

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«Кубанский Государственный Университет»**

**(ФГБОУ ВО КубГУ)**

Факультет журналистики

Кафедра публицистики и журналистского мастерства

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине "Основы теории журналистики"**

на тему: **"Система современных СМИ: содержание, проблема развития."**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Чуткова

(подпись, дата)

1 курс ОФО, факультет журналистики

направление 42.03.02. Журналистика

Научный руководитель

к.ф.н,проф. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ П.Т. Сопкин

(подпись, дата)

Нормоконтролер

должность преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.О. Понаморева

(подпись, дата)

Краснодар 2018

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение……………………………………………………… 3

1. Глава

Система СМИ в современном российском обществе

* 1. Понятие системы СМИ
  2. Основные тенденции развития
  3. Периоды развития функций системы
  4. Основные функции системы
  5. Российские СМИ: современное состояние, проблемы развития

1. Глава

Аудитория современных российских СМИ

2.1. Современная печатная система

2.2. Интернет СМИ

2.3. Телевидение СМИ

2.4. Радиовещание

ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность** исследуемой темы состоит в том, что Средства Массовой Информации (СМИ) являются на сегодняшний день неотъемлемой частью всего общества. Визуализация и интерпретация событий осуществляется посредством СМИ. Развитие информационных технологий определяет современное общество в целом. Телевидение, радиовещание, печатная пресса, информационные службы – во многом насыщают человеческие знания об окружающей действительности, формируют мировоззрение. Особая структура коммуникативного процесса и общность функций в отношении средств информации формируют единую целостную систему журналистики.

**Степень разработанности темы** заключена в том, что интерес к изучению данной темы нашел свое отражение среди многочисленных исследованиях российских авторов, результаты их исследований послужили теоретической базой для курсовой работы: В.В. Ворошилов, Я. Н. Засурский, Т.В. Науменко и др.

**Новизна работы** заключается в предложенном комплексном изучении системы средств информации журналистики посредством выделения её структуры преимущественных особенностей, что ранее не становилось объектом исследования.

**Возможное применение полученных знаний** заключается в использовании материалов

**Цель исследования:** анализ системы СМИ и её актуальность.

**Задачи исследования:**

1.Изучение проблемы развития средств массовой информации.

2. Системный анализ СМИ.

3. Выявление основных функций и проблем развития.

**Объектом исследования** являются средства массовой информации, их система в целом.

**Методы исследования:** общетеоретические, а также наблюдение.

**Структура курсовой работы** включает в себя введение, две главы, заключение, список использованной литературы и приложение.

* 1. **Понятие системы СМИ**

Основным инструментом формирования современного мира являются непосредственно СМИ. Основная структура знаний во многом базируется на массмедиа. Не стану утверждать, что все знания точны и напрямую влияют на человеческое мировоззрение, но через прессу, радиовещание, телевидение и интернет можно наблюдать действительность и воспринимать её такой, как преподносят средства массовой информации.

Современные массовые коммуникации дополняют жизненный опыт человека.

Именно сегодня, в современном обществе, когда качество информационно развитых технологий и их использования в большей степени определяют характер жизни целого общества, взаимоотношение человека и СМИ приобретает особое значение.

С развитием информатизации общества средства массовой коммуникации оказывают сильное воздействие на различные сферы жизни, в частности на характер населения и политическое сознание.

В политической жизни общества СМИ играют достаточно существенную роль, приобретая непосредственный характер к её жизнедеятельности и выполняя воспроизводительную (репродуктивную) и инновационную функцию Явление СМИ в политической жизни общества чрезвычайно многогранно.

Средства массовой информации, как единое целое, выполняют различные социально-политические роли, в последствие чего в зависимости от определенного числа типичных социально-политических ситуаций приобретают особую общественную значимость. Это могут быть роли объединителей, организаторов, объединителей общества, его просветителей.

Также могут выполнять разъединительную и дезинтегрирующую роли.

Средства Массовой Информации в современном обществе представляют собой единую целостную систему. Данная система состоит из трех ветвей:

1. Визуальная (периодическая печать)

Под визуальным восприятием мы понимаем всю визуальную информацию, которая сопровождает текст: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн, логотипы и т. п. Все говорит о том, что визуализация информации стала медиатрендом современности, она проявляет себя практически во всех видах СМИ – новостных, культурно-просветительских, спортивных и т. д. Итак, визуальная журналистика – это достаточно широкое понятие. Сегодня оно включает и ТВ(сюжеты, и подкасты, и фоторепортажи, и слайд( шоу. В современных СМИ визуализация информации проявляет себя на двух уровнях: формальном и содержательном.

