Введение 3

1. Общая характеристика критериев доступности и качества журналисткой

информации 5

* 1. История возникновения и развития СМИ в Росси 5
	2. Понятие журналисткой информации, общая характеристика 10
	3. Жанры журналистских текстов 12
	4. Критерии качества журналистских материалов в условиях

существования информационного избытка 14

* 1. Критерии доступности журналисткой информации ....17
1. Анализ критериев качества и доступности журналисткой информации...21
	1. Социальный опрос о критериях качества СМИ 21

Заключение 24

Введение

В современной науке отсутствует конкретное определение средств массовой информации и не выявлены в полной степени критерии их качества и доступности.

г

В данной работе актуализируется проблема качества доступной современной публике журналисткой информации. В настоящее время самыми популярными ресурсами являются интернет, радио и телевидение. Однако нет объективной оценки качества предоставляемых ими услуг.

В связи с этим целью данного исследования будет являться анализ критериев качества и доступности современной журналистской информации. В рамках названой цели будут решены следующие задачи:

* Общая характеристика критериев доступности и качества журналисткой информации;
* Определение понятия журналистской информации;
* Выявление критериев качества СМИ по Закону РФ «О средствах массовой информации»;
* Анализ критериев качества и доступности средств массовой информации в условиях существования информационного избытка.

В ходе исследования были использованы следующие научные методы: исторический, теоретический, аналитический, обращение к печатным и интернет источникам, социальный опрос.

Актуальность данной работы заключается в том, что взятая для исследования тема недостаточно изучена. Её анализ поможет в дальнейшем работать с различными видами СМИ, позволит верно классифицировать журналистский материал.

Практическая значимость этой исследовательской работы, заключается в том, что в дальнейшем описанный материал поможет выявить критерии доступности и качества журналистского материала в условиях существования информационного избытка.

1. Общая характеристика критериев доступности и качества журналисткой информации
	1. История возникновения и развития СМИ в России

Журналистика в России возникла “сверху" как элемент правительственной политики - по Указу Петра I и предназначалась для пропаганды и разъяснения новаторских реформ государя Феодальное общество России еще почти не нуждалось в регулярном и оперативном обмене информацией через СМИ, достаточно было деловой переписки. И научная общественность еще не ощутила потребность в необходимости издания своего журнала, как это было в Великобритании и Франции Поэтому в России полноценные СМИ появились только в начале XVIII в Первое время они были мало заметны, маловлиятельны, затем постепенно развились в значимую силу общественной жизни. Около полувека непосредственно правительство России при посредничестве Академии Наук держало в своих руках монополию на прессу и лишь в конца пятидесятых годов XVIII в. появилось первое частное издание.

Первая российская газета “Куранты” (1621 г.) была рукописной. Их по\* другому называли “Вестовые письма”. Это была газета наоборот - ее “выпускали” в нескольких экземплярах 2-4 раза в месяц многие люди, дьяки и подьячие Посольского приказа, для очень ограниченного круга читателей - царя Алексея Михайловича и его приближенных. Она создавалась по типу “Ньюз-леттерз” и содержала выборку сообщений на дипломатическую, военную, придворную и торговую темы из немецких, шведских, польских и голландских газет, переведенных на русский язык. Для массовой аудитории не предназначалась. С текстами этих газет можно ознакомиться по

академическим изданиям “Вести-Куранты” [см. «Вести Куранты» 1642-1644 гг.]

Первая настоящая газета - “Ведомости” (декабрь 1702-1727). Это государственное издание. Была создана по Указу Петра I. Это существенно отличается от путей формирования западной системы СМИ, где первые газеты возникали в основном как частная инициатива и служили торгово­коммерческим целям. Первый номер не сохранился, до нас дошел номер от 2 января 1703 г.

Петр I нередко сам принимал участие в подготовке, редактировании и отборе материалов для газеты. Цель издания - пропаганда внешней и внутренней политики государства. Важная тема - Северная война. Первый редактор - директор печатного двора Ф. Поликарпов. Выходила под разными названиями — “Ведомости Московского государства”, “Ведомости Московские”, “Российские ведомости”. Тираж был непостоянный - от нескольких десятков до нескольких тысяч экземпляров. Периодичность - тоже различной: в 1703 г. - 39 номеров, в 1705 г. - 46, ав 1718 г — один.

