

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/105013>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Журналистика

Введение 3

§ 1. Понятие журналистского расследования, его жанровые признаки 6

§ 2. Виды журналистского расследования 15

§ 3. История жанра журналистского расследования 19

§ 4. Журналистское расследование в изданиях разных типов 22

Выводы по первой главе 25

§ 1. Современные массовые издания России 27

и их место в системе прессы 27

§ 2. Типологические характеристики издания «Новая Газета». 33

§ 3. Место материалов характера расследования 37

в издании «Новая Газета» 37

§ 4. Жанровые особенности журналистского расследования 39

в издании «Новая Газета». 39

§ 5. Некоторые языковые особенности журналистского расследования 42

§ 6. Особенности оформления журналистского расследования 50

Выводы по второй главе 52

Приложения 60

Приложение 1 Скриншот газеты «Совершенно секретно» 60

Приложение 2 Бумажная версия журнала «Ваш тайный советник» 61

Приложение 3 Статьи, посвященные расследованию на сайте 62

Приложение 4 Рубрика «Расследование» Новой Газеты. 63

игроки, которые сейчас занимают лидирующие позиции в Рунете, появились именно тогда.

Последний активный период развития отечественных СМИ начинается с 2000-х годов и называется периодом «инвестиционного бума». Новые игроки, пришедшие в это время в виртуальные СМИ, были уже лишенными интересов в политической сфере. На этот период приходится усилия по вестернизации отечественных медиа ресурсов по типу западных порталов

Далее следует период, имеющий характерными чертами возрастание значимости ресурсов комментарийного и смешанного типа при сохранении новостного характера, т.е. то, чего прежде не было. На текущий период развития виртуальных СМИ приходится уже довольно широкая палитра жанров, для которой характерно :

- 1) смешение и трансформация жанров;
- 2) появление новых форм подачи материала;
- 3) превалирование жанров информационно-аналитической направленности;
- 4) относительно небольшое количество художественно-публицистических жанров;
- 5) популярность жанров, позволяющих выражать авторскую позицию;
- 6) развитие жанров современных отечественных массмедиа, происходит под влиянием западных форм журналистики.

При этом свою специфику накладывает и характер восприятия информации посредством виртуального ресурса.

По мнению ученого Е. Горошко, характер гиперссылки и характер прочтения текста влияют как на цели, так и на форму жанров.

Если текст читается линейно, то различий между традиционными печатными публикациями и публикациями онлайн- минимальны. Однако при нелинейном прочтении текста, когда читатель переходит от одной ссылки к другой, а затем снова возвращается в исходный текст, происходит полижанровость

гипертекста. Т.е. получаем гипертекст, в сети имеющий полижанровость.

Таким образом, не только характер издания, но и его технологические особенности определяют специфику представленных на них медиажанров. Относительно недавно в российском информационном пространстве получил распространение такой новый жанр как Rapinfo– новости в речитативе и, к примеру, на сайте ria.ru можно послушать в режиме реального времени новости в жанре рэп по таким областям, как политика, экономика, спорт, культура, общество и т.д. .

В то же время, можно сказать, что по типологии жанров интернет – журналистика от печатной отличается не слишком сильно. Если не учитывать те технические возможности, которые предлагает интернет-журналистика, то классификация и факторы, образующие жанр, в онлайн журналистике будут сохранены.

При этом важно отметить такой феномен, как массмедийный дискурс.

Термин «информация на сегодняшний день воспринимается как «цифровой поток» или «цифровая среда» .

С появлением интернета и в особенности социальных сетей реального времени появляется еще более мощная альтернатива, которую можно описать как возникновение информационных потоков по желанию потребителя .

На рис.3 показана структура медиапотребления в период 1900–2020 как ее видят

Рисунок 3. Структура медиапотребления 1900–2020 годы

Рассмотрим основные тенденции, которые наблюдаются в современных СМИ, чтобы понять, как именно будут выглядеть горизонты СМИ в обозримом будущем

Согласно тенденции развития современных СМИ таковы:

- Информацию для самоактуализации.
- Включение читателей в активную подготовку материалов
- Появление массовых мультимедиа вслед за массмедиа.
- Используется каждый возможный канал для того, чтобы донести информацию.
- Тенденция к «свертыванию» информации в связи с непомерной перегрузкой аудитории.
- Удержание рекламодателей
- возникновение «личных СМИ»

Рисунок 4 Информация для самоактуализации

Как видно на рис.4, произошло и продолжает идти смещение фокуса СМИ от удовлетворения базовых потребностей к более «развитым» потребностям.

Слушатель или читатель больше сосредоточивается на потребности к самореализации.

Отдельно хочется отметить тенденцию, которая проиллюстрирована на рис. 5 (СМИ имени меня).

Рисунок 5 СМИ имени меня. Настройка информационного поля на собственные потребности

То есть, если все началось с того, что слушатель или читатель прекратил потреблять информацию дискретно (как описывалось ранее), а стал подключаться к информационным потокам тогда, когда это было удобно ему, чем поставил себя на позицию своеобразного руководителя, а закончится тем, что аудитория превратится в узко сегментированную, а термин масс-медиа, начавший утрачивать свое главное качество «масс» совершенно выйдет из обихода.