2)Аудиальная (радиовещание)

Радиовещание оказывает сильное воздействие практически на каждого. Скорость и мобильность - это специфические качества, которые делают радио уникальными СМИ среди основных средств коммуникации.

Если срочность оправдывает такие действия, сообщения могут быть размещены в радиоэфире практически сразу же после оплаты и создания ролика на радиостанции. Им не нужно время на длительную предпечатную обработку. Поскольку составление программы на радио структурируется более свободно, чем на телевидении, на прерывание программы для срочного объявления требуется меньше внутренних решений. Радио также полезно своей способностью проникать практически везде. Репортеры, работающие в передвижных фургонах-студиях, могут вести трансляцию с места большого пожара через считанные минуты после его начала.   
3)Аудиовизуальная (телевидение)

Огромное влияние приобретают аудиовизуальные средства массовой информации. Диапазон применения компьютеров, соединенных с телекоммуникационными системами, постоянно расширяется. Телевидение властно вошло в жизнь современного общества. Оно имеет громадное воздействие на массовое сознание, полностью соответствуя потребностям нашей эпохи с ее массовыми социальными движениями и глобальными проблемами. Своеобразие телевидения заключается в воздействии его коммуникативной природы. Диалоговая природа компьютерных технологий позволяет рассматривать процесс общения с компьютером так же, как систему коммуникаций. Аудиовизуальные средства массовой информации становятся приметой нашего времени. Под аудиовизуальными средствами информации мы понимаем телевидение, кино и компьютерную технику. Наиболее заметные изменения и наиболее заметное влияние на наше сознание, образ жизни, способ мышления, на систему восприятия современного человека оказывает непрерывно развивающаяся аудиовизуальная техника.

Несмотря на все различия между ними, средства массовой информации (СМИ) объединяются в единую систему массовой коммуникации благодаря общности функций и особой структуре коммуникативного процесса.

# Основные тенденции развития СМИ

Под воздействием новых информационных технологий происходят значительные изменения в области массовых коммуникаций. Эти изменения коренным образом влияют на трансформацию современных массмедиа.

Основными процессами, лежащими в основе модификации современной системы СМИ являются :

1. Дигитализация.

Под этим процессом подразумевается перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой ,графической, звуковой – в цифровой формат, понятный современным компьютерам. Дигитализация позволяет содержанию легко «транспортироваться» по любому каналу электронной коммуникации. В результате чего Интернет превращается в особую информационную и коммуникационную среду, в которой медиапродукты благодаря своему цифрому формату способны преодолеть любые границы. Дигитализация, устраняя различия между отдельными СМИ и уравнивая их содержание, прокладывает дорогу их конвергенции.

1. Конвергенция

Второй важнейший процесс, лежащий в основе современных изменений СМИ. Во-первых, это слияние технологий, которое позволяет разным техническим носителям – кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи – доставлять информацию пользователю или потребителю. Во-вторых, конвергенция – это слияние прежде достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации. Теперь возможны такие формы объединения, как радио и телевидение в Интернете, видеофильм на компакт-диске, новостная лента на мобильном телефоне и т.п. В результате у пользователя появляется возможность получать одинаковые информационные продукты разными каналами – все это радикально меняет прежние представления о каналах коммуникации и информации. На профессиональном журналистском уровне конвергенция проявляется в нескольких формах. Во-первых, производя материал, журналист может предложить его и газете, и изданию в сети, и телетекстовой службе телеканала. Во-вторых, изменяются требования к самому журналисту. У современного профессионального журналиста предполагается наличие мультимедийных навыков - умение производить материалы для любого СМИ.   В-третьих, конвергенция - это слияние рынков. Современная индустрия СМИ движется к интеграции с телекоммуникационным сектором и информационно-компьютерными технологиями. Конвергенция является тем процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только систему средств массовой информации, но и связанные с ними индустрии.   Глобализация обозначает общемировую тенденцию к взаимозависимости и открытости.

**1.3.Периоды развития функций системы СМИ**  
Как известно, за 21 год Средства Массовой Информации (СМИ) в России перетерпели значительные изменения. В ходе своего развития они приобрели функции, которые непосредственно влияли на политический процесс. За это время система, трансформировалась из советской в российскую. Трансформация основывалась на 4 этапах, где каждый из которых характеризовался сочетанием роли и функций института СМИ во всем российском обществе.

Первый период был основан на политизации массмедиа ( с апреля 1985 по июль 1990 года), это было связано с принятием Закона СССР о Средствах Массовой Информации (СМИ). После того, как произошел апрельский пленум ЦК КПСС 1985 года СМИ Советского Союза, роль СМИ в политической жизни общества достаточно изменилась, они приобрели определенную свободу. Была своеобразная «политическая игра», где важной составной частью процесса политизации сознания масс были съезды народных депутатов, которые оказывали влияние на все общество. Именно на этом этапе СМИ получили самостоятельность и возможность влияния на принятие политических решений в высшем составе власти.