С 1715 г. “Ведомости” начинают выходить в Петербурге. Ас 1719 г. - только в Петербурге. В 1720 г. в газете появился первый репортер, который собирал и готовил к печати сведения о русской жизни, прежде всего - придворной жизни — Яков Синявич. Он готовил сообщения об успехах российской экономики, давал информации об ассамблеях, гуляниях и празднествах. Важной фигурой в газете был переводчик, готовивший переводы материалов из иностранных газет для публикации в “Ведомостях”. В Петербурге во главе газеты встал переводчик Б.Волков. Газета скорее напоминала брошюру или тетрадь — восьмая доля листа. Количество страниц в разных номерах было различным - от 2 до 22. Главное содержание - информационные материалы и официальные сообщения. Тематика выступлений широкая - от политических новостей до устройства лодки. Газета продавалась, но особым спросом не пользовалась. Перестала

издаваться через два года после смерти Петра I.

«Санкт-Петербургские ведомости» (1727-1917) - первая газета, которую стала издавать Академия Наук, как правительственный орган. Это научное объединение стало центром интеллектуальной и культурной жизни России. С ним на протяжении почти полувека связано развитие отечественной журналистики и СМИ. Первоначально «Санкт-Петербургские ведомости» выходили на немецком языке - “Sanct-Peterburgische Zeitung”. До сих пор сохранились лишь издания немецких “Санкт-Петербургских ведомостей” за 1727 г.

Газета старалась во всем походить на немецких собратьев. В 1728 году стали печатать и русские переводы этой газеты. Ее издателем и редактором был Г.Миллер. Газета приобрела удивительную для России регулярность: в 1727 г. была еженедельной, а с 1728 г. стала выходить два раза в неделю - по вторникам и пятницам (в 1729 - во вторник и субботу; в 1730 г. и далее - по понедельникам и четвергам). Выход приурочивался к почтовым дням - когда из Петербурга отправлялась корреспонденция в провинцию. Тираж составлял от 30 до 4 тысяч экземпляров. Основные жанры газетных материалов - информационные заметки, письмо, в некоторых материалах можно найти элементы зарисовки, репортажа. Многие материалы заимствованы из иностранных источников. На страницах газеты нет ни политического анализа, ни политического очерка, а только информация, официальная хроника, освещение деятельности Академии Наук, объявление о театральных представлениях. Особое место занимают сообщения о готовящихся к печати и вышедших в свет книгах.

Главные фигуры в газете - редактор и переводчик. Последний переводил немецкое издание на русский язык (обе версии существовали параллельно). И он встречал немало трудностей при переводе иностранных терминов, незнакомых читающей аудитории. Поэтому к русскому изданию почти сразу раз в месяц стали выпускать “Примечание”, которое было

своеобразным справочным словарем для читателя газеты. Но довольно быстро “лексикон” превратился в нечто иное - ежемесячный журнал “Примечание”, где печатались научно-популярные статьи, стихи и прочее. А пояснения терминов стали давать прямо на страницах газеты.

С 1862 г. “Санкт-Петербургские ведомости” перешли к издателю В.Коршу. На ее страницах стали выступать А.Суворин и В.Буренин, впоследствии известные публицисты. Они высказывались в поддержку правительственных реформ, высказывали свои предложения по совершенствованию жизни общества. Одно время газета придерживалась в : определенной мере демократических взглядов. Тогда здесь печатался и В.Стасов, ставший затем выдающимся критиком. Затем направление газеты стало более умеренным, что вполне соответствовало ее девизу “Наше время - не время широких задач”. Этот лозунг был весьма популярен в либерально­народнической прессе. В 1914 г. газета была переименована в I

“Петроградские ведомости” ив 1917 г. закрыта.

