

СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………3

1 Понятие журналистики в современном мире……………………………5

1.1 Значение термина журналистика……………………………………..5

1.2 Виды журналистики…………………………………………………...8

1.3 Роль в обществе……………………………………………………….10

2 Этапы становления………………………………………………………..12

2.1 Появление информационного общения……………………………...12

2.2 Появление ораторских выступлений…………………………………12

2.3 Появление письменных форм передачи информации……………….13

2.4 «Службы новостей» …………………………………………………...15

2.5 Журналистика в современном виде…………………………………..15

3 Практическое исследование………………………………………………23

Заключение………………………………………………………………………31

Список использованной литературы…………………………………………..32

**ВВЕДЕНИЕ**

Данная курсовая посвящена журналистике, в ней будут освещены темы роли журналистики в современном мире, ее классификация, этапы становления. В заключительной части работы приведено практическое исследование интернет-журналистики.

Журналистов называют "четвертой властью", а саму журналистику - одной из самых древних профессий человечества. Корреспонденты не только доносят людям информацию, но еще и формируют общественное мнение о том или ином происшествии и влияют на это мнение. Так, что такое журналистика? Журналистика - это специальность, суть которой заключается в передаче достоверной информации об определенном событии, а также в анализе сложившихся ситуаций и тому подобное. Журналистика - это не просто профессия, это призвание, образ жизни. Журналисты всегда находятся в центре самых интересных событий, всегда открывают для себя что-то новое, могут общаться со многими известными людьми, и имеют возможность оказывать большое влияние на окружающих. Конечно, для того, чтобы быть журналистом, недостаточно уметь грамотно писать сочинения, нужно иметь особый талант, быть коммуникабельным и любознательным.

Современная конкуренция СМИ и их борьба за читателей приводит к следующим проблемам:

• потеря читательского интереса (темы, поданные журналистом, не интересны читателям);

• зависимость от властных структур,

• заангажированность (необъективное отстаивание чьих-либо интересов);

• слишком большое количество рекламы;

• падение тиражей;

• популяризация "желтой" прессы;

• информационные войны;

• агитация мнимых ценностей;

• потеря доверия читателей.

На плечах журналистов лежит огромная моральная ответственность за каждую публикацию, ведь от этого зависит отношение и доверие читателей/слушателей/зрителей. Помимо этого, журналистика - сфера творческая, и бездушное отношение к ней просто невозможно.

Поэтому тема данной курсовой так актуальна в современном мире.

**1. Понятие журналистики в современном мире**

**1.1. Значение термина журналистика**

Исследования, связанные с описанием различных аспектов журналистики и журналистиковедения, которые являются составными и неотъемлемыми частями филологической науки, по-прежнему находятся в поле зрения филологов и журналистов самого широкого круга.

Процесс вхождения иноязычных заимствований в описываемое терминополе является сложным и многоэтапным. По принципу возникновения заимствованной лексики ее можно с пользой делить на несколько групп. С этой точки зрения любопытно проследить историю некоторых основополагающих для  современной журналистики и литературоведения исторически заимствованных слов.

Рождение русской периодической печати, как известно, обычно связывается с выпуском в 1702 году первой русской газеты «Ведомости». Хотя к этому времени в западноевропейских  странах слово газета (образованное от названия венецианской монеты - gaz(z)etta; ср. греч. gaza - 'сокровище, имущество') было уже обычным явлением для обозначения периодически возникающих изданий, оно еще долгое время оставалось неизвестным русскому читателю. В связи с этим новый вид печати в России однозначно было решено назвать широко бытовавшим в русском языке словом ведомость (от "ведать" - 'знать'), имевшим в древнерусском языке значение "извещение", "утверждение". Слово ведомости надолго закрепилось за новым видом периодического издания.

Использование слова ведомости, а не слова газета, зафиксировано и в русской лексикографии. Так, в «Словаре Академии Российской» и в «Словаре Академии Российской, по азбучному порядку расположенном» слово газета вообще отсутствует, а слово ведомости определяется следующим образом: «Печатные листы, издаваемые в свет в известные дни, содержащие в себе повествования знаменитых или достопамятных происшествий, случившихся в разных государствах. Санкт-Петербургские ведомости. Читать ведомости».

Впервые слово газета отмечается в «Новом словотолкователе, расположенном по алфавиту», в котором предлагается и толкование многих заимствованных иностранных слов, в том числе и газеты: «Под сим словом разумеются ведомости; листы печатные, выходящие по известным дням и содержащие в себе разные любопытные известия, действия военные, происшествия политические и проч., в разных областях случившиеся».

По замечанию В.Г. Березиной, в первой половине XIX в. слово «газета» начинает активно употребляться на русском языке (на равной основе со словом «ведомости»), а иногда оба слова встречаются в одной работе почти рядом. Постепенно газета вытесняет ведомости и начинает выступать в качестве самостоятельного обозначения одного из видов периодических изданий. Во второй половине XIX века слово ведомости в значении определенного типа периодического издания уходит из живого языка, оно полностью вытесняется словом газета и воспринимается современниками как анахронизм».

Вслед за газетой, определившей свою специфику в пору петровских «Ведомостей», «Санкт-Петербургских ведомостей» и «Московских ведомостей», возникает новая разновидность периодики - журнал. Приближенный по оформлению и объему к книге, он имел либо научный характер, как, например, «Краткое описание Комментариев Академии наук», где излагались диссертации ученых, либо научно-популярный или литературный, как, например, «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», рассчитанные на широкий круг читателей.

