

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет романо-германской филологии**  
**Кафедра новогреческой филологии**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННЫХ ГРЕЧЕСКИХ СМИ**

Работу выполнил (а) \_\_\_\_\_ А.О. Жицкая

Направление подготовки 45.03.01 Филология 2 курс

Направленность (профиль) Зарубежная филология

Научный руководитель  
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_ Э. М. Гукасова

Нормоконтролер  
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_ Э.К. Токарь

Краснодар  
2021

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	3
1 СМИ как объект лингвистики .....	5
1.1 Возникновение и развитие средств массовой информации .....	6
1.2 Виды СМИ .....	7
1.3 Инфраструктура СМИ .....	9
2 Система СМИ Греции .....	11
2.1 Типология печатных СМИ .....	12
2.2 Типология телевидения .....	14
2.3 Типология радио .....	15
3 Печатные греческие издания и телерадиовещательные каналы .....	17
3.1 Газеты .....	17
3.2 Телевидение .....	19
3.3 Радио .....	21
Заключение .....	22
Список использованных источников .....	24

## ВВЕДЕНИЕ

Темой данной курсовой работы является характеристика современных средств массовой информации в Греции.

Актуальность изучения данной темы заключается в том, что средства массовой информации занимают большую часть в жизни каждого человека, благодаря которым он узнает о происходящем в нашем мире. В связи с этим некоторые источники направлены на убеждение и выстраивание определенной позиции среди читателей и слушателей. Также СМИ формируют представление об окружающем мире. Нам важно узнать, что преподносят греческие СМИ, как они влияют на формирование определенного образа жизни и мышления греков.

Объектом исследования в данной работе являются греческие журналы и газеты.

Предметом исследования послужили статьи журналов и газет, предоставленные в электронном формате.

Цель исследования заключается в изучении и описании характеристики современных греческих СМИ.

Цель исследования обусловила необходимость постановки следующих конкретных задач:

- дать определение понятию «СМИ»;
- рассмотреть виды СМИ;
- описать систему СМИ в Греции;
- представить типологию современных греческих СМИ;
- охарактеризовать печатные греческие издания, телерадиовещательные каналы.

В работе были использованы следующие методы: системный метод, исторический метод, описательный метод, аналогия, а также приём построения классификации.

Материалом исследования послужили статьи журналов и газет, представленные на электронных сайтах интернета, а также тексты статей, извлеченные из греческих публицистических изданий.

Методологической основой данного курсового проекта являются труды лингвистов: Корнилов И.С., Здобников Д.И., Тендит К.Н., Иваньков А.В., Прутцков Г.В, Тощенко Ж.Т., Коханова Л.А., Конюкова М.

Практическая значимость курсовой работы заключается в том, что материалы исследования могут быть применены в учебных курсах по межкультурной коммуникации, лингвострановедению и переводоведению.

Курсовая работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

В разделе 1 дается определение понятия «СМИ», история возникновения и развитие, виды и инфраструктура.

В разделе 2 представлена система СМИ в Греции, а также типология печатных СМИ, телевидения и радио.

В разделе 3 охарактеризованы печатные греческие издания, телерадиовещательные каналы.

## **1 Средства массовой информации как объект лингвистики**

Средства Массовой Информации — один из главных способов получения важных или интересующих нас вестей. Под «СМИ» подразумеваются социальные институты, которые обеспечивают сбор и обработку информации, чтобы далее вывести ее в массы.

Рассмотрим подробнее понятие «СМИ». Средства Массовой Информации — это целый комплекс, который обеспечивает передачу и массовую рассылку словесной, образной и музыкальной информации [22]. С течением времени рассмотрение масс-медия как «информирующее» ушло в прошлое и сейчас оно приобретает «формирующую» и «развлекающую» функцию, что также приводит к обратной связи от читателей и слушателей.

Под «формирующей» функцией подразумевается пропаганда журналистикой определенных ценностей, в том числе и культурных, воспитывать людей по общемировым образцам.

Под «развлекающей», естественно, понимается развлекательный контент, то есть интересные программы, факты о ком-либо или чём-либо, спорт, музыка. Данная функция направлена на восстановление сил человека после тяжелого рабочего дня, поднятие настроения и преподнесение мотивации и успокоения.