Таким образом становится ясно, что «расширение» горизонтов СМИ подразумевает не расширение в прямом смысле, а скорее «углубление» в сторону «СМИ имени меня».

То есть, учитывая имеющиеся тенденции, для проведения запланированного исследования, рассмотрим ситуации в медиатекстах, которые позволят расширить горизонты СМИ именно в данном контексте.

Вышеприведенные тенденции, таким образом, влияют на массмедийный дискурс.

«В большинстве случаев сетевая журналистика опирается в основном на элементы, общие с другими медиа. Постепенно она выработает свой собственный голос, правила и формат подачи материалов. Обычно новому виду массовой информации для того, чтобы обрести свою форму, требуется время. Скажем, газеты в их современном виде сформировались в конце 1880-х годов, когда массовая газетная пресса просуществовала уже более пятидесяти лет. На заре телевидения передача новостей состояла в основном из чтения в эфир газетных статей. И только после широкого развития видеозаписи, телевизионные журналисты создали свои собственные, уникальные приемы подачи материалов» .

§ 2. Типологические характеристики издания «Новая Газета».

Типология — это упорядочение вещей, явлений при разделении их на разновидности согласно определенным параметрам. Применительно к прессе категория «типологии» используется при описании системы СМИ (периодических печатных изданий, программ телевидения и радиовещания) .

В теории журналистики существует диаметрально противоположные взгляды на признаки средств массовой информации. Но, несмотря на разность подходов, исследователи сходятся в том, что типологические характеристики и должны рассматриваться с нескольких позиций.

Как отмечает М.В. Шкондин, существенными признаками средств массовой информации являются: технологические (формат изданий, тираж, объем издания, периодичность, время выхода); экономические, в соответствии с которыми СМИ различаются по формам собственности; аудиторные (по особенностям различных аудиторных групп); по характеру и типу информации; по целевому назначению . Первые дискуссии о типологических признаках традиционных изданий активизировались в эпоху появления в 1999 г. ежедневной «Газеты.Ру». У исследователей возникло представление о грядущей «смерти» печатных СМИ. Однако вышедшая в сети электронная версия газеты «Московские новости» вызвала у теоретиков и практиков сомнения в превосходстве онлайн-изданий над традиционными СМИ. Сегодня бумажная пресса не конкурирует с сетевой, так как за последние десятилетия сложилась система электронных версий печатных средств массовой информации. Вместе с тем происходящие изменения отражаются на периодических изданиях, меняя их исторически сложившиеся характеристики.

На рис. 6 типологические характеристики изданий сведены в общую структуру.

Вопросы обновления традиционных СМИ поднимались за последние годы в работах многих исследователей, таких, как Я.Н.Засурский, С. М. Гуревич и др .

Интернет-СМИ рассматриваются как один из сегментов медиасистемы (системы средств массовой информации), в которую до недавнего времени входили три вида традиционных СМИ — периодическая печать, телевидение и радиовещание.

Рисунок 6. Типологические характеристики изданий

Новые медиа описаны в контексте как присущих их природе признаков, свойственных всем СМИ, так и ряда специфических признаков, выделяющих их в отдельный вид медиа.

Функционирование традиционных средств массовой информации в условиях Интернета анализируется с

разных позиций: медиаполитической системы, медиаиндустрии, системных характеристик СМИ (классификации, анализа средств массовой информации по типологическим признакам).

Применительно к «Новой Газете» следует отметить, что к технологическим характеристикам издания относятся следующие:

– Периодичность выхода — три раза в неделю (понедельник, среда, пятница);

– Тираж варьируется в пределах 200–300 тыс. экземпляров,

– Объем — 24 страницы.

Газета распространяется в России по подписке и в розницу и за рубежом — Германия, Израиль, Казахстан.