Однако первоначально само слово журнал в русской речи XVIII века употребляется исключительно в значении «дневник», «дневная записка», «поденная записка». В этом же значении оно фиксируется и в словарях XVIII века. И только в XIX веке этот термин как обозначение отдельного вида периодического издания вступает в свои права.

Газета и журнал как термины, обозначающие различные виды периодических изданий, часто смешивались в русском языке XVIII - XIX вв. Причина этого, по-видимому, заключается в том, что внутренняя форма слова журнал (от франц. journal - «газета, журнал», образованного от слова jour - «день») больше соответствует характеру издания газетного (ежедневного) типа; у слова же газета, также заимствованного, внутренняя форма русским человеком почти не ощущается. То же самое использование терминов журнал и газета для одного печатного издания было вызвано не только его семантическими особенностями, но и характером самих изданий: сочетанием у некоторых из них в равной степени как газетных, так и журнальных признаков.

Лишь во второй половине XIX века, в связи с возрастающей ролью газетных изданий, происходит четкая дифференциация в использовании этих слов: газета обозначает периодическое (обычно ежедневное) издание, посвященное событиям текущей политической и общественная жизни, а журнал - периодическое издание, содержащее статьи и произведения различных авторов.

Семантические особенности термина журнал и само существование журнальных и газетных изданий объективно способствовали появлению слова журналистика, которое было введено в русскую речь в 1825 году Н.Полевым в журнале «Московский телеграф».

Любопытно, что слово журналистика еще не было зафиксировано в словарях, а слово журналист (от франц. journaliste) было воспринято как иностранное, а вместо него чаще употреблялись слова автор, писатель, сочинитель или даже издатель. Определения терминов в русских словарях того времени не всегда отличались строгой научной точностью и отставали от непосредственной журнальной практики. Примером является толкование термина журналист, приведенное в «Новом словотолкователе»: «Тот, кто ведет ежедневные записки, издает журналы; издатель журналов». В периодической печати того времени журналистом именовали участника издания. В 1898 году в академическом «Словаре русского языка» у слова журналистика, помимо первого значения - «литература, заключающаяся в повременных изданиях или журналах; совокупность общих политических и литературных периодических изданий», указывается уже и второе - «журнальная деятельность». Следовательно, оба значения термина журналистика имеют различное происхождение - и лексическое (первое восходит к слову журнал, а второе - к слову журналист), и историческое (первое значение, как было показано выше, возникло намного раньше второго).

В том же издании впервые приводится и термин журнализм, толкуемый как «свойство журнального, свойство произведений периодической печати». Несмотря на то, что значение термина до настоящего времени практически не изменилось, в современном языке слово журнализм постепенно выходит из активного употребления, и второе издание «Словаря русского языка» в 4-х томах его уже не фиксирует.

Некоторые нововведения в области терминологии также не были приняты последующей языковой и речевой практикой. Так, например, в 1827 году П. Вяземский употребил в письме к А. Тургеневу слово журналистство (термин журнализм тогда еще не использовался), а в заметке, опубликованной в № 32 «Молвы» (1832 год) под заглавием «Нечто о Московских ведомостях», несколько раз встретилось слово газетер.

**1.2. Виды журналистики**

Журналистика делится на три вида. Это информационная публицистика, аналитическая публицистика и художественная публицистика.

Произведения любого вида можно найти в любом роде журналистики. Поскольку наиболее устойчивой и важной характеристикой считается мера набора текста и уровень достижения жизненного материала. Информация фиксирует, а потом констатирует факты, а аналитическая публицистика их обобщает и осмысливает. Художественное творчество их просто типизирует.

Каждый из видов журналистики в свою очередь, подразделяются на жанры:

• аналитические;

• информационные;

• художественно-публицистические.

К аналитическому жанру относятся:

• статья – это публицистическое или научное сочинение маленького размера;

• обзор – это сжатое сообщение, которое объединяет общую тему.

К информационному жанру относятся:

• хроника – это краткое сообщение, которое не имеет заголовка;

•заметка – это краткое сообщение, но уже в печати;

• отчет – это концентрированная подача любого прошедшего события или мероприятия;

• интервью – это беседа для печати, которая предназначена с любым человеком;

•репортаж – это жанр, который ярко и оперативно передается с места событий, его специфической чертой является «эффект присутствия».

К художественно-публицистическому жанру относятся:

• очерк – это малая форма художественной литературы, которая кратко описывает жизненные события;

• фельетон – это журнальная или газетная статья на злободневную тему, которая применяет сатирические и юмористические приемы изложения.

• памфлет – это злободневное острое, часто маленькое сочинение политического характера.

**1.3. Роль в обществе**

С появлением в мире первого печатного издания появилась новая профессия - журналист. Задача журналиста - собирать информацию о различных политических, культурных, экономических и других событиях, с целью правдивой передачи через газеты, радио, телевидение и интернет заинтересованным гражданам.

Как и в прошлые годы, роль журналистики в обществе возрастает с каждой минутой, что связано с такими факторами, как рост технологий, развитие производства, увеличение численности населения.

Каждую секунду в мире просто случается невероятное количество событий, новости о которых появляются в газетных колонках и новостных лентах благодаря активности журналиста.

Эта профессия необходима и чрезвычайно полезна, но только с одной стороны, с другой же информация скорее вредна для человека, чем полезна, потому что она полна негатива и злости. Сообщения о преступлениях, взрывах, террористических атаках и казнях оказывают негативное влияние на психику, ожесточая людей. Делают их равнодушными к чужому горю.

