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/kurosovaya-rabota/377654>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Журналистика

Введение 2

Глава 1. Журналист и телеведущий. Сходства и различия 4

1.1 Функции журналиста 4

1.2 Функции телеведущего 12

Глава 2. Функции журналиста и телеведущего в творчестве Собчак 20

2.1. Собчак как журналист 20

2.2 Собчак как телеведущая 26

Заключение 49

Список литературы 52

Внимание аудитории к журналистам во многом обусловлено и обосновано. Это связано не только с тем, что журналисты выступают во многом как агенты группы, представляют определенную аудиторию.

Это связано и с тем, что, как отмечают исследователи, именно в моменты, когда ситуация в политике в России была непонятная, запутанная, атмосфера накалялась, когда власть во многом была неспособна на конкретные четкие действия, именно журналистика стала тем субъектом, который формировал общественное мнение, и именно за журналистами оказался закрепленный статус основных участников общественных взаимодействий [2].

Современный «Журналист» – прежде всего, освящение проблем в медиакоммуникации: формирование информационного пространства страны, законотворчество, взаимоотношения прессы и власти, защита прав конкретного журналиста, демократические преобразования в прессе на базе свободы слова. «Журналист» свободен от влияния любого мнения, кроме мнения читателя, и является независимым изданием, публикующим авторские тексты и аналитические материалы внутреннего и внешнего рынка журналистского продукта, сохраняя тем самым приверженность своим традициям и укрепляя свой авторитет.

Именно с момента перестройки в нашей стране журналистика и журналисты не теряют популярности, и даже развлекательные передачи, каналы, журналисты, которые работают в этом жанре, оказываются в центре внимания аудитории.

Телевидение стало первым из всех средств массовой информации, перестроившим свою работу в соответствии с новыми требованиями. Новости из простого набора актуальных событий, произошедших за определенный промежуток времени, превратились в товар, требующий, как конкурентоспособного уровня качества (новизны, оперативности, оригинальности и других факторов), так и яркой рекламы.

Для телевидения не существует границ и расстояний. Люди, живущие в разных странах, с помощью телемостов знакомятся друг с другом, вступают в диалог прямо в эфире. В наше время телевидение является вездесущим, оно прочно вошло в жизнь. Телевидение – мощный инструмент воздействия на общественное мнение. Особенно ясно это видно при проведении передач, когда зрители имеют возможность задать вопросы людям, находящимся в студии и тут же получить ответы.

Объект - сходство и различия журналиста и телеведущего.

Предмет - изучить специфику творчества Собчак как журналиста и телеведущего.

Задачи исследования:

Рассмотреть функции журналиста и телеведущего.

Рассмотреть К. Собчак как журналиста.

Изучить особенности К. Собчак как телеведущей.

Методы исследования: теоретический анализ литературы по тем исследования.

Глава 1. Журналист и телеведущий. Сходства и различия

1.1 Функции журналиста

Миллионы страниц газет и журналов читаются населением каждый день. Сотни радиостанций занимают эфир и передают новости со всей планеты. Тысячи телебашен и множество спутников позволяют нам быть свидетелями событий в разных странах. Сегодня важность печатных СМИ, радио и телевидения

невозможно переоценить. Информация в них распространяется через различные социальные сети. GMS стал мощным инструментом влияния на людей и основным каналом распространения культуры. Мы не только знаем, но и развиваем культурную осведомленность, получаем знания, меняем свой взгляд на мир, влияем на других и разделяем культурные ценности[3].

Было бы преуменьшением сказать, что журналисты сегодня являются распространителями духовной пищи. Тянувшееся сквозь призму времени борьба за «свободу слова» журналиста, преодолевая исторические, экономические и профессионально-этические проблемы, переносит нас в современный мир, где неизменно своему делу трудится «Журналист» для журналистов. Оставляя прошлое за рамками отечественной истории журналистики, рассмотрим структуру, деловой подход и кондиции старейшего профессионального журнала в Новом времени. С момента, когда «Журналист» нашел свой собственный дом. «Журналист» – это бренд, с более чем столетней историей, со своими философией и традициями, стремящийся обеспечить преемственность поколений медиапрофессионалов качественно и ответственно.

Алексеева И, Гуляева Т. PR высокого полета. Как сделать из ведущего звезду. М: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 208 с.

Багдасарян Т. О. Тональность как компонент модели речевого жанра // Жанры речи. Саратов, Саратовский национальный исследовательский государственный университет, 2002. Вып. 3. С. 240-245.

Бобкова Л.А. Успешный имидж политического лидера глазами общественности // Молодой учёный. 2016. № 10. С. 1321.