XVIII в. - это время русского Просвещения, время осознания значения 1

знания как двигателя прогресса и развития. Поэтому большая часть изданий' этого периода носит ярко выраженный просветительский характер.' Журналистике этого периода свойственно нести читателям идеалы гражданственности, патриотизма, гуманности и нравственности, высказывать враждебное отношение к абсолютизму. Первые издания создаются для пропаганды экономических государственных реформ, а также научных Л достижений среди читающей аудитории. Это время господства феодальных отношений, которые начинали тормозить развитие общества, и осознаний необходимости внедрения буржуазных отношений в жизнь российского! общества. А в журналистике - это эпоха “толстого” журнала, литературно-j научного или литературного. Для такого типа изданий характерна энциклопедичность, всеобъемлющая широта тематики, скорее сближающая j их с книгами или альманахами.

Журналистика XIX века ознаменовалась обновлением и оживлением жизни общества в связи с убийством Павла I и восшествием на престол Александра I. Общество заговорило о либеральных переменах, конституции, о твердости законов. Заметным стало и более терпимое отношение к прессе. Заметно выросло число журналов и альманахов, появились и новые газеты, в том числе и провинциальные. Однако большинство газет и журналов не отличались долговечностью - выходили около одного-двух лет.

Журналистика по-прежнему является “хобби” дворянских интеллектуалов, а не профессией, дающей средства к существованию. Журналистский труд не оплачивается. Это препятствует развитию журналистики. Важным фактом совершенствования структуры российской печати стало появление отраслевой печати - изданий, освещающих административную, экономическую, научно-техническую деятельность. Не менее важно создание специализированных - тематических - изданий: музыкальных, театральных, педагогических, женских, детских, библиографических и других. Растет и число выходящих газет.

Сейчас принято выделять три типа СМИ — печать, радио и телевидение. В последние годы большую роль в процессе массовой коммуникации начинает играть интернет.

Появление интернета означает выход системы массовых коммуникаций на принципиально новый этап. Традиционные электронные СМИ подразумевали однонаправленный характер коммуникации. Интернет делает коммуникацию двусторонней. Его аудитория самым активным образом участвует в информационном обмене, впервые получив возможность свободного выбора и поиска информации (а также её продуцирования и распространения). Интернет создаёт новую информационную среду, его влияние затрагивает и традиционные СМИ, во многом меняя характер их деятельности. Возникает новая область деятельности — сетевая! журналистика. Кроме того, любой более или менее квалифицированный

пользователь интернета имеет возможность создать собственное «маленькое СМИ».

Исходя из вышесказанного, можно заметить, что средства массовой информации играли важную роль в развитии коммуникаций на протяжении всей истории России. На сегодняшний день они имеют более расширенный спектр влияния на общество благодаря развитию сетевой журналистики.

* 1. Понятие журналисткой информации, общая характеристика

Для того чтобы проанализировать качество и доступность современной информации, следует дать понятию «журналистская информация» общую характеристику.

Само слово «информация» происходит от лат. informatio — разъяснение, изложение. Под данным понятием понимали различного рода сообщения, сведения о чем-либо, которые получали или передавали люди.

В теории журналистики понятие «массовая информация» является базисным. Именно через характеристику деятельности журналистики по сбору, обработке, компоновке, распространению массовой информации проявляется сущность журналистики как особой сферы социальной деятельности. Журналистика не располагает никакими другими средствами! для выполнения своей социальной роли, кроме информации. Становясь посредником между журналистикой и аудиторией, информация является тем рабочим инструментом, с помощью которого решаются многообразные задачи, стоящие перед всей системой журналистики как специфическим социальным институтом. Этим объясняется выбор термина «средства массовой информации» для журналистики как совокупности многочисленных каналов печати, радио и телевидения.

Употребляемое в словосочетании «средства массовой информации» прилагательное «массовый» имеет следующий смысл:

* направленность на массу при отсутствии непосредственного контакта независимо от величины и пространственной рассредоточенности аудитории;
* соответствие нуждам этой массы в информации, ориентирующей в социально значимых явлениях и проблемах, затрагивающей широкий круг экономических, социальных, духовных интересов массы, и обеспечение ее сведениями, которыми она может оперировать как своими в разных сферах жизни;
* стремление к созданию единой позиции массы по касающимся ее вопросам, интеграции ее в социальную общность и выработке единой ак­тивной позиции по этому кругу вопросов с приближением к общечелове­ческим суждениям нормам;
* доступность информации для массы (бесплатное поступление ин­формации или за небольшую плату, удобный режим потребления - дома, в дороге, на работе, рядом с местом постоянного пребывания и пр.), простота формы, способствующая легкому усвоению;
* возможность одновременного получения массовой аудиторией (при непрерывности, стабильности поступления, периодичности выпуска) ин­формации; регулярность появления рубрик, циклов, постоянных блоков материалов
* открытая возможность для всех желающих участия в работе средств массовой информации в разных ее формах.