Существуют сотни примеров того как журналисты своими действиями, направленными на создание прибыльного и высокооплачиваемого материала, наносили непоправимый вред жизни как общества в целом, так и конкретных личностей. Тысячи корреспондентов делают жизнь политиков и кинозвезд невыносимой, заставляя их скрывать свои лица, менять имена, чтобы спрятаться.

Никто не желает выставлять свою деловую и личную жизнь на показ, но тем не менее каждый хочет услышать и увидеть все, что скрывает у себя за пазухой не только сосед, но и известная личность. В наши дни сохранилось крайне мало настоящих журналистов, ценителей слова, непревзойденных мастеров своего дела, все больше появляется плагиатчиков и тех, кто выполняет свою работу исключительно ради прибыли, тем самым уменьшая значение звания журналиста в обществе.

На первый взгляд, чтобы стать журналистом не нужны особые знания, достаточно корочки, ручки, записной книжки, диктофона, или обычной камеры.

Так думают многие и совершают ошибку, чтобы показать или рассказать зрителям о каком-либо инциденте, вы также должны обладать значительными актерскими способностями, стараться никого не обидеть и не оскорбить.

Таким образом, роль журналистики в современном обществе неоднозначна, поскольку среди большого количества позитивных аспектов имеются и отрицательные.

**2. Этапы становления**

**2.1. Появление информационного общения**

Формы информационной коммуникации появились на заре человечества. Это был необходимый шаг в переходе от «первобытного стада» к формированию человеческих отношений. Огромную роль в этом сыграли первичные формы труда формировавшихся людей, в процессе организации которого возникала необходимость обмена «сообщениями». Сначала это были знаки (в том числе звуковые), а затем стала возникать членораздельная речь. Поэтому необходимость обмена информацией привела к развитию форм символической коммуникации. Это знаковое общение помогло объединить людей в организации поведения, характерного для примитивно-общинных систем. При этом знаковое и более всего несущее информацию речевое общение выступало как неотъемлемая часть всей человеческой жизни.

Информационное общение, в котором участвовали зрение и слух, оказало мощное влияние на людей и, что более важно, на общественное мнение, которое тогда было, возможно, самой важной духовной организующей силой в жизни человеческих общностей.

Речь, жест, выражение лица стали факторами в формировании представлений о мире и способом влияния на поведение людей как членов общин, уже находящихся в первобытном обществе. Куча «информации - общественного мнения» предполагает, что предвестники будущих информационных процессов стали возникать в древности.

**2.2. Появление ораторских выступлений**

С появлением государства общественная жизнь стала более сложной, развернулись процессы разделения труда, сформировались политические институты и появились профессиональные политики. В это время ораторы играют особенно активную роль в распространении общественной информации. Политическая деятельность великих ораторов древности, в частности, Демосфена (Греция) и Цицерона (Рим), представляют яркое проявление того факта, что можно уже с большой определенностью назвать пражурналистской деятельностью, – целенаправленное распространение в массе людей информации, оказывающей на них идейно-психологическое воздействие, формируя их мнения, восприятие, стремления, которые мотивируют конкретное действие.

С древнейших времен до наших дней устные выступления ораторов были и остаются самой важной формой массовой информационной деятельности. Представители государственной власти рассылали для оповещения подданных своих гонцов: глашатаев, дьяков, герольдов. Устные формы распространения информации теперь связаны с общим словом «форум» (площадь собрания в Риме), «трибуна» (выборные должности), «вече» (собрание у славян), «дума» и др. Многие из них сохранились в названиях газет и журналов, что свидетельствует о прочных связях журналистики с пражурналистическими явлениями.

Традиция ораторских речей широко использовалась церквями и религиозными деятелями, которые стояли во главе массовых движений.

Политическое красноречие было частью общественно-политической деятельности в XVIII веке, а затем оказалось важным атрибутом парламентской культуры, во всех выступлениях перед широкой публикой, в том числе в митингах и различных собраниях.

**2.3. Появление письменных форм передачи информации**

Одновременно с устными формами массовой информационной деятельности развивались письменные. Позже появились прокламации, листовки и т. д. На их основе формировались жанры журналистики, широко включенные в журналистскую практику.

Все эти формы общественного общения возникли в древние времена как формы пражурналистской деятельности. Затем появилось некое подобие газеты. В обширных древних государствах устное распространение информации было недостаточным, также, как и отправка посыльных письменных сообщений. Таким образом, возникли «писаные» формы собственно пражурналистики – подобия газет в виде сводок актуальных материалов разного рода.

Известно, что в Древнем Египте при дворе фараонов «выходила», в виде папирусных свитков, «газета»; в противовес ей существовало и оппозиционное «издание». Но более устойчивым было еще одно пражурналистское предприятие: в римском государстве по приказу Юлия Цезаря стали «выходить» и удерживались в течении столетий сводки различных известий – «Acta Senatus» и «Acta diurnal populi Romani». Разработанные для них сообщения были написаны на покрытых гипсов досках, которые вывешивались на видных местах. Письменные экземпляры «Acta» распространялись в городах и провинциях Рима.

История сохранила названия должностей людей, которые принимали участие в публикации этих газет. Сначала составление текстов поручилось квесторам, должностным лицам, отвечающим за финансовые и судебные вопросы. Затем стали отбирать информацию префекты государственного казначейства. Материалы для этих публикаций были собраны специальным чиновником из сословия всадников. Всадник имел право наблюдать за публикациями тогда, когда становился трибуном легиона.

В других странах, таких как Япония, до появления печатных технологий существовали «газеты» – оттиски с обожженных глиняных досок. Самая старая известная такая «газета» – «Иомиури Каварабан» за 1615 г. В Англии распространялись рукописные листки «News Letters».