Богданова Т. Ф., Бойчук Е. И. Основные теоретические проблемы, связанные с понятием тональности текста // Верхневолжский филологический вестник. Ярославль, ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2020. Вып. 4 (23). С. 136-141.

Васильева В. В., Иванова Л. Ю. Шутливая тональность как инструмент организации взаимодействия в новостном телевизионном коммуникате // Медиалингвистика. СПб., 2020. Вып. 7 (2). С. 212-224.

Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика: научная и учебная литература. М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1963. 255 с.

Гаджихмедов Н. Э., Мусаева Т. М., Самедов Д. С. К вопросу о приветствиях в разных коммуникативных культурах // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2012. Вып. 3. С. 66-69.

Дементьева, К. В. Проблема имиджа журналиста в современном обществе [Текст] / К. В. Дементьева. – Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, 2017. – С. 197- 201.

Дерябо С. Д., Левин В. А. Гроссмейстер общения. М.: Смысл, 2004. 192 с.

Инстаграм Ксении Собчак. Биография кандидата в президенты России Ксении Собчак [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://svpressa.ru/persons/kseniya-sobchak/>

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии интервьюера Юрия Дудя: взгляд лингвиста на медийный феномен массовой культуры // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2021. Вып. 20 (6). С. 263-277.

Карасик В. И. Социальный статус человека в лингвистическом аспекте // «Я», «субъект», «индивид» в парадигмах современного языкознания: Сб. научно-аналитических обзоров. М.: ИНИОН, 1992. С. 44-58.

Карасик В. И. Коммуникативная тональность // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. Владикавказ, 2008. Вып. 10. С. 99-109.

Кожина М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка: научная литература. М., 2011. 696 с.

Копнина Г. А. Речевое манипулирование. М., 2014. 169 с.

Ксения Собчак: кандидат не для всех. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116466> 2. Из звезды в бизнес-леди: Собчак и другие женщины-политики, сменившие имидж. URL:

https://www.cosmo.ru/beauty/star_beauty/iz-zvezdyv-biznes-ledi-sobchak-i-drugie-zhenshchiny-politiki-smenivshie-imidzh/

Ларькова Ю.О. Анализ габитарного имиджа телеведущего (на примере Ксении Собчак). URL: <http://taby27.ru> (дата обращения: 17.04.2018).

Лисовский, С.Ф. Политическая реклама. - М.: ИВЦ "Маркетинг", 2000.- 253 с.

Литвинцев А.Э. Канал «Культура» на перекрестке телевизионных традиций. Ч. 1. — М., 2007.

Личный бренд Собчак: что за ним стоит? URL: <http://www.tbeauty.ru/celebrities/famous/lichnyy-brend-sobchak-cto-za-nim-stoit/>

Лозинская А. Стиль Ксении Собчак: от шоколада до кандидата. URL: https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2017/10/a_10950068.shtml

Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности. Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. М., 2000. 73 с.

Платформа Ксении Собчак. 123 трудных шага. URL: <https://sobchakprotivvseh.ru/steps123> (дата обращения: 17.04.2018).

Рейтинг медиаперсон по упоминаемости в СМИ. URL: http://www.mlg.ru/proCucts/examples/MLG_meCia-analysis.pCf

Стернин, И. А. Основы речевого воздействия: учеб, пособие. Воронеж: Истоки, 2012. 179 с.

Творец победы Ельцина в 1996 году возглавил штаб Собчак. URL: <https://lenta.ru/news/2017/10/24/malashenko/> Телевизионная журналистика: Учебник/Под ред. А. Я. Юровского.- М.: Изд-во МГУ,

Тупикова С. Е. Понятие коммуникативной тональности (модальность и тональность) // Вестник ТГУ. 2010. Вып. 1. С. 247-251.

Ушакова, Н. В. Имиджелогия [Текст]: учеб. пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. –М.: Дашков и К, 2011. – 280 с. 243

Фатыхова Д.Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 4. С. 263–264.

Федоркина, А. П. Проблемы имиджа в контексте социального психоанализа [Текст] / А. П. Федоркина. Р. Ф Ромашкина. // Имидж госслужбы. – М., 1996. – С. 84.

Фрейдина Е. Л. Тональность речевого общения и ее просодические маркеры // Преподаватель XXI век. 2015. Вып. 1. С. 282-289.

Штаб Ксении Собчак возглавил политолог Игорь Малашенко. URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2017/10/24/136382-shtab-kseniisobchak-vozglavil-politolog-igor-malashenko>

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/kursovaya-rabota/377654>