Согласно Е. Прохорову, посредством журналистики общество устанавливает контакт с окружающей действительностью. СМИ должны учитывать информационные предпочтения и запросы аудитории, тут и возникает характер «обратной связи» [4].

## **1.1 История возникновения и развитие средств массовой информации**

Передача и распространение информации стали возможными после появления газет. Первым, кто осознал важность распространения важных сведений в обществе, стал Юлий Цезарь. Помимо рукописных газет существовали так называемые «альбумусы» — это информационные стены, которые были окрашены известкой и делились на прямоугольники, тексты писались углем. В них была информация о политике и торговле, а также разделы с анекдотами и частными объявлениями.

Юлий Цезарь расширил выпуск «Acta diurna populi Romani» и она стала выпускаться в массы. В ней, наряду с указами императора и новостями из Сената, публиковались цены на продовольствие, факты и сведения о жизни знаменитых людей, а также итоги гладиаторских боёв.

В Китае в 911 году появилась первая печатная бумажная газета «Столичный вестник». В ней, помимо императорских указов, находились философские и религиозные высказывания, а также публикации, влиявшие на сознание общества.

В 1703 году появилась первая массовая российская газета «Ведомостям быть!». Её цель заключалась в информировании о военных делах, которые должны объявляться людям. В 1728 году создается еще одна газета «Санкт-Петербургские ведомости». Ведущее место занимала правительственная информация, а также новости и коммерческие сведения.

Само название «газета» начинает свое распространение в 1631 году во Франции. Появление «Le Gazette» предложил кардинал

Ришелье и в первую очередь он видел в ней средство борьбы с теми, кто был против абсолютизма [3].

Таким образом, газета — это новая форма общения, на базе которой возникли средства массовой коммуникации. Благодаря ей появилась возможность распространять духовные ценности и воздействовать на общественное мнение.

## 1.2 Виды СМИ

К средствам массовой информации относятся:

- печатная пресса, т.е. газета, журнал;
- аудиовизуальные СМИ, т.е. Интернет, радио, телевидение;
- информационные службы, т.е. журналистские сообщества, телеграфные агентства, PR-агентства.

Печатная пресса занимает особое место в системе СМИ, т.к. информация фиксируется на бумажном носителе. Она доносит информацию в форме печатного текста при помощи иллюстраций: рисунки, фотографии, схемы и графики, которые легко воспринимаются читателем без каких-либо специальных средств. А чтобы получить теле- или радио- информацию необходимы радиоприёмники, телевизоры, компьютеры и магнитофоны.

По времени появления следующим средством информации стало радиовещание. Носителем информации является звук. Это позволяет доносить информацию мгновенно в разные части мира, что обеспечивает оперативность получения сообщения.

В процессе совершенствования передающей и принимающей аппаратуры стало возможно внедрение различных звуков: шум, музыка. Они способствовали обогащению восприятия и эффектности информации.

В 30-е годы XX века появились первые телевизионные передачи, которые к 60-м годам стали распространяться уже по всей Европе.

Становились популярными за счет зрелищности и событийности. Телевидение совместило в себе несколько аспектов, совместив кино (развлекательный, изобразительный и кинематографический характер) и радио (информационный характер).

Как на радио, так и на телевидении возможна оперативная съемка и трансляция с места событий или из студии. Звукоряд и видеоряд обеспечили более прочную связь аудитории и информационных каналов.

Если печатные СМИ предназначены для индивидуального восприятия информации, то телевидение и радиовещание направлено не только лично к каждому слушателю или зрителю, но и на большую аудиторию, например, в кругу семьи, коллектива, друзей.

Пресса, радио и телевидение формируют совокупность средств массовой информации. Каждое имеет свои особенности передачи информации. Если говорить об общих чертах, то главная из них - способность оперативного донесения информации в массы.

Говоря о средствах массовой информации, нельзя не упомянуть главный источник информации в наши дни - Интернет. Он получил быстрое развитие и широкое распространение. Интернет объединяет в себе все вышеперечисленные характеристики: быстрая передача информации и получение, развлекательный и информационный характер. Т.е. Интернет вбирает в себя все источники СМИ: радио, газеты, телевидение. Поэтому это самый популярный источник, который вне зависимости от времени всегда с собой [5].