Таким образом, можно выделить следующие черты журналисткой информации, характеризующей её как массовое явление: направленность на массу, соответствие нуждам этой массы, стремление к созданию единой позиции массы, доступность информации для массы, возможность одновременного получения массовой аудиторией информации.

ы

1Л Виды журналистских текстов

Под журналистским текстом следует понимать сложное и разнохарактерное системное знаковое образование.

Журналистский текст - это понятие родовое, предполагающее внутреннее деление, классификацию, основанную на изменении видового признака (таксономическое деление).

В ходе классификации устанавливаются видовые категории, и прежде всего те, в образовании которых участвуют основные «языки» СМИ - шрифтовой текст (письменные знаки, или символы) и иконический (иконические знаки). В процессе создания текста участвуют и другие, менее значительные в семантическом плане элементы - украшения, линейки и т.д. Такая большая амплитуда возможных вариантов текстового материала в печатном издании позволяет добиться особенно высокого уровня отражения всех сторон жизни. В этом и заключается уникальность журналистского текста как универсального и максимально эффективного средства коммуникации.

V

Журналистский текст, обладающий специфическими качественными признаками, является вместе с тем текстом в универсальном, классическом значении этого понятия. Более того, именно данный вид текста наделен широкими, можно сказать, уникальными возможностями - он представлен исключительно многоаспектно, в самых различных вариантах, воссоздается с учетом осмысленной и логически оправданной целесообразности.

Жанры журналистских текстов можно разделить на 2 группы:

1. информирующие журналистские тексты;
2. тексты выражающие мнение.

К информирующим жанрам относятся: новость, корреспонденция, статья, репортаж и интервью. К выражающим мнение, - комментарий, блог.

Коротко каждый из жанров можно охарактеризовать следующим образом:

1. Новость (сообщение) - наиболее короткий жанр, содержащий, как правило, до 200 знаков. Строится по так называемому правилу W- вопросов: Кто? Где? Что? Когда? Почему? Новость не обязательно должна включать ответы на все указанные вопросы.
2. Корреспонденция - более подробный и длинный журналистский текст, содержащий более 500 знаков. В корреспонденции освещаются актуальные события с их предысторией, содержатся детали, приводятся комментарии экспертов и участников в виде цитат, иногда дополняются ссылками на предыдущую или фоновую информацию.
3. Статья. Задачей статьи является анализ явления, процесса, общественной ситуации с позиции лежащих в их основе закономерностей. Статья рассматривает событие как часть определённого процесса, содержит анализ фактов, теоретические обобщения, аргументированную позицию автора по отношению к излагаемым событиям.
4. Интервью представляет собой беседу журналиста с участником события, когда журналист задаёт вопросы собеседнику и фиксирует его ответы. В печатных изданиях интервью может приводиться в форме диалога, тогда текст строится согласно принципу 1:1 (вопрос
* ответ). Интервью, также, может служить источником информации, на который ссылается автор, и тогда вводится в текст в виде прямой или косвенной речи.
1. Репортаж - жанр журналистского текста, информирующий читателей о событии, которому журналист являлся непосредственным участником или очевидцем. Факт личного присутствия репортёра на месте событий является главной

отличительной особенностью этого жанра. Составной частью репортажа может бфЦЬ интервью. Отдельной разновидностью репортажного жанра является портрет: такой текст является представлением или визиткой персонажа, предприятия, города.

1. Комментарий появляется в тех случаях, когда обозначенная в публикации проблема даёт повод для полемики. Он выражает субъективное мнение автора по какому-либо вопросу. Текст комментария должен содержать контраргументы и личные выводы. Комментарии бывают трёх разновидностей:

* Комментарии с аргументами, приводимыми обеими сторонами дискуссии.
* Прямые комментарии, отражающие только взгляд комментатора.
* Комментарии обеих сторон, воздерживающихся от личных выводов ввиду непредсказуемости описываемых в публикации событий.

7) Блог - наиболее новый и наиболее субъективный журналистский жанр, представляющий собой онлайн-дневник с возможностью обсуждения читателями. Основной формообразующий принцип - расположение постов в хронологическом порядке, когда самая новая информация находится вверху.

Таким образом журналистский текст в принципе можно считать самым проверенным источником информации и, кроме того, обладающим исторически сложившейся системой жанров.

1. Критерии качества журналистских материалов в условиях существования информационного избытка

№

Если учесть неопределенность и сложность социальных процессов, а

щ**яж**

также несовершенные действия человечества по генерированию и организации информации, можно прийти к выводу, что большая часть информации, особенно на индивидуальном уровне, создается стихийно и не работает на ликвидацию дефицита. К этому обстоятельству следует добавить фактор времени. В случае практических дел именно время диктует, необходимость принятия решений независимо от того много информации или мало, есть она или отсутствует. Как правило, дефицит возникает в условиях избытка информации. Ниже будут приведены данные,) характеризующие современное информационное состояние общества.

За последние 30 лет в мире было произведено большее количество информации, чем за предшествующие 5000 лет. По данным школы управления в области информации и информационных систем при Калифорнийском университете в Беркли, производство продукции на печатных, пленочных и оптических носителях во всем мире ежегодно требует по самым грубым оценкам 1,5 млрд. гигабайт памяти. Это соответствует примерно 250 мегабайтам на каждого человека из живущих на Земле. Согласно данным агентства IDS, объемы информации, накапливаемой в мире в цифровом виде, за последнее десятилетие увеличивались ежегодно на 60% и ещё к концу 2010 г. составили астрономическую цифру- 988 экзабайт. Те же цифры в отдельных областях жизнедеятельности людей, опубликованные американскими учеными:

* в мире ежедневно записывается около20 млн. слов технической информации;
* на земле ежедневно выходит около 1000 наименований новых книг;
* за один час перед телевизором человек получает больше информационных образов, чем в доиндустриальном обществе; >
* еженедельно издание New York Times содержит больше информации, чем прочитывал за всю свою жизнь средний англичанин в XVII-м веке;
* ежегодно в американских почтовых ящиках оказывается болеебО млрд. рекламных листков.

Попытки дать оценку объемам обрушивающейся на человечество "валовой" информации оказываются во многом бессмысленными, поскольку в них не учитывается качественное отличие между содержащими ее источниками, как и их несовместимость.

Избыток данных породил информационный взрыв, о котором часто писали в1980-е годы. Но со временем этот термин стал исчезать, так как в последние годы этот взрыв превратился в перманентное состояние. Немалую роль сыграло здесь ускорение в развитии информационных технологий, без которых практически не обходится проектирование и использование промышленных наукоемких технологий.

Следует учитывать и изменения в современной информационной среде, которая становится все более насыщенной сообщениями. К сожалению, лишь малая их часть представлена ценной информацией. Подавляющая часть - это

j п

ненужные данные или «информационный хлам». Заявил о себе также спам как совокупность нежелательных, незапрошенных электронных и бумажных рассылок.

Можно заметить, что в сложившихся экономических, политических и в условиях информационного избытка качество продуктов современных средств массовой информации упало. Вероятно, это происходит из-за того, что СМИ не в состоянии реализовать те принципы и цели журналисткой работы, которые они перед собой ставят.

Качество журналисткой информации определяется уровнем профессионализма автора, актуальностью и главное - правдивостью. Отсутствие одного из перечисленных компонентов приводит к снижению, во-первых, качества предоставляемой информации, а, во-вторых, к снижению процента потребителей этого материала.

Более того, Россия так и не стала поКа страной со свободными СМИ. Масс-медиа по-прежнему находятся под жёстким властных структур, криминала, частного капитала. При такой сложившейся системе многие журналисты, ещё недавно считавшие себя четвёртой властью, разочаровываются в профессии и уходят из СМИ А те, кто работает, отнюдь не считают себя «рупорами свободного слова» и переходит в разряд обслуживающего персонала своих хозяев. В связи с этим вспоминается позиция властей скандинавских стран, которые обеспечивают финансовыми преференциями не только близкие им издания, но и оппозиционные, которые, как они объясняют, помогают им увидеть имеющиеся в работе недостатки и, тем самым, устранить их. Именно так у них выражается подход к свободе слова.

Из этого следует, что на данный момент СМИ функционирует в условиях избытка информации. Этот избыток порождён самим дефицитом качественной информации.

f

1. Критерии доступности журналисткой информации

Доступность информации — состояние информации (ресурсов автоматизированной информационной системы), при котором субъекты, имеющие права доступа, могут реализовывать их беспрепятственно. К правам доступа относятся: право на чтение, изменение, копирование, уничтожение информации, а также права на изменение, использование, уничтожение ресурсов.

Доступность — свойство (журналистского текста), состоящее в том, что форма представления документа обеспечивает физическую возможность измерения заданных параметров этого представления документа (содержания, атрибутов, технологии создания) заданными средствами в заданных точках за конечное время.

Доступ к информации— возможность получения информации и её использования.

Информационные проекты:

* интернет-издания, не имеющие аналогов на бумаге;
* сайты бумажных газет и журналов;
* сайты информационных агентств;
* сайты радиостанций и телеканалов;
* блоги информационной направленности;

Источники информации:

* информационные агентства;
* газеты и журналы (бумажные и интернет-издания)
* пресс-службы госорганов и компаний (приходят по рассылке либо доступны полностью на сайте, в корпоративном блоге);
* блоги и соцсети;
* мероприятия (выставки, конференции, пресс-конференции, форумы и пр);
* радио, ТВ;
* видеохостинги типа YouTube;
* иностранные сайты;
* ньюсмейкеры;
* собственные корреспонденты и очевидцы событий, обратившиеся в редкацию.

Доступность информации определяет ценность, достоверность и качество этой информации. Тем самым она определяет и эффективность информации как производительного фактора развития общества. Особенно существенна роль доступности информации для трансформирующейся и развивающейся системы СМИ.

Также доступность информации в сфере научно-аналитической,

программной и прочей интеллектуальной деятельности, во многом определяют прозрачность региональной финансовой, законодательной и программной информации.

Существенную роль играет и доступность научно-аналитической информации международных институтов.

В последние годы доступность информации на сайтах министерств Правительства РФ значительно выросла. Правда в некоторых случаях сайты заполняются несущественными новостями и прочей второстепенной информацией.

Доступность информации в конечном итоге определяет эффективность государства, как такового, а также развитость и активность гражданского общества, без которого создание эффективной инновационной системы как и эффективного государства, маловероятно.

Первое объяснение информации как новости, сообщения, своеобразного газетного жанра, с помощью которого человек получает различного рода сведения, дали журналисты и филологи в 20—30-е гг. XX столетия.

Информация может считаться новостью, если отвечает следующим существующим объективным критериям:

* событие произошло только что;
* событие необычно, уникально;
* произошло поблизости;
* вызывает общественный интерес (интерес читателей данного издания);
* полезно читателям
* касается важных персон;
* имеет значительные последствия;
* содержит конфликт;
* информация достоверна.

Чем большему количеству критериев удовлетворяет информация, тем более она важная. Для большинства изданий наиболее ценны новости о реальных событиях: происшествиях, катастрофах, важных юридических процессах, заявлениях первых лиц государства. Менее важны новости из разряда «говорильни», в основе которых лежат заявления средней руки политиков и чиновников, не подкреплённые какими-либо реальными действиями.

Ценной информацией также не является пустые информационные сообщения, в которых сообщается о каких-либо состоявшихся мероприятиях

[см. 1].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что доступная информация, считается журналистским материалом только в том случае, если соответствует определённым критериям отбора. В условиях информационного избытка журналистский текст часто бывает «пустым».

1. Анализ критериев качества и доступности журналистской информации
	1. Опрос «Качество доступных журналистских текстов»

В ходе данного исследования был проведён следующий эксперимент. Был произведён социальный опрос, в ходе которого участникам были заданы следующие вопросы по теме « Качество доступных журналистских текстов»:

1. Какие СМИ Вы предпочитаете - электронные или печатные?
2. Что на Ваш взгляд надёжнее: интернет ресурсы или печатные издания?
3. Насколько по Вашему мнению правдива информация, полученная в интернете?
4. Какие СМИ Вы предпочитаете?
5. Как Вы относитесь к жёлтой прессе?
6. Можете привести примеры названия интернет или печатных изданий, которые считаете наиболее полезными для чтения?
7. Назовите свои критерии качества СМИ, какое издание ими обладает? Результаты опроса:
* 1 .Электронные
1. Печатные
2. Процентов на 75
3. Деловая газета, Новая газета, Lifenews, новости первого канала.

5.Отношусь нейтрально, но не читаю.

1. Lifenews
2. Честность и достоверность (никакое не обладает)
* 1. В равной мере и те и те. Электронные 50% (скорость появляющейся информации, видео с важных мероприятий), печатные 50% (приятно глазам, более тщательно обработанная информация).
1. Скорее проверенные печатные издания.
2. На 1А, по скольку любую информацию нужно проверять.
3. Печатные издания, но есть и несколько электронных журналов.

1. Не переношу эту желтизну. Но если бы её не было, мы бы не знали, что такое «плохо».
2. Печатные: "Русский репортер" "Коммерсант/ Власть/Деньги" "МК на Кубани" "АиФ юг"

Электронные: "Журналист" "краснодарские известия"

1. Все они не идеальны. Но по-моему мнению, находка года это журнал "Русский Репортер". Там есть и общение с читателями, познавательная информация, дайджест, много статей и аргументов.
* 1. Я предпочитаю печатные СМИ, так как печатная журналистика в настоящее время можно сказать вымирает.

дна

1. На мой взгляд печатные издания надежнее, потому что все газеты сохраняются в архивах.
2. Информация, которую мы извлекаем в интернете соответствует правде, по моему мнению, в соотношении 50% на 50%.

ткин

1. Я предпочитаю Российскую газету, Новую газету Кубани, газета Завтра, а также Литературную газета, Новую газету, Огонёк, Собеседник, Современник.

пкин

1. К желтой прессе отношусь отрицательно, но считаю, что для общего осведомления стоит иногда пробегать взглядом.
2. Наиболее полезными я считаю печатные СМИ - это прежде всего Новая газета, Литературная газета, Российская газета, из региональных Новая газета Кубани и газета Завтра.
* 1. Я предпочитаю электронные СМИ, потому как это очень удобно, быстро и просто. В наш век высоких технологий, печатные издания постепенно уходят в прошлое. И их с огромной силой вытесняет

электронная эра. И сейчас, конечно, надёжнее будут Интернет- ресурсы.

1. Информации в интернете очень много, и те крупицы истины что существуют - просто утопают в море лишней и ненужной, а иногда и лживой информацию
2. Я предпочитаю новости, по телевидению, радио, всевозможные приложения.
3. Жёлтая пресса создана для того, чтобы делать громкие заявления из ничего. Моё отношение к ней - негативное
4. Наверное, это новости по 1 каналу, печатные издания, конечно, по месту своего существования, это "Кисловодская газета".
5. В первую очередь, Я считаю, что прежде чем выпускать новость, нужно убедиться в её правдивости, без прекрас и недоговорок. Минимум воды. Только сухие факты.
6. К сожалению, назвать такие - затрудняюсь.

По данным опроса можно следующую диаграмму [см. влож. 3]

Можно отметить, что большинство опрощенных предпочитает интернет - ресурсы из-за удобства их использования. Однако качество интернет - информации подвергается сомнению.

Заключение

В ходе данного исследования были сделаны следующие выводы:

* средства массовой информации играли важную роль в развитии коммуникаций на протяжении всей истории России. На сегодняшний день они имеют более расширенный спектр влияния на общество благодаря развитию сетевой журналистики.
* черты журналисткой информации, характеризующей её как массовое явление: направленность на массу, соответствие нуждам этой массы, стремление к созданию единой позиции массы, доступность информации для массы, возможность одновременного получения массовой аудиторией информации.
* журналистский текст можно считать самым проверенным источником информации и, кроме того, обладающим исторически сложившейся системой жанров.
* на данный момент СМИ функционирует в условиях избытка информации. Этот избыток порождён самим дефицитом качественной информации.
* доступная информация, считается журналистским материалом только в том случае, если соответствует определённым критериям отбора. В условиях информационного избытка журналистское сообщение часто бывает «пустым».
* Можно отметить, что большинство опрощенных предпочитает интернет - ресурсы из-за удобства их использования. Однако качество интернет - информации подвергается сомнению.

Список использованных источников

1. Борецкий Р. Телевидение на перепутье. - М., 1998.
2. Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. - М., 2000
3. Еляков А. Д. Дефицит и избыток информации в современном социуме // Наука. - 2010. - №6.
4. Ким М.Н. Новостная журналистика. Базовый курс. - М.: Изд-во В.А. Михайлова, 2005. - 352 с.
5. Ким М. Н. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. - СПб., 2011
6. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации: Учеб. пособие. — Ульяновск, 2000

»ина

пкин

зпкин

1. Корчагин Ю.А. Интернет-доступность информации, мониторинг, обратная связь и эффективность экономики РФ. / Информационные процессы и технологии в обществе и экономике / Под ред. профессора Ю.А. Корчагина. - Воронеж: РНЦИЭ, 2006. - 84 с.
2. Пронин Е.И. Открытое общество и закрытая журналистика // Информационное общество. - М., 1997. — №4-6.
3. Прохоров, Е.В. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров. - М.: Аспект Пресс, 2011
4. Смирнова О.В. Основные источники информации в сети Интернет. -

М., 1999 Н

1. Стариков, А. Г. Масс-медиа современной России: учеб. пособие / А.Г. Стариков. — Ростов н/Д.: Феникс, 2013. — 250 с.
2. Стровский, Д. Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учеб. пособие / Д.Л. Стровский. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 359 с.
3. 1600-1639, М., 1972; “Вести-Куранты”. 1642-1644, М., 1976; “Вести- Куранты”. 1645-1648, М., 1980.

1. История развития СМИ: [Электрон. Ресурс.]: UNews Новости. - Волгоград, 2014. - Режим доступа: WWW. URL: <http://unovosti.tv/article/historv> of media
2. РИА новости: [Электрон.Ресурс.]: <http://ria.ru/societv/20130320/928171569.html>
* ~ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

л^а-зоиятельное учреждение высшего

Вложения Вложние 1.

1) Новости. Новые стандарты дошкольного образования в пилотом режиме начнут действовать в России с сентября 2013 года, сообщила в среду на заседании коллегии Минобрнауки РФ заместитель председателя правительства РФ Ольга Голодец."Уже стандарты дошкольного образования на выходе, и с сентября запустим их в пилотном режиме. В прошлом году родилось на 104 тысячи детей больше, чем в 2011 году, — вскоре это станет серьезным вызовом для нашего образования", — сказала Голодец. Около 5 миллионов

[а

детей сейчас воспитывается в России в дошкольных учреждениях.

Стандарт включает в себя требования: к структуре основных образовательных программ, к условиям их реализации, в том числе кадровым, финансовым, материально-техническим и иным, а также результатам освоения основных образовательных программ. Стандарт

ш

дошкольного образования, в отличие от других, не является основой для оценки деятельности и подготовки обучающихся. Также его освоение не сопровождается проведением промежуточных аттестаций и итоговой аттестации, отмечают в министерстве.

^«ооппятеньное учреждение высшо

Вложение 2.

Качество и доступность журналистских текстов

* Доступ к интернет-источникам

их

* Доступ и печатным изданиям
* Достоверность интернет- ресурсов
* Достоверность печатных ресурсов

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра публицистики и журналистского мастерства

1И

Курсовая работа

Критерии качества и доступности журналисткой информации

Окот

К.А. Шкорина

Г. Coi

(подпись дата)

Факультет журналистики, 1 курс ЗФО Направление 42.03.02 Журналистика

Работу выполнила\_

Научный руководитель канд. филол. наук проф.

(подпись, дата)

Нормоконтролёр канд. Филол. наук проф.

Краснодар 2016

(подпись, дата)

I.T.COI

П.Т. Сопкин

П.Т.Сопкин

I