Основной функцией на тот момент являлась мобилизационная, где ключевым являлось слово М.Горбачева «гласность». Субъектом мобилизации служила «демократическая» оппозиция М. Горбачеву и проводимому им политическому курсу.

Вообще, роль всего общества, так и отдельных журналистов достаточно важна, их мнение и авторитет зачастую выше авторитета государственных представителей. Реагируя на текущее положение в политической и социально-экономической сфере жизни общества, они существенно увеличили тиражи своих изданий (печатные СМИ) и всей аудитории ( телевещание), за счет того, что здраво оценивали дальнейшее будущее страны.

Второй период развития российских СМИ принято именовать «золотым» (1990-1992), именно на тот момент Средства Массовой Информации начали приобретать независимость, они служили власти союзником. Одним из независимых изданий на тот момент стала «Независимая газета». Также изменились и способы подачи информации, появились так называемые «прямые эфиры», комментарии в новостных сообщениях.

Впоследствие основной функцией СМИ стала артикуляция мнения и мобилизация, где субъектом мобилизации выступал Б.Ельцин.

Третьим периодом является коммерциализация Средств Массовой информации (СМИ), которая продолжалась с 1992 по 1995 год.

Основными ветвями этого этапа служат:   
1. Время политического противостояния и первых экономических трудностей средств массовой информации (СМИ) (начало 1992-октябрь 1993), характеризующийся возрастанием роли региональной прессы, первыми попытками центральной власти взять ведущие СМИ под контроль, сокращением тиражей крупнейших изданий, и , как следствие , крупными убытками центральных изданий.

1. Время относительной стабилизации (октябрь 1993-конец 1995 года), характеризующееся снижением роли политизированных и возрастанием роли коммерческих СМИ (эпоха расцвета коммерческих изданий), самой примечательной особенностью которого является информационная война власти и журналистского сообщества, освещавшего первую чеченскую войну, которая в целом была властью проиграна, что в очередной раз показало мощь СМИ в управлении общественным мнением, власть которой в полной мере воспользовалась на следующем этапе функционирования российских СМИ.

Главной особенностью данного периода является продолжение использования политического влияния СМИ, но в отличие от прошлого периода, СМИ получают новых частных собственников, которые открывают возможность использования медиаресурса на общественное мнение, что приводит большинство изданий к потере независимости, а затем превращает их в инструмент политической борьбы.

В данном этапе средства массовой информации (СМИ) продолжали вторичную социализацию общества, функционирующего теперь по новым общественным законам.

Четвертым периодом функционирования СМИ в России является этап утверждения новой медиаполитической системы (конец 1995-по настоящее время). Медиаполитическую систему в данном случае принято рассматривать как единство медиасообщества с политической властью. Данная система сформировалась как институт, обеспечивающий власти совокупность инструментов политического давления на общество в целом, так и на отдельных политических субъектов.

Основной особенностью четвертого периода функционирования средств массовой информации (СМИ) в России стала возможность влияния на социально-политическую, политическую и экономическую среду.

К началу 2000-го года в медиапространстве произошли существенные изменения, власть взяла контроль в свои руки.

Основная функция института средств массовой информации (СМИ) в России состоит в артикуляции интересов владельцев СМИ и информирования аудиторий о текущих событиях в стране. Самым важным стало то, что основная функция СМИ в России стала именно такой, какая должна быть у института средств массовой информации – информирование.

Несомненно, каждый период функционирования СМИ в России характеризовался своими особыми механизмами функционировании, пропагандическими и идеологическими установками, которые оказали фундаментальное влияние на политический процесс в целом.

Нельзя не отметить метаморфозу, которая напрямую связана с ролью журналиста в политической сфере жизни общества.

До 1985 года роль журналиста была инструментальной, посреднической между властью и обществом, а позднее, приобрела важность, влияющую на весь политический процесс (1990-1991), к концу 90-х годов потеряла авторитет и вновь стала проводником информации между СМИ и обществом.

Период становления российских СМИ претерпел несколько этапов. Но именно на последнем этапе функционирования средств массовой информации – информационная функция стала основой в наборе политических функций СМИ.