**2.4. «Службы новостей»**

Предтечи профессии в устном информировании –глашатаи известных во всех странах. В Москве раздавались известия на Ивановской площади, в Англии новостями обменивались в кофейнях, а информаторов называли кэдии. В Германии новости разносили бродячие музыканты – шпильманы, которые часто снабжали свои сообщения едкими комментариями.

С развитием пражурналистской деятельности возникает потребность в специалистах «информационной службы». Настоящую репортерскую деятельность развернули французские нувеллисты. Изначально люди, склонные к обмену новостями, собирались для общения на улицах и площадях Парижа. Затем наиболее предприимчивые и способные к поиску информации сделали это своей информацией. У них появились специальные бюро новостей, где дублировали необходимую информацию для богатых парижан и провинциальных клиентов. Такие бюро новостей – прообразы редакции появились в Германии, Италии и других странах. Они занимались добыванием и продажей заинтересованным лицам информации, о торговых делах, о прибывающих и отправляющихся кораблях, о безопасности дорожного движения и политических событий.

Однако все эти явления принадлежат пражурналистике, как бы сильно их отдельные черты ни походили на журналистику. Пражурналистские явления характеризуются ограниченным и нерегулярным распространением «изданий», отсутствием печатного оборудования, позволяющего быстро тиражировать газеты и журналы.

**2.5. Журналистика в современном виде**

Журналистика - периодика - могла возникнуть только после изобретения печати. В Европе печатаются календари, сборники новостей, листки – непосредственные предшественники газет, журналов и альманахов. Но со времени изобретения книгопечатания пройдет еще полтора столетия, прежде чем технология печати будет использоваться для тиражирования журналистских периодических изданий.

Решающим фактором в становлении журналистики были социально-экономические причины. Рубеж XVI-XVII в. был периодом складывания рыночных отношений, роста международной торговли. В это же время возникают крупные централизованные абсолютистские государства, развиваются наука и культура, распространяется грамотность, растет слой образованных людей, расширяется читательская аудитория, возникла почтовая служба.

Все эти социальные, политические, культурные экономические факторы дали толчок для более широкого и регулярного распространения торговой, коммерческой, научной, культурной информации, а также политической – о внутреннем и международном положении дел. Технические возможности тиражирования информации способствуют быстрому росту и развитию всесторонних отношений между странами. Вот почему время выхода на арену истории буржуазии с ее экономическими интересами, а затем политическими амбициями сопровождались становлением и развитием журналистики. Кроме, того, и феодально-клерикальные круги стали поддерживать развитие печати, понимая ее важность для политической и идеологической борьбы.

Первые газеты

Первые газеты, предназначенная главным образом для торговцев и жителей, содержали информацию о торговых маршрутах, ценах, ходе торговли, движении товаров, внутренней жизни наций, международных отношениях и другой важной для деловых людей информации в то время. Но уже «Gasette», созданная при участии кардинала Ришелье, начала публиковать политические новости с акцентом на государственные интересы Франции.

Во второй половине XVII века появились журналы, стали возникать ежедневные газеты. Новые издания быстро приобрели характеристики, отличающие их от других печатных материалов, без которых невозможно было бы говорить о самом существовании прессы. Это – регулярность и частота выпуска, относительно большой тираж, широкое распространение, эффективность и актуальность информации. Почти сразу же произошло разделение печати на основные типы: оперативные, преимущественно событийные газеты, более склонные к анализу и напоминающие книгу журналы, относительно редкие по периодичности календари, бюллетени, повременные справочники. Конечно, современная пресса выглядит намного богаче и красочнее.

Пресса почти с момента своего рождения стала участником идеологических и политических процессов. Прогрессивные идеологи буржуазии стремились использовать печать для распространения своих взглядов на общественный порядок, а феодально-монархические силы и ортодоксальная церковь с помощью газет защищали свое господство и привилегии. Никакие другие средства не могли конкурировать с способностью прессы влиять на массовое сознание.

Вначале главным оружием политической борьбы были издании брошюрного типа – памфлеты. Именно памфлеты стали главным идеологическим оружием во время Английской буржуазной революции. А накануне Великой Французской революции возникла буржуазно-политическая пресса газетного типа. Во время революции выходили знаменитые газеты: «Друг народа» Марата, «Пер Дюшен» Эбера, «Защитник конституции» Робеспьера.

Так как на смену феодальной замкнутости пришли все более дробное разделение труда между производителями и рыночный обмен товарами, причем в сотрудничество между собой присоединились жители городов, стран и континентов. Как следствие, активизировалась связь между населенными пунктами и государствами. Без источников информации установить такую связь было бы невозможно. Человек вырывался из узкого круга представлений о жизни, его интересы, и любопытство простирались все дальше за пределы непосредственного опыта, и именно пресса открывала ему окно в мир.

Первая российская газета – «Ведомости» –вышла в 1702 году по указу и при участии Петра I.. Это было государственное политическое издание, выступающее за петровские реформы, пропагандировавшее петровские преобразования.

В XVIII – начале XIX века журналистика развивалась в основном в формах так называемого «персонального журнализма», когда основатель и руководитель издания был главным, а иногда и единственным автором, он также отвечал за печать и распространение. Издавались главным образом журналы, газеты занимали второе место. Тираж был небольшим, влияние прессы ограничивалось узким кругом людей. В России даже в середине XIX века огромный тираж составлял 5-6 тысяч экземпляров.

