018)
22. Ксенофонтова А. Дождь по заказу: как создание искусственных облаков изменит сельское хозяйство Китая / RT, 11 мая 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russian.rt.com/science/article/511641-kitay-iskusstvennye-oblaka (дата обращения: 10.05.2018)
23. Ксенофонтова А. ««Умная» еда: как 3D-принтеры для печати продуктов помогут соблюдать здоровую диету / RT, 24 апреля 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russian.rt.com/science/article/506561-3d-printer-eda-dieta (дата обращения: 07.05.2018)
24. Наумовец А. «СКА-Нева» и «Динамо» установили рекорд всех лиг в РФ по продолжительности матча / Life.ru, 26 апреля 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/новости/1111443/ska-nieva\_i\_dinamo\_ustanovili\_riekord\_vsiekh\_ligh\_v\_rf\_po\_prodolzhitielnosti\_matcha (дата обращения: 10.05.2018)
25. Судакова Ю. Водолею – пинки, Раку – премии. Карьерный гороскоп на 2017 год / Life.ru, 2 января 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/карьера/953102/vodolieiu\_--\_pinki\_raku\_--\_priemii\_kariernyi\_ghoroskop\_na\_2017\_ghod
26. Трунина А. Остановка по требованию: почему ЦБ прервал серию снижения ключевой ставки / РБК, 27 апреля 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/finances/27/04/2018/5ae2eccb9a79475f70ae739c (дата обращения: 05.05.2018)