* 1. **Основные функции системы СМИ**

Среди функций СМИ выделяют следующие:  
1. Информационная функция заключается в том, чтобы предоставлять актуальную информацию массовому слушателю, читателю и зрителю о самых различных сферах деятельности – деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и др.Чаще всего, содержание информации определяется во многом запросом аудитории. С получением большего объема информации, люди не только расширяют свои познавательные возможности, но и увеличивают свой творческий потенциал. Знание информации дает возможность прогнозировать свои действия, экономит время. В этом смысле данная функция способствует оптимизации полезной деятельности целого общества и отдельных индивидов. Данная функция особенно важна в сфере культуры, где каждый раз создаются новые произведения и появляются все больше новых имен.

**Регулирующая функция** имеет широкий диапазон воздействия на массовую аудиторию, начиная с установления контактов, заканчивая полным контролем над всем обществом. В данной функции массовая коммуникация влияет на формирование общественного сознания группы и личности, на формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов. Здесь подразумеваются возможности манипулирования и управления сознанием общества, фактически осуществляется функция социального контроля. У этой функции есть положительные и отрицательные качества, с одной стороны, она служит при определенных условиях цели «промывания мозгов», но с другой стороны, благодаря ей лучшие явления культурной жизни также находят отклик у ценителей, вслед за их появлением.

Информируемый имеет возможность сравнивать различные социальные ситуации, которые средства массовой информации ( СМИ), могут трактовать, как с положительной, так и с отрицательной стороны. Как правило, люди принимают те социальные нормы поведения, эстетические принципы, которые пропагандируются СМИ как положительный стереотип образа жизни, формы общения, стиль одежды и т.п. Именно так происходит социализация индивида в соответствии с нормами, желательными для общества в данный период.

**Культурологическая функция** основывается не только на своей познавательной задаче – ознакомлении с достижениями культуры и искусства, она способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранению культурных традиций. Благодаря средствам массовой информации (СМИ) люди знакомятся с особенностями различных культур и субкультур. Прежде всего, это формирует эстетический вкус, способствует взаимопониманию, снятию социальных барьеров, в конечном итоге, интеграции всего общества.

С данной функцией связано понятие массовой культуры, отношение к которой в качестве социальной ценности неоднозначно.

С одной стороны, это стремление средств массовой информации (СМИ) познакомить широкие массы с достижениями мирового искусства, новыми направлениями и тенденциями.

С другой стороны, это низкий художественный уровень развлекательных программ, неограниченные возможности их тиража, которые порождают дурной вкус у потребителей массовой культуры.

Различные исследователи деятельности СМИ выделяют ряд основополагающих функций.

Т.В. Науменко рассматривает функции (СМИ), сопоставляя с другими социальными системами ( подсистемами). Стоит учитывать, что «анализ функций любой системы социальной деятельности – важнейший момент в ее теории. Это связано с тем, в конечном счете, тем, что она осуществляет определенную функцию в более широком целом. Эта функция выступает как внешняя необходимость, как фактор, детерминирующий данную систему деятельности».

Существенно отличающийся перечень функций предполагает Е.П. Прохоров. В качестве начальной он выделяет коммуникативную функцию общения, налаживания контактов. Он утверждает, что данная функция не является чисто «технической», обеспечивающей реализацию других функций. Хотя в этом качестве они и выступают действительно, объем её «полномочий» шире.

Таким образом, СМИ выполняют контрольные и регулятивные функции, оказывают воздействие на деятельность социальных институтов и должностных лиц.

В числе наиболее значимых функций выделяют функцию формирования сознания масс (идеологическая или социально-ориентирующая), которая включает в себя широкий диапазон воздействия – начиная с сообщений о фактах, событиях, воздействия на общественное мнение, на ценности, мировоззрение, идеалы аудитории.

От идеологической функции отходит культурно-образовательная – формирование политической, экономической культуры, этическое и эстетическое воспитание, а также пропаганда знаний из области медицины , культуры досуга и т.д.

Как в современной, так и в зарубежной литературе встречается далеко не совпадающий перечень определений функций системы СМИ. Эти различия отчасти задаются степенью развернутости характеристик системы СМИ.

* 1. **Российские СМИ: современное состояние, проблемы развития**

Существующая система СМИ складывалась постепенно: вначале были только газеты и журналы, в девятнадцатом веке добавились информационные службы, а в двадцатом — сначала радиостанции, а телевидение. Средства массовой информации — индустрия, нацеленная на формирование общественного сознания с использованием организационно-технических комплексов, обеспечивающих быструю передачу и массовое тиражирование всех видов информации. Каждая форма СМИ имеет свою знаковую систему: печать — письменное слово или визуальный образ; радио — устное слово, музыку; телевидение синтезирует устное слово, движущееся изображение и музыку.