В XIX веке европейская журналистика становится динамично развивающейся важной областью социально-политической, экономической, культурной жизни общества. Она откликалась на широкий круг интересов и потребностей аудитории, включая домоводство, любительские занятия и моды. Политические группы, правительственные учреждения, научные, культурные и другие общества и ассоциации стремились обзавестись своими изданиями, использовать средства массовой информации для ознакомления широкой общественности с масштабами их практики, влиять на общественное мнение и мышление людей. Формируется журналистика в разных направлениях, выражая интересы разных социальных сил.

С ростом значения журналистики все чаще использовались различные технические средства для воспроизведения и передачи информации (техника гравирования для иллюстрирования, телеграф для передачи сообщений, железные дороги для доставки и т.д.). Во второй половине XX века были изобретены способ воспроизведения фотоизображений с использованием клиширования, ротационная машина, линотип. Газеты и журналы приобрели более широкую аудиторию, тем самым увеличив тираж и доход, сформировали редакционные круги, корпус профессиональных журналистов.

В конце XIX выделяются два вида журналистики: массовая (для широкого читателя и низов общества) и качественная (для богатых, правящих кругов, интеллигенции). Коммерческая выгода заставляет выпускать массовые бульварные газеты, предназначенные для низкого вкуса жителя. Недобросовестные, готовые нажиться на любом скандале и сенсации, пользующиеся пером в качестве ключа к денежному сейфу, шантажисты, клеветники – основные характеристики журналистов бульварной прессы.

Влияние журналистики резко возросло. Она стала активно вмешиваться во внутриполитическую борьбу и международные отношения, оказалась способной не только влиять на принятие политических решений, уничтожать репутации крупных политиков, но и свергать правительства. На первое место вышли ежедневные газеты, их владельцев называли лордами (или баронами) прессы, они были частью правящих компаний-учредителей.

Печать, радио и телевидение

На рубеже XIX и XX веков было изобретено радио и телевидение. Радио стало важным средством массовой информации уже в 20-х годах, а телевидение – в конце 40-х годов XX века. К 80-м годам развитие всех трех типов медиа-каналов в связи с успехом электроники привело к созданию единой системы журналистики, к их «равноправию» (в некоторых отношениях лидером является телевидение). Стало формироваться единое глобальное информационное пространство, когда межгосударственные границы перестали быть препятствием для распространения массовой информации. После наступления эры «холодной войны», а затем мирного периода человеческого развития, журналистика стала играть более значительную роль в процессах развития человеческой цивилизации. Если раньше в условиях идеологических и политических столкновений журналистика называлась «пятой великой державой» или «третьей силой», то теперь все чаще ее стали называть «четвертой властью» (в дополнение к законодательной, исполнительной и судебной) в силу значительной роли в обществе через формирование массового сознания в мировых масштабах.

Печатные издания, радио и телевидение представляют собой своеобразный «триумвират» средств массовой информации, каждый из которых имеет ряд особенностей, выражающихся в форме и способах доставки информации аудитории. Однако при наличии специфичных свойств печать, радио и телевидение имеют нечто общее — это способность донести до массовой аудитории более или менее оперативно словесно-концептуальную и эмоционально-образную информацию. Но есть уникальные особенности, которые относятся только к одному продукту (кинематографическое изображение на телевидении, словесно-буквенная информация в прессе, вневизуальное звуковое сообщение на радио).

Эта сила журналистики обусловлена важностью информации в современной жизни общества. И ее роль будет возрастать по мере того, как вы перемещаете человечество в развитое информационное общество, где решающим фактором развития является «информационная технология». Обладание информацией и способность работать с ней становятся решающими.

В формирующемся постиндустриальном информационном обществе деятельность СМИ серьезно меняется и технически. После первых трех этапов разработки (устная, письменная форма, технические средства копирования текста и изображений, звук - видео) идет четвертая, основанная на правиле электронных компьютерных средств, цифровая запись и передача информации с использованием волоконно-оптического кабеля и спутниковой связи.

Результатом компоновки в «настраиваемом» меню «массовой информации» становится опасность индивидуализации, получаемой отдельными потребителями информации о том, что изображения мира в умах людей будут значительно (а иногда и кардинально) разными. Таким образом, один реальный мир во многих случаях не соответствует его «образным» версиям. В этих условиях резко возрастает ценность этого источника массовой информации, который готовят журналисты как интегрирующую модель современности, создавая некую предысторию. Это особенно важно для единого взаимозависимого мира информационной цивилизации XXI века.

Интернет и электронные СМИ

В последнее десятилетие присоединяется и активно развивающийся четвертый тип каналов информации — всемирная компьютерная сеть (представленная в наше время Интернетом), в которой значительное место (наряду со специальной) занимает массовая информация. Это электронные версии и дайджесты газет, т.е. сетевые газеты и журналы, радио- и теле – “сетевещание”, сайты (“странички") отдельных журналистов, притом оперативно меняющие содержание и получаемые в режиме реального времени. Таким образом, компьютерные сети объединяют в себе возможности всех типов СМИ, однако, печатные тексты могут быть прочитаны только с помощью монитора (и при необходимости распечатываться на собственном принтере). Важно также учитывать, что большая часть информации передается на иностранных языках, что делает это сложным для многих полноценных разработок информации даже в присутствии компьютерной программы переводчика. Кроме того, существующая сеть информационной среды перегружена исключительно компьютерной информацией, а также сильно политизированной информацией в социальных областях. С другой стороны, ситуация медленно меняется в том смысле, что вся информация становится коммерческой, то есть коммерциализированной. На многих сайтах невозможно увидеть полной структуры новостей, потому что в ней доминируют так называемые “горячие” темы, сенсации дня. Интернет – пользователю предлагается лишь краткий обзор наиболее важных событий. Трудно сказать, является ли Интернет средством массовой информации. Скорее всего, нет, но ситуация развивается таким образом, что Интернет как источник информации становится более структурированным, выбор новостей начинает становиться менее хаотичным, многие новости отправляются из официальных источников. Вскоре, наверное, Интернет станет полноценным средством массовой информации.

