

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/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/231965>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Журналистика

Введение 3

1. Теоретическая часть 5

1.1. Понятие и виды СМИ 5

1.2. Понятие о Новых медиа 10

2. Практическая часть 13

2.1. Описание выборки исследования 13

2.2. Результаты исследования 15

Заключение 20

Список литературы 21

Введение

Актуальность настоящего исследования состоит в том, что к традиционным СМИ в последние десятилетия присоединяется и активно развивается четвертый тип СМИ — глобальная компьютерная сеть Интернет. Интернет — это важнейшая часть, основа развития гражданского и информационного общества, а также основной элемент будущих прорывов в современную элиту государств.

Ситуации, когда любой гражданин способен написать в «LiveJournal» («Живой журнал») или в «Twitter» депутату или Президенту, — не редкость, как и ситуации, когда сторонники той или иной политической идеологии способны найти себя в сети Интернет (например, информацию о предстоящем митинге или акции и так далее).

В мире происходят три важных процесса в сфере обмена информацией. Во-первых, глобализация, то есть быстрый обмен информацией со всем миром.

Во-вторых, благодаря Интернету возможно развитие малых местных структур, так как современные информационно-коммуникационные сети дают возможность малым социальным группам (в том числе этническим) присутствовать в виртуальном пространстве, объединяя своих представителей вне зависимости от географических расстояний и государственных границ). Наконец, особенность современного развития — это технологизм, который переходит в сфере массовых средств в технологический детерминизм.

Цель исследования — провести анализ новейших СМИ — видеокоммуникаций, кабельного и спутникового телевидения.

Объект исследования — новейшие СМИ.

Предмет исследования — новейшие СМИ — видеокоммуникации, кабельное и спутниковое телевидение.

Задачи исследования:

1. Дать определение СМИ.

2. Дать определение новейшим СМИ и новым медиа.

3. Описать выборку исследования.

4. Проанализировать новейшие СМИ — видеокоммуникации, кабельное и спутниковое телевидение.

5. Сделать выводы по итогам исследования.

1. Теоретическая часть

1.1. Понятие и виды СМИ

Средства массовой информации, массмедиа, медиапотребитель очень влияют на прогрессирующий информационный переворот. Они имеют также большое влияние на политическую жизнь. Именно массмедиа, или масс-медиа, способствуют формированию публичных выводов и взглядов на самые значимые политические вопросы.

С помощью средств массовой информации исходные данные передаются визуально, словесно, звуковым

сигналом. Это своеобразный широкий канал вещания для массовой аудитории. массмедиа это Понятие о массмедиа Государственные органы, общественные организации, информационные агентства регулярно распространяют различные информационные источники.

Массмедиа – это учреждения, которые открыто, публично передают информацию, применяя специальные технические средства. Главная отличительная особенность массовой коммуникации – это публичность.

Обработывают и распространяют информацию в массовом масштабе средства массовой информации.

СМИ – это тоже самое, что и массмедиа. В основном они оперативно информируют общественность о событиях и явлениях сегодняшнего времени.

Итак, массмедиа – это технический комплекс, который обеспечивает создание словесных, текстовых, образных, звуковых, музыкальных материалов. СМИ – это средства массовой информации, способные передавать новости широкоэмитальным каналом [1, 4].

Различают два вида СМИ [3, 4]:

Электронные массмедиа (телевидение, радио, интернет-публикации).

Пресса, печатные тиражи.

Пресса, радио, телевидение проводят постоянную работу с большой аудиторией, донося ей звуковые, визуальные, словесные уведомления. В русском языке термин "СМИ" появился в 70-е годы 20-го века, до него существовало понятие "СМК" (средства массовой коммуникации).

Современным названием является массмедиа. Это система, состоящая из множества каналов: книг, газет, альманахов, журналов, брошюр, теле- и радиопередач, интернет-сайтов.

Печатные издания.

Старейшие институты массмедиа – это газеты, книги, журналы, альманахи, еженедельники. Продукт, выходящий из печати, несёт исходные данные в виде буквенного текста. Также это могут быть рисунки, схемы, плакаты, графики, фотографии.

Читатель может самостоятельно воспринимать данную информацию, ему не нужны для этого вспомогательные технические средства, такие как радио, телевизор или компьютер. Прочитав ту или иную статью, каждый может сам её проанализировать. Печатные издания являются важными хранилищами информации.

С помощью книгопечатания человек получил возможность выражать свои самые дерзновенные мысли.

Здесь уместно привести в пример миф Древней Греции о царе Кадме. Этому властелину удалось посеять зубы дракона. На месте их прорастания появились воины с оружием.

В этом мифе проведена своеобразная аллегория с алфавитом: слово способно побеждать метко и быстро, подобно оружию. Многие политические лидеры смогли расширить свою власть благодаря печатному слову. «Цивилизованным» человека сделало именно печатное издание [1, 3].

На сегодняшний день пресса в вопросе оперативности немного проигрывает электронным массмедиа. Это происходит из-за того, что на подготовку печатных тиражей, номеров, их доставку необходимо много времени. «Настоящими новостями» журналисты считают «плохие новости», то есть им нужно придать немного негативного настроения. Поэтому прессу можно считать вполне сконструированной вещью.

Современные СМИ [1, 2]

В современном мире СМИ формирует мнение общества на то или иное событие. Иногда массмедиа – это развлекательные, а не информирующие средства.

Сегодня аудитория очень влияет на способы подачи информации, потому что у каждого есть возможность высказать своё видение происходящего. Благодаря этому активно развивается система обратной связи.

Часто механизм массмедиа используют рекламодатели для распространения рекламных сообщений. Иногда к СМИ можно отнести и кино.

Характерные черты массмедиа.

Главным признаком средств массовой информации является периодичность, новости должны выходить не реже одного раза в день. Следующей отличительной чертой выступает массовость, они рассчитаны на большую аудиторию. Ещё одним важным фактором можно считать принудительность, когда у одного вещателя собирается много слушателей.

Вот основные направления деятельности массмедиа [3, 4]:

1. Дешин А. А., Попов С. А., Чиняков А. А. Роль Интернета в современном мире// Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2017. Т. 6. № 3 (5). С. 26–27.

2. Московкина, Ю.Ю. Новые медиа как средства массовой информации / Ю.Ю. Московкина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 52 (238). — С. 239-241. — URL:

<https://moluch.ru/archive/238/55136/> (дата обращения: 06.02.2022).

3. Неяскин Г. Н. Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникации / Г.Н. Неяскин . — Текст: электронный // Диалогические коммуникации в бизнесе: материалы интернет-конференции. — URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/33378753/> (дата обращения: 30.01.2020)

4. Чижик А.В. Новые медиа форматы в современной России// Технологии информационного общества в науке, образовании и культуре: сборник научных статей. Материалы XVII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2014, Санкт-Петербург, 19–20 ноября 2014 г. С. 164–171.

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/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/231965>