Как социальный институт российская журналистика функционирует на основе Конституции РФ, Закона «О средствах массовой информации», других правовых документов, а также редакционных уставов или договоров. СМИ взаимодействуют с другими институтами общества — государственными органами, партиями, общественными организациями, предприятиями. Для ведения политической деятельности публицистика является одной из самых эффективных форм. Журналистика вбирает в себя всю деятельность прессы как социального института и составляет основное содержательное наполнение массовых периодических органов. Современная система российских СМИ представлена печатными (газеты, журналы) и электронными СМИ (радио, телевидение и интернет - СМИ).

**2.2. Современная печатная система СМИ**

Недавно провела опрос: читают ли газеты сейчас, в современном мире информационных технологий. Результаты опроса меня, в общем-то, не удивили. Газеты продолжают читать люди в возрасте (от 50 и старше). Молодежь предпочитает узнавать, что происходит в городе, области, стране, мире, с помощью электронных версий изданий. Ну а некоторые новостями и вовсе не интересуются, что расстраивает.

По итогам исследований, был составлен рейтинг наиболее читаемых российских газет наиболее читаемых периодических изданий. Опираясь на рейтинг, мною были выделены наиболее популярные газеты: «Известия», «Аргументы и факты», «Российская газета».

**«Известия»**

Это современная российская газета, которая начала свой выпуск еще в советское время 1917 года. «Известия» являются газетой, в которой достаточно подробно освещаются события в нашей стране и в мире практически во всех отраслях общественной жизни – политике, экономике, культуре, спорте, информационных технологиях и многих других. Данная газета, направлена на современную аудиторию с довольно высоким уровнем образования, так называемую интеллигенцию. События, освещаемые в рамках данного издания, освещаются независимо и объективно, что делает её более привлекательной для читателя такого уровня.

Последняя, прочитанная мною статья данного издания называлась «Вынужденный риск». В ней было изложено о том, что в Якутии школьный автобус с детьми попал в ДТП, в котором пострадали шестеро школьников.

Автобус почти доехал до пункта назначения, как внезапно столкнулся с машиной, которая ехала во встречном направлении. Казалось бы, в наше время, подобного рода аварии встречаются каждый день, но итоги следствия иной раз доказывают, что нужно грамотно соблюдать правила дорожного движения.

**«Аргументы и факты»**

Это крупнейшая российская еженедельная общественно-политическая газета. Издается с 1978 года, тираж превышает более 1 миллиона газет. Газета также является одним из самых популярных российских изданий за рубежом, она удостоилась места в книге рекордов Гиннеса за самый большой тираж в истории всего человечества.

Информативность и содержательность - основные критерии данного издания. Современный стиль написания, хорошо освещает актуальные события России и мира. Региональные дополнения также представляют события региона. Кроме новостей, в газете можно найти ценные советы по садоводству, медицине, афишу, телепрограмму, различные журналистские исследования исторических событий. Газета имеет хороший коллектив репортеров, которые путешествуют по всему миру для освещения международных событий. Издание также занимается благотворительностью, оказывая помощь больным детям, пострадавшим в чрезвычайных ситуациях.

Последняя прочитанная мною статья данной газеты носила название «Детство в Освенциме», где речь шла о Татьяне Купченко, которая ребенком прошла два концлагеря – Освенцим и Люберс-дорф. Женщина, которая сумела выжить и не потеряла веру в жизнь. Так как 11 апреля ежегодно отмечается Международный день освобождения узников фашистских лагерей, мне было интересно узнать, как же люди пережили этот безумный ад, через что прошли, как выживали. Статья была очень полезна, так как я узнала факты концлагерей, которые повергли меня в шок.

**«Российская газета»**

Это официальный печатный орган Правительства Российской Федерации.

В 1990 году Верховным Советом России были основаны газеты «Российская газета» и «Российские вести» (первый номер вышел 11 ноября 1990) В 1993 году после октябрьских событий полномочия учредителя были переданы Правительству России.

Издание охватывает все события России и мира, затрагивает самые важные проблемы общества, дает полную и достоверную информацию от государственных деятелей страны с комментариями к принятым законам, эксклюзивные интервью с наиболее влиятельными персонами российской власти бизнеса и культуры, оперативные репортажи от собственных корреспондентов из разных точек мира, аналитические обзоры и прогнозы.

Последняя прочитанная статья данного издания, называлась «Цифровое зрение». В материале была представлена информация об ученых из Массачусетского технологического института, которые предложили электронную систему «Цифровое зрение». В ходе исследований, благодаря данной системе врачи сумеют диагностировать онкологические заболевания на самых ранних стадиях. До чего удивителен мир современных технологий, они неустанно развиваются во благо всего человечества.

Казалось бы, современная печатная система СМИ должна постепенно отходить на второй план, так как более взрослая аудитория находит в ней интерес, но нет. Печать точно также развивается, как и другие системы средств массовой коммуникации, проанализировав статьи современных популярных изданий, я извлекла много новой нужной информации, нашла в ней отражение будущего всего общества.

**2.1Аудитория современных Интернет СМИ**

Аудитория оказывает сильное и многообразное влияние на облик СМИ. Учет мнения аудитории осуществляется, прежде всего, исходя из статистических посещений, который касается Интернет-СМИ. В современном мире сетевые СМИ для миллионов людей стали важным источником информации, поэтому изучение сетевых СМИ как феномена журналистики приобрело актуальность. На сегодняшний день, существуют различные группы сетевых СМИ (сетевые представительства традиционных медийных структур и собственно сетевые структуры). Многообразие видов удивляет, это и сетевые журналы, и газеты, и порталы, а также списки рассылки и др. Так как интернет СМИ являются самыми молодыми и быстро развивающимися структурами в российской журналистике, на сегодняшний день существует три вида жанров:

1. Информационные
2. Аналитические
3. Художественно-публицистические

Российские интернет СМИ обладают следующими особенностями:

- имеют социальную нишу, которая отличается от аудитории традиционных СМИ;

- имеют большие возможности в области скорости и оперативности обновления информации;

- реализуют гибкую политику в плане периодичности выхода;

- трансграничный ареал распространения;

- распределённые зоны информационного внимания;

- гипертекстуальность как один из конституирующих признаков;

- осуществляют передачу информации в разных знаковых системах;

- интерактивность и принципиально иные возможности обратной связи с аудиторией.

Изучив рейтинг лучших российских интернет СМИ, я отметила 3 сетевых сайтов: Дождь, Life.ru. Рассмотрим каждый сайт подробнее.

**ДОЖДЬ**

Это российский круглосуточный информационный портал и медиахолдинг.

На сайте канала можно встретить новостные, аналитические, дискуссионные и авторские программы. Данный портал имеет возрастное ограничение – 18+, что сразу указывает на целевую аудиторию сайта. Самым рейтинговыми материалами по праву считаются репортажи Дождя, так как лучшие авторы показывают аудитории развернутые истории, в которых всегда есть место героям и антигероям, участникам и сведетелям событий, всем сторонам конфликта. Сайт затрагивает не только российские проблемы, но и мировые.

Так, например, на сайте мною была прочитан материал под названием «Трамп попросил рассмотреть возвращение США в Транстихоокеанское партнерство». Всем известный президент США Дональд Трамп, попросил советников по торговле рассмотреть возможность возвращения страны в Транстихоокеанское партнерство, выход из которых был прописан в одном из первых указов президента по инаугурации в конце января 2018. Материал достаточно интересный, так как, существуя в современное время, аудитория интересуется не только российскими, но и зарубежными проблемами, благодаря таким сайтам мы досконально можем рассмотреть и проанализировать состояние мира на сегодняшний день.

**LIFE.ru**

Это российское интернет-издание. На сегодняшний день сайт признан лучшим в номинации «Средства массовой информации» на саммите в области интернет технологий – Международного конгресса по вопросам развития мобильного контента и технологий. Интернет-издание охватывает все сферы жизни общества и ориентировано на широкую публику читателей. Возрастное ограничение также базируется от 18+.

Заинтересовавшая меня статья данного портала носила название « Суд разрешил немедленно заблокировать Telegram (\*мессенджер, позволяющий мгновенно обмениваться сообщениями) в России». Таганский суд Москвы постановил удовлетворить иск Роскомнадзора о блокировке мессенджера Telegram в России. Была удивлена тому, как быстро был вынесен вердикт по запрету данного приложения в России. До прочтения статьи не имела никакого представления о данной функции. Меня, как человека из нового поколения весьма заинтересовал данный материал.

**2.3. Телевидение СМИ**

На сегодняшний день, телевидение объединяет возможности устного слова и и изображения, поэтому является одним из самых эффективных средств коммуникации. Телевидение является уникальным явлением среди массовой информации.

Телевидение имеет следующие информационные и социальные функции:

- реализует концепцию социальной информации, объединяющую в себе просветительское, познавательное, прогностическое направления;

- привлекает внимание общества к актуальным проблемам;

- расширяет кругозор, формирует вкусы и привычки;

- воспитывает взгляды, социальную позицию, экологическую этику, создает оперативную обратную связь с многомиллионной аудиторией;

- выполняет посредническую функцию: все ветви власти могут излагать свою политику, отчитываться о проделанной работе;

- даёт обзор широкого спектра мнений, предоставляя телезрителю возможность выбора наиболее подходящей ему концепции;

- сообщает экономическую информацию, расширяя набор коммерческих тем, имен, товаров и услуг, фирм и компаний, привлекая к разговору об экономике представителей власти, ведущих экономистов, ученых и др.