Основным преимуществом электронного издания над традиционным является высокая эффективность информации: после размещения публикации ее можно мгновенно ввести в сеть. Использование гиперссылок для обеспечения быстрого доступа к исходной информации, кроме того, можно вставить мультимедийные инструменты. Цветовая палитра монитора более разнообразна по сравнению с печатью, более того, возможно использование 3D-графики.

С экономической точки зрения, на первый взгляд, электронная публикация не требует больших финансовых вложений, поскольку отсутствуют затраты на услуги печати, материалы, хранение готовой продукции, транспортные расходы, многократную печать. Прямыми затратами, не считая оплату журналистского труда, будут средства на установку сервера с качественными линиями связи.

**3. Практическое исследование**

Объект исследования: Интернет-журналистика.

Предмет исследования: особенности Интернет-журналистики.

Цель исследования**:** проанализировать Интернет-журналистику и выявить её особенности.

Задачи исследования:

**1)**Соотнести Интернет и СМИ;

**2)**Провести сравнительный анализ характеристик традиционных СМИ и Интернет-СМИ;

3) Проанализировать Интернет-журналистику и выявить особенности данного вида.

База исследования:

Ресурсы интернета.

Методы исследования:

Сравнительный анализ Интернет-журналистики с традиционными СМИ.

Если есть интернет-СМИ, то существует и такое понятие, как «интернет-журналистика», по аналогии с печатной журналистикой или радиожурналистикой.

Большая Советская Энциклопедия дает такое определение понятию журналистика:

«Журналистика, вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, кино и др.); одна из форм ведения массовой пропаганды и агитации. Информация, распространяемая Ж., должна иметь для аудитории социально-ориентирующее значение, формируя её общественное мнение и мировоззрение, давая представление о явлениях, процессах и тенденциях современной действительности во всём многообразии, о закономерностях, определяющих функционирование и развитие экономической, социально-политической, духовно-идеологической жизни общества».

Используя данное определение, мы можем определить, что такое интернет-журналистика:

*Интернет-журналистика — это вид общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной информации через Интернет, как среду массовой коммуникации.*

До изобретения печатного станка тексты создавались путем переписывания от копии к копии, то есть воспроизведения информации на носителе каждый раз заново. При этом были неизбежны ошибки, которые накапливались от копии к копии, кроме того, время изготовления копии было сопоставимо со временем изготовления оригинала. Гутенберг, изобретя печатный станок, на самом деле сделал одну простую вещь: сократил работу по производству носителя (носителей), создав матрицу, единичный эталон, с помощью которого создавались копии (оттиски).

Интернет – это следующий шаг на этом пути. Информация, хранящаяся в сети, представляет собой не текст, а матрицу, электронную форму, которая воссоздается каждый раз при создании текста. То, что вы видите в окне браузера – это не тот запрашиваемый вами HTML-документ, который лежит на сервере, а его копия, переданная вам по Интернету, скаченная вашим браузером и помещенная в кэш. Принципиальное отличие от печати в том, что это «тиражирование» происходит, во-первых, по запросу пользователя, а во-вторых, не требует консолидации новых копий в новой физической среде.

Что это дает:

*— низкая стоимость «создания» информации.*

То есть низкая стоимость вспомогательных работ при создании информации, которая позволяет экономить ресурсы для фактического производства самой информации. В Интернете стоимость «создания» информации, то есть создания матрицы, довольно невелика, так как для этого не требуется никакого специального оборудования (компьютер специальным оборудованием не может рассматриваться, потому что он не сопоставим с используемым оборудованием, используемым при создании тех же телепрограмм).

*— низкая стоимость тиражирования информации и отсутствие избыточного тиражирования.*

Поскольку тиражирование выполняется по запросу пользователя и не требует вещественных носителей, затраты на тиражирование не растут пропорционально аудитории, которую охватывает СМИ, как у печатных масс-медиа. Вообще, в Интернете defacto тиражирования информации не происходит: документ физически находится в одном месте, «тиражируется» и распространяется только адрес документа (ссылка на него). Благодаря этому *потенциальный* тираж документа в Сети может быть сопоставим с размерами всей Сети.

*— простота и низкая стоимость обработки информации (сортировка, преобразование).*

Поскольку информация находится в электронной форме, ее очень легко обрабатывать как производителям информации, так и конечным пользователям.

*— нефиксированность объема.*

Печатные СМИ всегда зависят от объема печатной области, которая из выпуска к выпуску остается фиксированной (увеличение-уменьшение объема издания, явления не являются регулярными, не учитываются). Объем информационного продукта не всегда постоянен и почти всегда зависит от непредсказуемых и форс-мажорных обстоятельств (таких как кризисы или катастрофы): чем ситуация хуже, тем больше вы можете получить. Объем же печатного СМИ фиксирован, поэтому возможно, что материалы просто не подходят и должны быть сокращены или даже выброшены. Бывает и обратная ситуация: когда ничего существенного не происходит, а печатные объемы или эфирное время приходится чем-то «забивать», новости высасываются из пальца. В Интернете объем публикаций не определяется объемом печатных площадей, что дает еще одну степень свободы для сетевого журналиста.