Список используемой литературы

1. Агентство РИА новости [Электронный ресурс] РИА Новости <https://ria.ru/spravka/20150617/1075174812.html>
2. Афиша город [Электронный ресурс] <https://daily.afisha.ru/archive/gorod/people/my-liberasty-i-tolerasty-andrey-loshak-o-proekte-takie-dela/>
3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. Пособие для сотрудников вузов. – 2-е изд., перераб. И доп./Г.П. Бакулев – М.: Аспект Пресс, 2010, 192 с.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002. С. 30.
5. Викиликс: Секретные файлы / под ред. Джулиана Ассанжа [Электронный ресурс] <https://kpole.ru/catalog/knigis/vikiliks-sekretnye-fayly-pod-red-dzhuliana-assanzha/>
6. Гатов В. Будущее журналистики <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> (дата обращения 30.05.2020).
7. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004.
8. Джеймс С. Итен, Теодор Глейсер. О методе расследующей журналистики. // Современная журналистика. Болгария. – София, 1990. №1, с. 32–51.
9. Дзялошинский И.М. Журналист и информация. // Право знать. 1999. №11. С.3.
10. Есин Б.И. История русской журналистики (1703–1917). М., 2000.
11. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика. 1990–2004. М., 2004.
12. ИнфоTV [Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/inotv/2017-03-20/Forbes-po-kachestvu-zhizni-Rossiya>
13. Какорина Е. В. СМИ и интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) / Е. В. Какорина // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 67–98.
14. КАФ Фонд поддержки и развития филантропии [Электронный ресурс] http://www.cafrussia.ru/page/mirovoi_reiting_blagotvoritelnosti_1
15. Коммерсант. 7 тенденций современных СМИ. [Электронный ресурс] <https://www.kommersant.ru/documents/7tendenciSMI.pdf> (дата обращения 30.05.2020).
16. Константинов А.Д. Журналистское расследование. // М., 2003.
17. Космополитен [Электронный ресурс] <https://www.cosmo.ru/lifestyle/society/kak-menya-sdelali-nasilnicey/>
18. Кройчек Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С.Г. Корконосенко – СПб.: Знание, СПб ИВЭСЭП, 2000. – 272 с
19. Максим Шевченко: Ищите смысл и уходите от шаблонов! <https://www.pravmir.ru/maksim-shevchenko-vo-vsem-smysl/>
20. Медуза [Электронный ресурс] <https://meduza.io/feature/2017/09/11/ya-ne-mogu-neschastnomu-klerku-rasskazat-ob-umirayuschem-matveyke-potomu->
21. Новая Газета [Электронный ресурс] <https://novayagazeta.ru/inquiries>
22. Правда или испытание. Журналистское расследование: какая роль эксперта? <https://www.deadline.com.ua/blog/zhurnalistское-rassledovanie-sovremennye-trendy-i-instrumenty#>
23. Однокласники [Электронный ресурс] <https://ok.ru/takiedela>
24. Сноб <https://snob.ru/profile/31140/blog/127265>
25. Средства массовой информации России [Электронный ресурс] https://ozlib.com/811936/zhurnalistika/sredstva_massovoy_informatsii_rossii
26. Станько А.И. Журналистское расследование // Журналистика в 1997 году: тез. науч. конф. М., 2001.
27. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. — М. : Аспект Пресс. — 6-е изд. — 2017. — С. 13–53.
28. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. // М., 2002
29. Тырыгина В. А. Жанры в информационно-массовом дискурсе. М.: Прометей, 2007. 359 с.

30. Уиллмен Дж. Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1998.
31. Уотергейт [Электронный ресурс] https://www.history.vuzlib.su/book_o073_page_64.html
32. Фандрайзинг. Международный опыт [Электронный ресурс] <http://artguide.com/posts/983>
33. Филантроп [Электронный ресурс] <http://philanthropy.ru/novosti-organizatsij/2017/05/08/49623/>
34. Фомичева И.Д. Мультимедийность: новые возможности для решения старых проблем // Журналистика в 2003 г.: обретения и потери. Стратегии развития. М., 2004
35. Фонд профилактики социального сиротства [Электронный ресурс] <http://fondpcc.ru/>
36. Шиблева Н. А. Жанр журналистского расследования и его функционирование в российских газетах // Молодой ученый. — 2011. — №2. Т.1. — С. 237-239.
37. Шум Ю. Журналистское расследование – методические рекомендации. // Фонд защиты гласности. – М., 2000. – 117 с.
38. Шкондин М.В. Система средств массовой информации. М., 2000. Шостак М.И. Еженедельник как тип издания. М., 1986.
39. Шостак М.И. Журналистское расследование. //Журналист. 1998. №10. С.63.
40. Dijk, T. Van. Critical Discourse Analysis. В D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton, The handbook of discourse analysis. Oxford: Blackwel., 2001, p.234.
41. Encyclopaedia Britannica [Электронный ресурс] <https://www.britannica.com/topic/muckraker>
42. Facebook [Электронный ресурс] <https://ru-ru.facebook.com/takiedelaru/>
43. Heinemann, Wolfgang. "Textsorte – Textmuster – Textmuster." К. Brinker et al. (eds.). Text- und Gesprächslinguistik. Berlin: de Gruyter, vol. 1, 2000, p.507-523.
44. Henkel, Nikolaus. "Descriptio." К. Weimar et al. (eds.). Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Berlin: de Gruyter, vol. 1, 1997, 337-339.
45. Rapinfo [Электронный ресурс] <http://www.rapinfotv.ru/>
46. «Shaping the future of newspapers» [Электронный ресурс] <https://blog.wan-ifra.org/tags/shaping-the-future-of-the-newspaper> (дата обращения 30.05.2020).
47. The Village. Новости Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга [Электронный ресурс], <http://www.the-village.ru/village/city/situation/215209-izdanie-takie-dela>
48. Werlich, Egon. Typologie der Texte. Entwurf eines textlinguistischen Modells zur Grundlegung einer Textgrammatik. Heidelberg: Quelle & Meyer., 1975 – 231p.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/105013>