Исходя из формы собственности все телерадиокомпании, действующие в России, делятся на компании

- государственные (организации, действующие от имени и на средства государства, выражающие точку зрения тех или иных ветвей власти);

- межгосударственные (основаны на базе совместных межгосударственных соглашений и действуют согласно уставу, который принимается полномочными представителями государств-учредителей);

- общественные (телекомпании, соучредителями которых являются органы власти РФ вместе с иными юридическими лицами и гражданами);

- негосударственные (основываются одним или несколькими юридическими и физическими лицами, которые объединяют свои финансовые и иные ресурсы в целях организации вещания по определенным каналам).

Своеобразие телевидения проявляется в формировании постоянной и устойчивой аудитории посредством разграничения профиля программ вещания с учётом определенных категорий телезрителей.

Федеральные каналы

В соответствии с частью 3.1 статьи 14 Закона «О рекламе» «...под федеральным телеканалом понимается организация, осуществляющая эфирное телевещание на территориях более пяти субъектов Российской Федерации». Это - «Первый канал», «Россия 1», «Россия 2», «Россия-К», «Россия-24», «Пятый канал», НТВ, «TB-Центр», СТС, «Домашний», ДТВ, Муз-ТВ, 7ТВ, ТВ-3 и MTV, РЕН-ТВ, ТНТ, «Звезда» и «Мир». Межгосударственное вещание

Телеканал «Мир» создан в октябре 1992 г. Основная новостная программа - «Новости содружества», - выходит каждый час. Охват вещания - 14 государств: Азербайджан, Армения, Беларусь, Грузия, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Узбекистан, Украина, Латвия, Литва, Эстония. Аудитория телеканала (2010 г.): 45,230 млн. человек.

Иновещание

Англоязычный телеканал Russia Today вышел в эфир в декабре 2005 г. Версия на арабском языке «Русия аль- Яум» была запущена в мае 2007 г. В декабре 2009 г. началось вещание RT на испанском языке. Последним в январе 2010 г. вышел в эфир телеканал RT America, вещающий в прайм-тайм для американской аудитории.

Эмоциональное воздействие телевидения находится в прямой зависимости от эффекта эстетического обогащения. При этом имеется в виду не только природа художественного игрового телевидения, но и программ документального характера. Построенные по законам, присущим произведениям искусства, программы телевидения должны развивать чувство прекрасного, расширять культурный кругозор и вести к увеличению эстетических запросов человека.

**2.4. Радиовещание**

Радиовещание — это передача информации, звука с помощью радиоволн через радиоцентры на радиовещательные приемники. Радиопередачи адресованы неограниченному числу слушателей и передаются по государственной системе развивающейся радио- и проводной сети вещания. Несмотря на интенсивное развитие телекоммуникаций радио не потеряло аудиторию. Телевидение и радиовещание имеют много общих черт, но каждый из этих каналов вещания имеет свои особенности. Радио и телевидение превосходят другие средства массовой информации по своей оперативности, возможности информировать людей непосредственно с места события. На сегодняшний день аудитория радиовещания распадается на отдельные группы, на основе интересов в социальном, профессиональном, образовательном и возрастном аспектах.

В качестве наиболее специфических особенностей подачи информации на радио можно отметить следующие: звучащее слово как основной ресурс воздействия; - возможность сообщать о ходе события непосредственно в момент его совершения; - прямое обращение к неограниченной аудитории.

Типология в радиовещании

По охвату:

федеральные радиостанции, как правило, проводные;

■ сетевые (франчайзинговые\*);

■ региональные, местные;

■ локальные (в пределах одного предприятия).

■ государственное радиовещание (в том числе муниципальное);

■ коммерческое;

■ некоммерческое (общественные организации).

По типу распространения:

■ эфирное вещание (радиоволны);

■ проводное (провода);

■ через интернет.

По тематическому своеобразию:

■ универсальное, общего плана («Радио России».

■ информационно-разговорные форматы :«Вести FM», «Business FM», «Сити FM», «Коммерсант FM», «Русская служба новостей» (РСН), «Эхо Москвы», «Говорит Москва»;

■ музыкально-разговорные форматы (Music&Talk): «Серебряный дождь», «Радио Маяк», «Радио Комсомольская правда», «Финам FM», «Юмор FM»;

■ музыкальные станции (подразделяющиеся на более узкие аудиторные и содержательные ниши в зависимости от формата музыки);

■ сегмент чисто разговорных неполитизированных станций свободен;

■ особняком стоят станции-каналы иновещания - ВВС, «Свобода», «Deutche Welle» и др.;

■ вещание для детей (радиостанция «Детское радио»);

■ спортивное радио (представлено радиостанциями «Спорт» и «Зенит» в Санкт-Петербурге);

■ просветительское радио представлено станциями «Культура» и «Орфей». По аудиторной ориентированности:

на аудиторию 12-35 лет:

■ DFM, NRJ, «Европа Плюс», «Next FM», «Love Radio», «Хит FM», «Первое Популярное радио», «MAXIMUM», «Наше радио». «RU.FM», «Мегаполис FM», «Свежее радио», «IOFM».

на аудиторию 35-55 лет:

■ музыкальные форматы (Music&News): «Милицейская волна», «Радио Дача», «Радио Шансон», «Русское радио», «Авторадио», «Ретро FM», «Кекс FM», «Дорожное радио». «Добрые песни», «Радио Алла», «Радио Звезда»;

■ музыкально-разговорные форматы;

■ информационно-разговорные форматы.

.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог проведенному исследованию, приходим к выводу, что поставленные цели и задачи выполнены.

Современные средства массовой информации, как единая целостная система, выполняют социально-политические роли, те или иные из которых в зависимости от определенного числа типичных социально-политических ситуаций приобретают общественную значимость.

В современном, информационно насыщенном обществе СМИ играют другую, несравненно более важную роль, нежели они играли в первой половине прошлого века. Соответствующим образом расширялась, трансформировалась их система.

Современна система средств массовой информации – это совокупность средств массовой информации, которые имеют достаточное количество функций, позволяющих удовлетворять информационные потребности личности, всех групп населения, государства, общества в целом. СМИ представляют собой систему по форме организации и по функциям, которые они выполняют в общественном пространстве.

В условиях становления информационного рынка в системе СМИ играют большую. Разнообразные в типологическом отношении средства информации в совокупности образуют целостную систему журналистики.

Средства массовой информации – важнейший инструмент в деле приобщения населения к благам культурной цивилизации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция Российской Федерации
2. Закон РФ, О средствах массовой информации от 04.08.2001№ 107-ФЗ.
3. Астахова Я.А. Система СМИ - 2014 г.
4. Ворошилов В.В., Журналистика, Спб. 2006 г.
5. Засурский Я. Н. Система СМИ в России. – М.: Аспект-Пресс, 2002
6. Засурский Я. Н. Средства массовой информации России. – М.: Аспект-Пресс, 2002.
7. Науменко Т.В. Функция журналистики и функции №20. CMИ//CREDO.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М., 2009.
9. Прохоров Е.П. Свобода СМИ в журналистской деятельности – М.: 2001
10. Колесниченко О.Я., Введение в тележурналистику, Краснодар, 2015
11. Павликова М., Сетевые технологии и журналистика, 2001
12. Евдокимов В.А., Массмедиа в социокультурном пространстве, Москва, 2014
13. Алексеева А.О, Вартанова Л.А., Круглова и др., Интернет – СМИ: теория и практика, Москва , 2014
14. Уланова М.А, Интернет журналистика, Москва, 2017
15. Черных А., Мир современных медиа, 2014
16. Ганюшин А.А., Цифровая фотография в новых медиа, 2016
17. Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. М., 2000.

Интернет источники:

1. http:/7www.tns-a]obal.ru/services/media/media-audience/dannve issledovaniy auditorii smi/
2. htt|x;--4vvvvv.e\ailist.narod.ru.'Si]Ttpie.htfn
3. http: ./hivoeslovo.m/
4. <http://medien.ru/novosti/>
5. <https://wsjournal.ru/top-russian-internet-media-rating-russia-ukraine-belarus-smi-wsj/>
6. <http://www.aif.ru/society>
7. <https://iz.ru/730259/ekaterina-korinenko/vynuzhdennyi-risk>
8. <https://uznayvse.ru/interesting-facts/samiye-popularniye-izdaniya.html>
9. <https://www.kakprosto.ru/kak-850602-samye-chitaemye-gazety-v-rossii>
10. <http://рустрана.рф/article.php?nid=3594>
11. <http://wiki-org.ru/wiki/Российская_газета>
12. <http://cheloveknauka.com/interpretatsiya-yazyka-audiovizualnyh-i-audialnyh-smi-v-diskursivnom-aspekte>
13. <https://megaobuchalka.ru/4/6865.html>
14. <https://vuzlit.ru/449691/aktualnost_funktsiy_sovremennyh_usloviyah>
15. http://reihorn.narod.ru/smi\_1.html