*-* *экстерриториальность (* *location* *-* *independence* *).*

Так как носитель невещественен, его не нужно распространять, как распространяют, например, газеты. Любой интернет-сайт доступен там, где есть доступ в Интернет, то есть почти везде, так как все меньше и меньше становится мест, где нельзя было бы найти доступ к Интернету.

Децентрализация, коммуникационная модель many-to-many

Интернет был задуман, как средство, позволяющее ученым работать совместно, то есть изначально при создании Интернета имелась в виду модель many-to-many. Интернет — децентрализованная и де-иерархическая структура, все серверы в сети равны.

Что это дает:

*— свободный рынок информации, возможность для каждого быть источником информации, отсутствие монополии на распространение информации;*

*— возможность для каждого выбирать тот источник информации, который наиболее полно отвечает текущим потребностям;*

*— неограниченное число потенциальных потребителей информации;*

*— что вместе с независимостью от местоположения дает невозможность контроля со стороны властных структур.*

Сколько бы ни говорили о необходимости контроля Интернета со стороны каких бы то ни было структур, в действительности это невозможно по нескольким причинам: прежде всего, из-за объема информации, рост которой происходит в геометрической прогрессии и не собирается останавливаться. По разным оценкам, сейчас к Сети подключено 150-200 миллионов компьютеров и если каждый может быть потенциальным источником информации, то контролировать такие объемы невозможною Даже если в этом объеме и удаться найти что-то незаконное и ограничить доступ к нему, есть тысячи других мест, где можно будет дублировать эту информацию, а географически сервер, на котором размещена запрещенная информация, может быть расположен на территории другой страны, чьи законы не признают эту информацию запрещенной.

Обычно попытки запретить что-либо, если это не детская порнография, а информация, связанная со спорными моментами лицензии и правами, относящимися к авторскому праву и тому подобному, когда можно выделить «плохих» (жадные корпорации, наживающиеся на чрезмерно жестких лицензионных нормах) и «хороших» (добрые парни, считающие, что информация должна быть свободной), заканчиваются тем, что многие становятся на сторону «хороших», начинают дублировать запрещенную информацию и раздувают скандал до такой степени, что об информации узнают гораздо больше людей, чем знало до запрета.

В основе различных средств массовой информации лежат разные (media). В печатных СМИ представлена текстовая и графическая информация, по телевидению - видео и звук, на радио-звук. Особенностью Интернета является то, что Сеть является мультимедийной средой, то есть мы можем использовать любой набор средств массовой информации от текста до видео.

Это позволяет Интернету использовать все преимущества других масс-медиа, но это не означает, что Интернет заменит, например, телевидение (по крайней мере, в ближайшем будущем). Основные медиа в Сети - это гипертекст, а другие используются в гипертексте как средство расширения прав и возможностей, которые помещаются в узлы гипертекста (гипермедиа).

Что это дает:

*— возможность использовать в интернете сильные стороны других масс-медиа.*

Использование этого качества вместе с другими характеристиками Интернета дают лучшие результаты, чем использование «обычных» масс-медиа. Например, прямая видео-трансляция какого-нибудь значимого события через Интернет может быть более популярна, чем телевизорная трансляция, благодаря большей независимости от местонахождения (location-independence), чем у ТВ, и меньшей стоимости трансляции (прямой эфир на ТВ с таким географическим охватом аудитории несоизмеримо дороже).

Веб-сайт в интернете — это не только набор гипертекстовых документов. Используя набор программ (скриптов), запущенных на сервере, вы можете заставить веб-сайт реагировать на действия пользователя, то есть быть интерактивным.

Само использование гипертекста подразумевает некоторую гипертекстовую интерактивность документов: пользователь может активировать ссылки и реализовать произвольную навигацию, однако программируемость и интерактивность в этом случае представляют собой концепцию иного порядка.

Под интерактивностью понимается не только способность конечного пользователя изменять информацию порядка отображения для себя, но и вмешиваться в саму информацию (контент) на веб-сайте: например, оставлять отзывы в форумах или гостевых книгах и Эти обзоры будут доступны для всех пользователей.

Автоматизация дает сетевым СМИ то, о чем мечтали все традиционные СМИ: *мгновенную обратную связь с читателями.*

Автоматизация позволяет предоставлять пользователю то, что на языке веб-разработчиков называется *сервисами:* от поиска на сайте, подписываться на новости по электронной почте до курса доллара, погодной информации и прочем.

Автоматизация также значительно упрощает процесс обновления информации на веб-сайте, тем самым дополнительно сокращая ее стоимость.

СМИ можно разделить на работающих в режиме реального времени (ТВ, радио) и со сдвигом во времени (печатные СМИ). Первые имеют большую эффективность между событием и его отражение в медиа может занимать менее секунды (в прямом эфире), второе - менее быстро, но они доступны пользователю в тот момент, когда он захочет.

В интернете же сосуществуют оба режима: режим реального времени (live) и/или режим архива (time-shifted), причем *архивация наступает сразу же в момент помещения документа на сайт*.

Режим реального времени — это так называемое «живое видео» или «живое аудио», потоковое медиа (streamingmedia). Потоковое медиа, транслирующее какое-нибудь событие в реальном времени *тут же сохраняется на сайте, то есть попадает в архив.*

Режим реального времени не является самым используемым - из-за технических устройств в Сети. ТВ работает по принципу «оба заняты»: источник информации и получатель должны использоваться одновременно - только в этом режиме можно получить информацию. Например, рассмотрим телевизор: если получатель (зритель) не включил телевизор в то время, когда источник отправил ему свою любимую программу - программа может быть просмотрена, только если в нее был включен видеомагнитофон, но это другой механизм. Печатные издания работают по принципу «один занят, другой свободен»: в то время как читатель газеты свободен, а читатель изучает газету, редакционная коллегия может все.