Если газету нужно покупать, а определенную радио- или телепередачу можно послушать или посмотреть в назначенное время, то при помощи Интернета это можно сделать в удобное время суток и в любом месте с компьютера, планшета, телефона. Можно найти интересующую информацию на другом языке и это удивительно.

Таким образом, телевидение направлено в первую очередь на получение развлекательной программы, в то время как радио направлено на

удовлетворение стремлений человека получить не только череду интересных программ, с помощью которых можно весело провести время, но и информационные вести, новости. Аудитория настроена на получение свежей информации разного характера: информационной, познавательной, развлекательной, обучающей.

В наше время средства массовой информации выступают самым сильным инструментом для формирования социального пространства в современном обществе, с помощью которого можно влиять на общество в целом и на каждого человека по отдельности.

### **1.3 Инфраструктура СМИ**

Как известно, инфраструктура (от лат. Infra- под, ниже + структура)-система жизнеобеспечения журналистики. Для нормального функционирования средств массовой информации необходимо существование инфраструктуры [2].

Е. Прохоров предлагает деление инфраструктуры на информационную и техническую.

В информационные службы входят агентства: информационные, рекламные и PR; пресс-службы.

К технической части относятся центры телевидения и радио, предприятия полиграфии, связи, торговли и распространения прессы.

Ближе всего к средствам массовой информации находятся информационные агентства, которые выходят не напрямую к читателям, зрителям или слушателям, а через посредников: печатных и аудиовизуальных СМИ. Между прочим, агентства возникли раньше газет и в «допечатный период» сбором информации занимались именно такие службы. А спустя время из работников этих служб образовывались штабы первых изданий, как во французской газете «Gasette».

Информационные службы начали распространяться в 19 веке, когда стало понятно, что газетчикам сложно добывать информацию своими силами, особенно для ежедневных газет с зарубежными новостями. Поэтому службы помогали таким образом решать проблему, используя телеграф для поставки одинаковых сообщений в разные средства массовой информации.

По мере развития журналистики рос и авторитет некоторых агентств. Стали появляться развернутые сообщения и комментарии, фотографии и даже эксклюзивная информация, которая была подготовлена исключительно по пред заказу редакции и только для нее.

В наши дни в инфраструктуре СМИ существуют, в первую очередь, универсальные агентства, которые собирают и обрабатывают полученную информацию по различным темам; специализированные агентства, распространяющиеся по тематике (экономика, политика, музыка и т.п.), по способу распространения (радио, телевидение, Интернет, газеты).

Пресс-центры создаются при различных общественных организациях. Могут существовать не только на постоянной, но и на временной основе, т.е. на время каких-либо мероприятий: спортивных, музыкальных и т.п. Пресс-центры заняты выпуском пресс-релизов, сбором и подготовкой информации.

PR-службы имеют схожие с пресс-центрами функции, однако, помимо этого, они создают имидж предприятия, организуют встречи, широко используют плакаты и листовки для привлечения общественного внимания.

Рекламные агентства в свою очередь подготавливают рекламу и ее размещение на площадках. Они занимают посредническое место между рекламодателем и СМИ.

Техническую часть составляют предприятия полиграфии, центры телевидения и радио [4].

## 2 Система СМИ Греции

Система СМИ формируется до сих пор на протяжении нескольких веков. Журналистика меняется с учетом не только прогресса технической составляющей, но и предпочтений, социально-экономической жизни аудитории.

В настоящее время система считается сформировавшейся, если:

1. любой человек может найти именно ту информацию, которую запрашивает, и она будет отвечать всем требованиям.
2. используются все доступные типы СМИ: радио, телевидение, газеты.

Если соблюдаются эти параметры, то органы СМИ, состоящие в одной информационной нише, могут как заручиться поддержкой друг друга, так и иметь жесткую конкуренцию.

Вся совокупности СМИ разделяется на типы. Ниже нами будет приведена типология греческих газет, радио и телевидения. Типология помогает понять место того или иного издания в системе СМИ, его конкурентоспособность, насколько оптимально оно реализует информационную политику.

Основными признаками типологии греческих средств массовой информации является интерес аудитории, жанровая направленность, периодичность выпуска и время выхода.

Интерес аудитории выявляется в возрастной категории; в месте проживания, т.е. издания могут быть международные, межрегиональные, местные; в групповой категории, например, профессиональные издания, для верующих, детские и т.п.

Жанровая направленность может быть публицистической, развлекательной, научной, информационной, художественной.

Периодичность: ежедневная, еженедельная, ежемесячная и т.д.

По времени выпуска: утренняя, дневная, вечерняя, ночная. Стоит отметить, что это зависит от типа массовой информации, потому что газеты

бывают утренние и вечерние, а радио и телевидение может транслировать программы с утра до ночи [7].

Однако, сейчас газетам все сложнее и сложнее выдерживать конкуренцию с радио и телевидением. Также с появлением Интернета, всё больше людей ищут информацию в сети. Те же газеты, радио- и телепередачи можно найти на просторах Интернета, поэтому печать действительно уступает позиции.

## **2.1 Типология печатных СМИ**

Система печатных СМИ отражает национальные особенности и политические взгляды издателей, которые влияют на содержание материалов. Среди таких газет и журналов есть консервативные, которые поддерживают правую партию «Новая демократия» и социалистические, в статьях которых выявляется позиция левой партии ПАСОК.

Поэтому ежедневные греческие газеты можно разделить на две группы: издания правого направления – «Καθημερινή»-«Ежедневная», «Ελεύθερος Τύπος»-«Свободная печать»; издания левого направления - «Τα Νέα»-«Новости», «Εθνος»-«Народ», «Ελευθεροτυπία»-«Свободная пресса».

Стоит отметить, что не все греческие издания афишируют о своих политических взглядах и стараются просто публиковать свежие новости и освещать проблемы общества.

Греческая пресса старается внедрять западную модель развития, но также обладает национальным своеобразием, что отражается в характере издаваемых газет.

По периодике выпуска греческие газеты делятся на ежедневные (которые в свою очередь также разделяются на утренние и вечерние) и воскресные.

В Греции выпускается 22 общенациональные воскресные газеты. До начала экономического кризиса они имели хорошую репутацию среди

читателей. Самые популярные среди них «Πρώτο Θέμα» («Первая тема») и «Real News» [8].

Важно отметить, что национальная афинская еженедельная пресса является одной из главных в формировании общественного мнения и распространяется по всей Греции. Самая распространенная газета была указана нами ранее- «Τα Νέα».

Важным фактором распространения любой прессы является аудитория. От нее зависит популярность и выпуск тиража. Получается, пресса разделяется на бульварную, смешанную (иными словами, качественно-массовую) и качественную.

Наиболее популярны качественная и массовая, так как содержит в себе политическую тематику и является основой тиражирования. Никто в Греции не спутает «Καθημερινή» и «Ελευθεροτυπία», потому что первая придерживается социал-демократической концепции, а вторая позиционируется органом правой партии, которые оказывают большое влияние на массы людей, читающие их статьи.

Во второй половине 19 века вышла первая еженедельная газета «Εφημερίς» - «Газета», которая возникла из-за появления у народа потребности в получении свежей информации о происходящем в мире.

Увеличение роста населения и экономического развития Афин привело к созданию целой системы распространения газет: начали появляться киоски, располагавшиеся недалеко от издательств; создавалось всё больше информационных агентств повсеместно. Они могли находиться не только на территории Афин, но и по всей стране, и за рубежом.

Кампания «Άργος» была основана в конце 20 века и по сей день является самой большой фирмой, распространяющей печать в Греции.

Исходя из вышесказанного, можно прийти к выводу, что большинство газет рассчитаны на пропаганду политических партий, так как оказывают значительное влияние на политическую составляющую изданий. В связи с этим недоверие читателей к прессе растет. За счет массовости издатели

пытаются подняться в рейтинге, однако люди считают, что информация, которую им подают издательства, достаточно поверхностная и неполная [8].

## **2.2 Типология телевидения**

Телевизионное вещание в Греции началось во второй половине 20 века и тогда существовало две крупные компании «YENER» («Υπηρεσία Ενημερωσέως Ένοπλων Δυνάμεων»-«Информационная служба вооруженных сил» и «ERT» («Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση»-«Греческое радио и телевидение»). Когда в 80-х годах обе компании стали одной, время вещания увеличилось в два раза.

В 80-х также стали появляться коммерческие телекомпании Греции «TV Plus», «TV 100». Они транслировали международные каналы, которые крутили программы круглосуточно. Также такие каналы предлагали за дополнительную плату огромное количество американских фильмов без рекламы.

Принятый в 80-х годах закон о легализации частных компаний телерадиовещания, позволил хорошо развиваться греческому телевидению. Стали появляться музыкальные и развлекательные каналы, такие как «Seven-X», «902 TV». Конечно, оставались и национальные телеканалы, такие как «ET-1», который вещал о спорте и новостях, и «ET-3», который транслировал передачи о жизни Северной Греции.

В 90-х чаще стали показывать американские телепередачи, так как были проданы некоторая часть акций. Появился канал «Alter-5», который был предназначен больше для молодежи. Развлекательный канал «Seven» изменил свою тематику и начал транслировать новости. Начали появляться аналоги американским музыкальным круглосуточным каналам типа «MTV», благодаря которому многие каналы нашли свой концепт.

Во время кризиса многие каналы предпочли запускать новостные и информационные передачи, шло много зарубежных мелодрам вместо

греческих, а детских программ вовсе не было. Большую популярность начали набирать реалити-шоу и телевизионные игры. Однако после разрешения кризисной проблемы и смены правительства, телевидение окрепло и стало развиваться в лучшую сторону [6].

### 2.3 Типология радио

Развитие греческого радиовещания начинается в начале 20-го века, когда «Общество друзей радио» взяло на себя духовное развитие греков.

И вот, через несколько лет в Салониках прошла международная выставка, на которой начала свое радиовещание первая в Балканах волна «Радио Цигириди». Хотя Г. Цигиридис и пытался добиться разрешения на постоянное радиовещание, власти не хотели иметь, не то, что радио, но даже частную радиостанцию.

Греки не признавали радио и, когда Цигиридис убеждал руководителей выставки поставить передатчик, ему отказывали. Цигиридис решил объяснить людям в чем преимущества радио и на выставке 1926 года были представлены мегафоны, которые крутили зарубежные радиостанции и музыку с пластинок.

Данная вещь заинтересовала в первую очередь политиков, ведь они могли теперь агитировать свою кампанию. Это послужило созданию первой радиостанции в Греции.

Через несколько лет Цигиридис вновь попытал удачу и на этот раз ему дали разрешение на установку радиостанции на выставках, на входе и выходе которых были приемники-мегафоны (иначе говоря, «Говоритель»).

Радиовещание было в новинку грекам и потребовалось немало усилий, чтобы они поняли пользу и удобство данного аппарата. Сложность заключалась также и в словах передатчик, радио и т.п., однако слово «мегафон» происходит от древнегреческих μέγαλη — великий и η φωνή —

голос. Поэтому было решено оставить в употреблении слова мегафон и говоритель [6].

Главной причиной разрешения властей на установку радиостанции была не только агитация политических взглядов, но и тот факт, что многие греки были безграмотные и не умели читать.

Так, в 1926 году в Салониках была создана экспериментальная радиостанция и передавалась более двадцати лет с различными передачами. После многочисленных сделок во время публичного тендера, была открыта национальная радиостанция в 1938 году в Афинах.

К концу 70-х годов создавались многочисленные нелегальные радиостанции, которые имели много разных передач, но по большей части ставили под сомнение монополию радио Греции.

В конце 20-го века были приняты некоторые законодательные проекты, которые должны были модернизировать средства массовой информации и создать рамки для создания частной радиостанции. Это случилось из-за того, что в 1973 году группа студентов из политехнического института восстала против того режима, который существовал на тот момент, и создала радиостанцию, по которой передавали свои послания людям.

На сегодняшний день национальный комитет телевидения и радиовещания занимается распределением радиочастот, чтобы предотвратить подобные «восстания» [9].

### 3 Печатные греческие издания, телерадиовещательные каналы

#### 3.1 Газеты

Печатные издания представлены широким набором в Греции. Несмотря на то, что телевидение почти полностью отгородило публику от напечатанных СМИ, многие газеты и журналы продолжают свое существование.

Нами были проделано исследование и были найдены на просторах Интернета некоторые печатные издания. Некоторые из них мы бы хотели раскрыть лучшее: «Η Καθημερινή», «Τα Νέα», «Πρώτο Θέμα», «Real News», «Downtown».

«Η Καθημερινή» — это ежедневная газета, основанная далеко в 1919 году. Издается в Афинах не только на греческом, но и на английском, а в 2008 году такая же газета с редакцией Кипра. Данная газета достаточно консервативная и авторитетная. В ней содержится много информации, касающейся новостей, политики, спорте, внутренних делах страны и нововведениях в Греции. С уверенностью можно сказать, что данная газета буквально обо всем. Можно провести аналогию со многими российскими газетами. Одна из таких «Российская газета», содержание которой соответствует греческой.

Так, в разделе «Мир» темами для обсуждения выносятся глобальные проблемы со всей планеты. Например, статья от 06.06.2021 повествует о том, что в Великобритании хотят ввести повторную вакцинацию от Коронавируса для повышения иммунитета [10].

«Τα Νέα» также является ежедневной газетой, но отличием от предыдущей является вышеуказанный факт: они поддерживают разные политические партии, однако, схожи содержанием. Раньше данная газета называлась «Афинские новости», но свое нынешнее название приобрела в 1945 году. Традиционная газета, которая в конце 20 века активно

поддерживала левоцентристскую партию «ПАСОК» (социалистическая партия Греции).

В общем разделе «Главные новости» находятся свежие статьи за последние несколько часов. Например, 06.06.2021 была опубликована статья, которая содержит информацию о мужчине-убийце, который был очень приятным на вид и любил своего домашнего питомца, везде рассказывая о нем. Но внешность обманчива и речь идет о двойном убийстве и самоубийстве. Поссорившись с хозяйкой дома, мужчина убил её и заодно человека, который пытался ее защитить. Не выдержав того, что убийца натворил-решил покончить жизнь самоубийством [11].

«Прώτο Θέμα» - воскресная еженедельная греческая газета. Раньше газета часто критиковалась за то, что поддерживала партию «Новая демократия» и, возможно, финансировалась. «Прώτο Θέμα» — это газета не только о жизни внутри страны, но и за ее пределами. Подводит итоги недели и рассказывает главные новости со всего мира. Также много информации о спорте, политике, расследованиях и интригах.

Что касается расследований, то 06.06.2021 вышла статья о курении по всему миру во время пандемии. Люди стали больше курить, особенно те, кто когда-то бросал эту привычку. По проведенному опросу стало ясно, что большинство курильщиков - это молодые люди 16-24 лет. Пульмонолог Михаил Тумпис предлагает людям изменить образ своей жизни и подход к окружающим вещам, так как курящий человек намного злее, чем тот, кто ведет здоровый образ жизни [12].

«Real News» одна из немногих газет, которая не финансируется со стороны правительства, рекламных агентств-спамщиков. Она существует за счет пожертвований читателей и фондов. Газета представляет собой совокупность различных новостей, которые встречаются и в других газетах, а также часто берет интервью у экспертов и знаменитостей со всего мира, не выезжая за пределы страны посредством связи через Интернет. Например, в разделе «политика», статья от 05.06.2021 содержит информацию о том, что

вскоре туризм в Греции вновь откроется. Однако стоит упомянуть о мерах безопасности при пандемии и для Греции в этом вопросе авторитетом служит Франция. Мари Даскаландонаки, гендиректор компании «Grecotel Hotel», отметила, что хоть сезон будет не такой большой как обычно, стоит ограничить доступ в передвижении, т.к. вирус всё ещё распространяется [13].

Современный греческий журнал «Downtown» включает в себя много интересных новостей. В нем мало информации о политике, зато очень много информирующего и развлекательного контента, разбитого на сайте по заголовкам, поэтому можно легко найти то, что нам хочется узнать: различные интервью с известными личностями, итоги «Евровидения», какие туфли сейчас модные в Греции и какие соотечественники ходят по подиуму других стран. Нам также понравился раздел, касающийся личной жизни людей: отношения, скандалы и интриги, советы о том, как сохранить любовь, личная жизнь актеров и телеведущих и как они отправляют друг друга по судам, а также как приготовить вкусное суфле. Данный журнал ведет социальные сети и довольно популярен у молодежи [14].

### **3.2 Телевидение**

Как показало наше исследование, в настоящее время греческое телевидение очень разнообразно. Возросла популярность спутникового телевидения, но некоторые государственные и национальные телеканалы остаются популярными по сей день.

Наиболее значимыми и популярными среди граждан являются такие греческие телеканалы, как «Mega TV», «ANT-1», «ERT-1», «Alpha TV», «Star TV».

«Mega TV» вещает с 1989 года. В основном присутствуют развлекательные передачи, такие как ток-шоу, телесериалы, а также новости. Транслируются популярные, заимствованные у Америки, передачи

по типу «Мастер Шеф». Канал распространен не только в Греции, но и в странах Азии и Африки [15].

«ANT-1» стал популярным с 2005 года, на котором также транслируются популярные заимствованные передачи типа «Голос», «Танцы со звездами», «Минута славы» и т.п. [16].

«ERT-1» - первый из национальных телеканалов, вбирающий в себя новостной и развлекательный контент, и работающий с 1966 года. В эфире показывает не только новости, но и спортивные мероприятия, такие как «Кубок УЕФА» по футболу, «Евролига», а также популярное во всем мире «Евровидение» [17].

«Alpha TV» больше распространен у зрителей старшего поколения. Эфирное время занимают греческие сериалы, развлекательные программы, «Формула-1», а также новости [18].

«Star TV» - развлекательный канал, включающий в себя скандальные передачи. Его можно сравнить с российским каналом «ТНТ» и программой «Дом-2». Помимо этого, присутствуют передачи о моде, бизнесе и знаменитостях. [19]

Телевидение Греции не стоит на месте и совершенствуется с годами, старается придумывать свои телепередачи и отличаться от других стран. Так за пределы страны вышел популярный греческий сериал «Остров» 2010 года, который имел огромный успех и завоевал множество сердец [10].

Для жителей Греции, да в прочем и для любой другой страны, телевидение является неотъемлемой частью жизни. Телевидение насыщено множеством разнообразных программ, телесериалами и фильмами собственного производства, а спутниковое телевидение позволяет смотреть программы с другой точки Земли.

### 3.3 Радиовещание

Радио начало широко распространяться в 1997 году, когда было более 5 млн приемников.

Радио «Αθήνα 9.84 FM» в 1987 была первой частной радиостанцией в Греции, которая вещает по сей день и является одной из популярных до сих пор. Она охватывает разнообразный спектр тем в эфире, например, миология греческих песен, старые с середины 20 века и популярные новые. На официальном сайте радиостанции мы нашли записи эфиров, которые были записаны даже несколько лет назад. Поэтому, если слушатель пропустил какое-то интервью, он сможет его послушать в офлайн режиме. Примечательно и то, что в последнюю пятницу каждого месяца в эфир выходит мэр Афин и отвечает на вопросы граждан [20].

«ΣΚΑΪ 100.3 FM» является основной музыкальной и информационной радиостанцией Греции с большой аудиторией слушателей. Она транслирует новости, спорт, комедийные программы и культурные. Утреннее шоу ведет приглашенный известный журналист, комментирующий новости- Арис Портосальте (Αρης Πορτοσάλτε), который также пишет статьи в газету «Η Καθημερινή» [21].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена исследованию характеристик современных греческих СМИ.

В первом разделе нами дано определение понятия «СМИ», история и развитие, а также виды СМИ.

Во втором разделе представлена типология средств массовой информации, история радио, телевидения и прессы, а также наиболее популярные каналы и газеты.

В третьем разделе нами рассмотрены примеры греческих изданий и их характеристика.

В ходе проведенного исследования нами сделаны следующие выводы: — в современном мире СМИ занимают неотъемлемую часть жизни человека. Если сто лет назад никто не думал, что радио заменит телевидение, то на сегодняшний момент телефоны и компьютеры стали заменять уже и телевидение.

— с развитием технологий росли и различные атрибуты для передачи информации. Современному человеку, чтобы узнать новости, предоставлен огромный спектр всевозможных новостных порталов: начиная с газет и заканчивая приложениями на смартфоне.

— приоритетным направлением в истории СМИ было удовлетворение коммуникативной потребности человека. С древних времен люди общались друг с другом, узнавали что-то новое, а затем передавали ее другим людям, что является актуальным в настоящее время.

— основные аудиовизуальные СМИ Греции находятся в управлении небольшого количества медиа концернов, которые в первую очередь хотят получить прибыль за счет программ и рекламы.

— в условиях экономического кризиса почти все национальные каналы готовы были отказаться от качественного уровня передачи информации и подстраивались под аудиторию и ее вкусы, делали ставки на низкосортные и

низко затратные реалити-шоу, которые привлекали большую часть зрителей. Компании не стремились к уникальности и были похожи друг на друга.

Обобщая вышесказанное, мы можем отметить, что за последние десятилетия СМИ Греции полностью перестроились с чисто информационных на рекламные и развлекательные. Однако на сегодняшний момент не все греческие средства информации, понимая свою социальную роль, пытаются внедрить свои экономические и политические взгляды в массы.

Поэтому в настоящее время, по нашему мнению, в средствах массовой информации Греции превалирует тенденция выстраивания новой модели взаимодействия с людьми, а именно - внедрение качественного родного, а не дешевого зарубежного контента.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Конюкова, М. Журналистика для всех / М. Конюкова. — СПб.: Азбука-Аттикус, Азбука, 2012. — 224 с. Корнилов, И. С. Проблемы межкультурного общения и межкультурных конфликтов / И. С. Корнилов, Д. И. Здобников. - Иркутск: Вестник ИрГТУ – 2013. - №3.

2 Корнилов, И. С. Проблемы межкультурного общения и межкультурных конфликтов / И. С. Корнилов, Д. И. Здобников. - Иркутск: Вестник ИрГТУ – 2013. - №3.

3 Прутцков, Г. В. Введение в мировую журналистику. От античности до конца XVIII века: Учебно-методический комплект / Г. В. Прутцков; под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2012. – с 433.

4 Тендит, К. Н. Теория и практика массовой коммуникации / К. Н. Тендит, А. В. Иваньков. – Комсомольск-на-Амуре: учебное пособие – 2013. – 56 с.

5 Тощенко, Ж. Т. Политическая социология: учебник для академического бакалавриата / Ж. Т. Тощенко. -5-е изд. – М.: издательство Юрайт, 2018. – 526 с.

6 URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/audiovizualnye-smi-grecii-istorija-pravovye-i-jetiko-deontologicheskie-osnovy.html>

7 URL: <http://www.mediascope.ru>

8 URL: <https://gidvgreece.com/vsyo-o-greczii/greciya-vsyo-o-grecii-2/televidenie-grecii-telekanaly-sovremennoj-grecii.html>

9 URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Греческая-корпорация-телерадиовещания>

10 Официальное периодическое издание: Η καθημερινή. [Гр.], URL: <https://www.kathimerini.gr/> (дата обращения:06.06.2021)

11 Официальное периодическое издание: Τα Νέα. [Гр.], URL: <https://www.tanea.gr/>. (дата обращения:06.06.2021)

- 12 Официальное периодическое издание: Прότο Θέμα. [Гр.], URL: <https://www.protothema.gr/> (дата обращения:06.06.2021)
- 13 Официальное периодическое издание: Real News. [Гр.], URL: <https://www.real.gr/realnews/> (дата обращения:29.04.2021)
- 14 Официальное периодическое издание: Downtown. [Гр.], URL: <https://downtown.gr/news/> (дата обращения:29.04.2021)
- 15 Официальное периодическое издание: Mega TV. [Гр.], URL: <https://www.megatv.com/> (дата обращения:14.05.2021)
- 16 Официальное периодическое издание: ANT1. [Гр.], URL: <https://www.antenna.gr/> (дата обращения:15.05.2021)
- 17 Официальное периодическое издание: ERT Live TV. [Гр.], URL: <https://www.ertlivetv.tk/> (дата обращения:15.05.2021)
- 18 Официальное периодическое издание: Alpha TV. [Гр.], URL: <https://www.alphatv.gr/> (дата обращения:14.05.2021)
- 19 Официальное периодическое издание: TV Star. [Гр.], URL: <https://tvstar.gr/> (дата обращения:01.06.2021)
- 20 Официальное периодическое издание: Αθήνα 9,84. [Гр.], URL: <https://www.athina984.gr/> (дата обращения:29.05.2021)
- 21 Официальное периодическое издание: ΣΚΑΪ. [Гр.], URL: <https://skairadio.gr/> (дата обращения:29.05.2021)
- 22 URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения:06.06.2021)