Хотя Интернет, как и печатные СМИ работает по принципу «один занят – другой свободен», он, в отличие от других печатных медиа, имеет гораздо большую эффективность, поскольку периодичность в Интернете не играет никакой роли. В печатных СМИ после подготовки текста необходимо дождаться следующего периода публикации (следующего выпуска), если ежедневная газета, до публикации новостей, может пройти весь день. Телевидение быстрее, потому что меньше периодов. Онлайн-новости могут быть опубликованы сразу же после их записи, чем достигается режим, близкий к реальному времени. На основных новостных сайтах (CNN.com) информация обновляется несколько раз в день.

Примеры эксплуатации свойств Интернета разными типами сайтов

Все сайты в сети, вне зависимости от того, можно их считать масс-медиа или нет, эксплуатируют вышеперечисленные свойства Интернета. Некоторые примеры такой эксплуатации можно представить в виде таблицы:

|  |  |
| --- | --- |
| **Автоматизация** | **Many-to-many** |
| **временная независимость** | *Новостные сайты* | *Общение в реальном времени* |
| **мгновенная**  **архивация** | *Поисковые машины* |  |
| **автоматизация** | *Сервисные сайты* | *с* *ommunity, форумы* *, чаты* |
| **базы данных** | *Справочные сайты* | *справочные сайты, пополняемые посетителями* |
| **Низкая себестоимость** | *домашние страницы, авторские проекты* |  |

**Данные информационных агентств можно с уверенностью назвать сегодня самой достоверной информацией сети Интернет. Информация от первоисточника в наименьшей мере подвержена влиянию коньюнктуры и отражает действительность**

**На протяжении всей своей жизни человек, особенно современный, неразрывно связан с СМИ, которые оказывают мощное влияние на формирование личности. Распространяемая ими информация воздействует на индивида, для неё характерны быстрота и регулярность воздействия, безличный, опосредованный характер.**

**Заключение**

Проанализировав современный этап развития Интернет-журналистики, можно сделать вывод, что она не уступает более распространённым видам СМИ (телевидение, пресса, радио), и даже по некоторым аспектам превосходит их.

Перечислим выявленные особенности Интернет-СМИ:

-коммуникационную модель many-to-many;

-автоматизацию;

-гипертекстуальность;

-невещественность носителя и связанную с ним низкую стоимость изготовления;

-временная независимость;

-низкая себестоимость;

-мультимедийность;

-мгновенная архивация.

По всему вышесказанному можно сделать вывод, что Интернет-журналистика стоит особняком в информационной среде. Ей присущи признаки СМИ, но в тоже время она имеет свои особенности, и поэтому нельзя однозначно отнести её к этой сфере. Исследуемый объект можно определить как новый этап в эволюционном развитии СМИ. Учитывая темпы развития информационных технологий, а также современную тенденцию, можно прогнозировать дальнейшее вытеснение Интернет-СМИ традиционных видов масс-медиа.

**Список используемой литературы**

1. Антон Носик. интернет – не СМИ // Vesti.ru

[old.vesti.ru/editor/2000/01/26/internetsmi/](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fold.vesti.ru%2Feditor%2F2000%2F01%2F26%2Finternetsmi%2F)

2. Александр Житинский. Виртуальная жизнь и смерть Кати Деткиной.

[www.zhitinsky.spb.ru/what/netman/yellow\_pages/4smi/kadet.htm](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.zhitinsky.spb.ru%2Fwhat%2Fnetman%2Fyellow_pages%2F4smi%2Fkadet.htm)

3. Александр Ларьяновский. Сидели три обозревателя.

[www.novocybersk.ru/internit/2000/02-11.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.novocybersk.ru%2Finternit%2F2000%2F02-11.html)

4. Гари Вульф. Мудрость Св. Маршалла, Священного Глупца. // Русский Журнал

[www.russ.ru/netcult/20010419\_wolf.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.russ.ru%2Fnetcult%2F20010419_wolf.html)

5. Гуманитарное Измерение. С Романом Лейбовым и Кубом беседует Антон Борисович N. // Журнал «Internet» №2

[www.gagin.ru/internet/7/6.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.gagin.ru%2Finternet%2F7%2F6.html)

6. Дмитрий Иванов. Введение к новой рубрике «Net-культуры». // Русский Журнал.

[www.russ.ru/netcult/cathedra/20010206\_ivanov.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.russ.ru%2Fnetcult%2Fcathedra%2F20010206_ivanov.html)

7. Линор Горалик. Они жили долго и счастливо и так никогда и не умерли. // Русский Журнал

[www.russ.ru/netcult/20000922\_goralik.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.russ.ru%2Fnetcult%2F20000922_goralik.html)

8. Линор Горалик. Нас мало, но мы умеем. // Русский Журнал.

[www.russ.ru/netcult/19990802\_goralik.html](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.russ.ru%2Fnetcult%2F19990802_goralik.html)

9. Пенсионер Мухин в путине интернета. // Журнал.Ру

[www.zhurnal.ru/muxin.htm](http://www.ronl.ru/redirect?url=http%3A%2F%2Fwww.zhurnal.ru%2Fmuxin.htm)

10. П. Шампань. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики.