

ВВОДНАЯ ЛЕКЦИЯ

START

Курс: Введение в специальность

Преподаватель Бирюкова Е. В.

Факультет журналистики

ИМПЭ им. А. С. Грибоедова

Требования к реферату (учебно-исследовательская работа)

- Оригинальность: тексты источников не переписываются, а пересказываются, реферат – компиляция (комбинация) заимствованных фрагментов чужого текста
- Точное изложение информации без искажения сути
- Структурированность и логичность (последовательность) изложения
- Минимум 20 000 знаков с учетом пробелов (примерно 10 страниц без учета титульного листа)
- Оформление текста: Times New Roman, 14 пт, междустрочный интервал – 1,5, абзацные отступы: верхнее и нижнее поля – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см, книжная ориентация страницы, выравнивание текста по ширине, стандартный абзацный отступ, сквозная нумерация страниц, номер указывается вверху по центру, на титульном листе нет номера
- Оформление сносок (ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись...»): Times New Roman, 12 пт, одинарный интервал, названия источников без кавычек, например: Четвертаков Н. В. Современная пресс-служба. - М.: Аспект Пресс, 2010. - С. 25-27.

Компоненты реферата:

- Титульный лист,
- Содержание,
- Основной текст
 - Введение – актуальность темы (почему выбрали именно её), цель и задачи, библиографический обзор (обзор научной литературы, кратко об основном источнике) (1 – 1,5 стр.)
 - Основная часть делится на части, которые Вы должны самостоятельно назвать (фрагменты не должны дублировать название работы); в основном, в реферате 3 – 5 параграфов.
 - Заключение – итоги, выводы, к которым Вы пришли в процессе исследования темы (1-1,5 стр.)
- Библиография

Каждый раздел начинается с новой страницы.

Примерная тематика рефератов

- Методика рациональной работы известных журналистов (любого современного известного журналиста)
- Место и роль журналистской профессии в информационном обществе
- Мотивы выбора профессии и профессиональной ориентации
- Достоинства и трудности профессии
- Основные типы журналистской профессии
- Модель личности журналиста
- Развитие творческой личности
- Гений и талант: характеристики творческой личности
- Психологические особенности личности журналиста
- Профессиональные качества журналиста
- Репортерская профессия: профессиональная модель
- Интернет: журнализм и блоггерство
- Журналист-аналитик: профессиональная модель
- Модель личности публициста
- Профессиональные качества ведущего ТВ-передач

Литература



С.Г. Корконосенко «Введение в журналистику»,
(+ «Основы журналистики»)



М. Ганапольский «Кисло-сладкая журналистика»

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Yet, unexpectedly, he was happy to have another friend, his former captain and perpetual apologist, present on the committee. Apparently, he could trust

responsibility and a selfish obsession with how he was being portrayed by the media that he will be remembered. Funny people, folk.

Effectively, it is a genuine reflection of his character. In the chapter dealing with the exhilarating Grand Prix, for example, and his spat with his dangerous team-mate, his driving is so

years its actual tax paid has been as
British Virgin Islands. Over the last
tax, Bermuda, the Dutch Antilles and

The various pieces of fresh fruit are placed
OF SERVICES.

Government focused on the 100,000
British prisoners released every year.
An adviser added "It gives totally the

not package worth up to 20,000
remains done to go from early
paid with the existing 10,000
package can include 100,000
school, and

Что такое

журналистика?



Журналистика *(от фр. journal – дневник, jour – день; восходит к лат. diurna – ежедневный)*

– это общественная и производственная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной (общественно-значимой) информации посредством печати, радио, телевидения, Интернета и т.д.

– это система организаций, занятых сбором и доставкой социально актуальной информации.

– это отрасль научного образования и знания.

– одно из важнейших социальных явлений современной жизни, вид массово информационной деятельности, обеспечивающей бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом, а также между различными общественными сферами и даже между поколениями.



Средства массовой информации (СМИ)

– периодическое печатное издание,
радио-, теле-, видеопрограмма,
кинохроникальная программа, иная
форма периодического
распространения массовой
информации.

(согласно Закону РФ
«О средствах массовой
информации»)



Информация – это...

любые сведения, принимаемые и передаваемые, сохраняемые различными источниками.

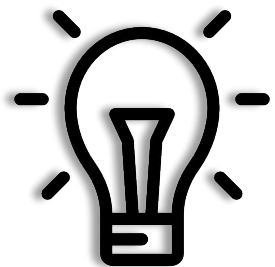
все то, чем могут быть дополнены наши знания и предположения.

сведения, разъяснения, изложение.

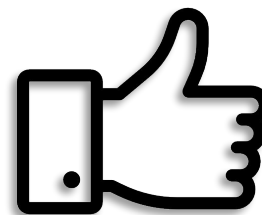
любые данные или сведения, которые кого-либо интересуют.



НО: журналистская информация – не то же самое. Особенности:



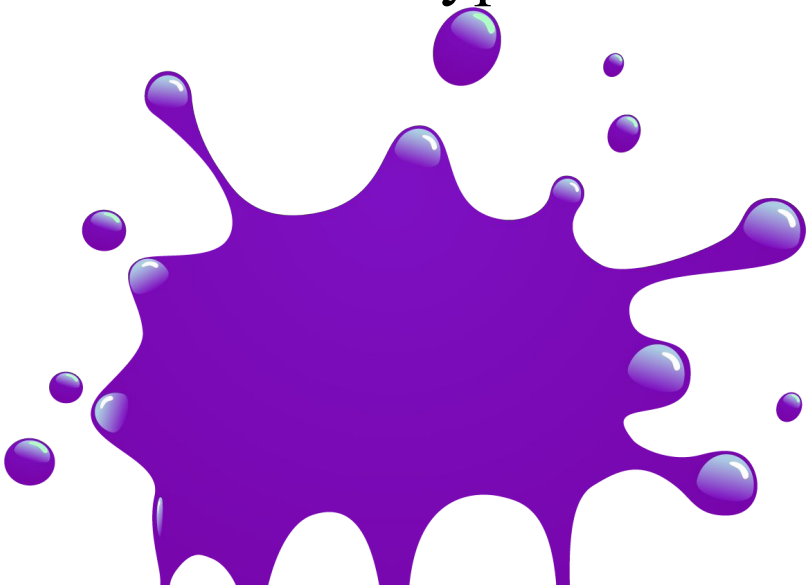
Это новость. Поиск нового во всех сферах общественной жизни – в политике, экономике, науке, культуре, спорте – главное для журналиста.



Полезность

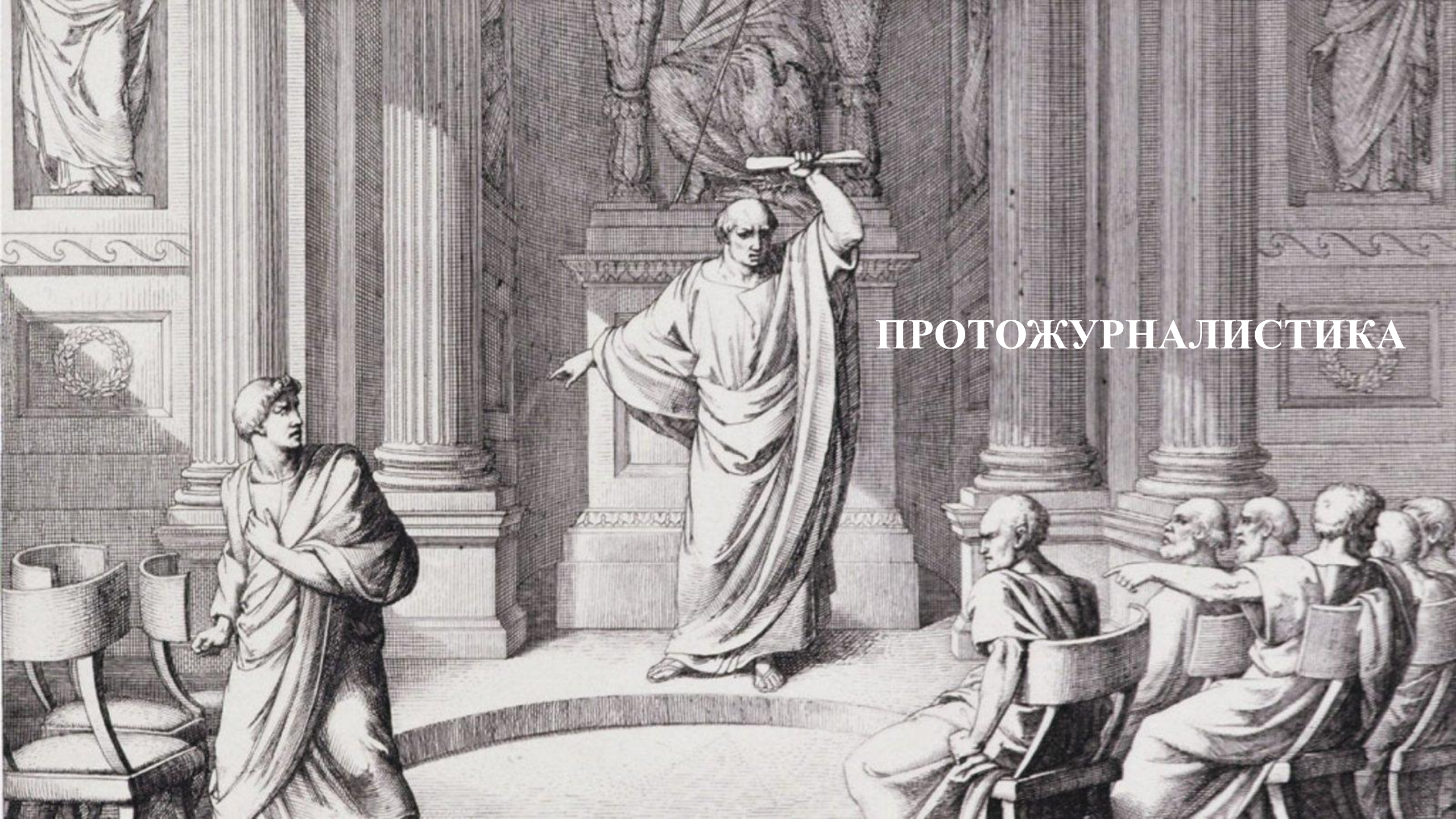


Оригинальность. Общественная значимость делает информацию интересной.



ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ





ПРОТОЖУРНАЛИСТИКА

- Публицистика – это статьи или высказывания на остро актуальные политические, социальные, экономические, культурные темы.

- В Древней Греции и Риме получило большое развитие политическое красноречие (публичное обсуждение насущных проблем).



Предпосылки
возникновения
журналистики:



Признаки печатной продукции:

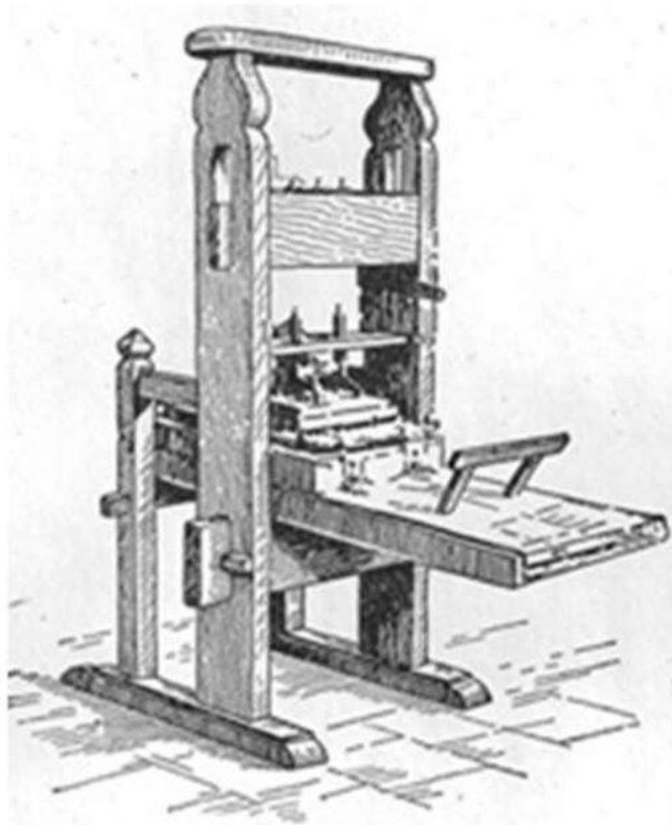
1. Регулярность и периодичность выпуска
2. Относительно большой тираж
3. Широкое распространение
4. Оперативность и актуальность информации



XV век – изобретение печатного станка И. Гуттенбергом в Германии;
XVI век – развитие печати в России (Русском государстве), Иван Федоров.

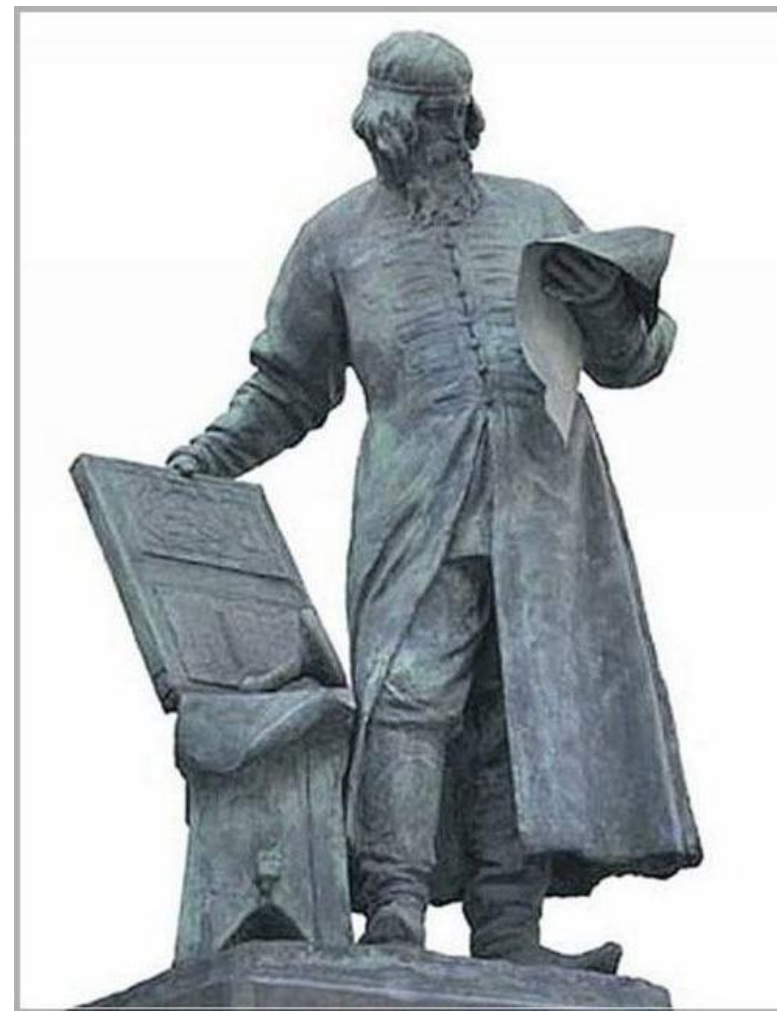


Иоганн Гутенберг



Ручной печатный станок

Рогозин Сергей Анатольевич





XVII век

- Пресса разделилась на несколько направлений: новости мира, новости в сфере промышленности, печатать различные по темам журналы, справочники и календари
- Идеологические и аналитические материалы
- Задача просветительской журналистики – исправлять нравы общества посредством просвещения и развлечения
- Простое и понятное изложение материала

«Вестовые письма» и «Куранты»

Основу их составляли переводные новости из голландских, немецких, шведских, польских газет.



Михаил Федорович Романов
(1596—1645, правил с 1613 г.)



Алексей Михайлович Романов (Тишайший,
1629 – 1676 г. жизни, 1645 – 1676 г.
правления)

Первая печатная газета появилась при Петре I.
16 и 17 декабря 1702 г. вышли в свет первые пробные номера «Ведомостей»



- По замыслу Петра I в ней должно было сообщаться о «заграничных и внутренних происшествиях»
- Со 2 января 1703 года «Ведомости» выходили регулярно

Пётр I Алексеевич,
прозванный **Великий** (30 мая [9 июня 1672
года — 28 января [8 февраля] 1725 года) —
последний царь всея Руси (с 1682 года) и
первый Император Всероссийский (с 1721 года).



Д. И. Фонвизин



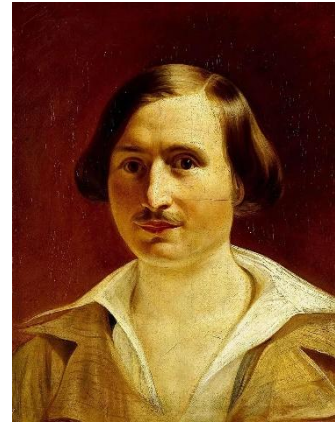
А. Н. Радищев



Н. М. Карамзин



А. С. Пушкин



Н. В. Гоголь



М. В. Ломоносов



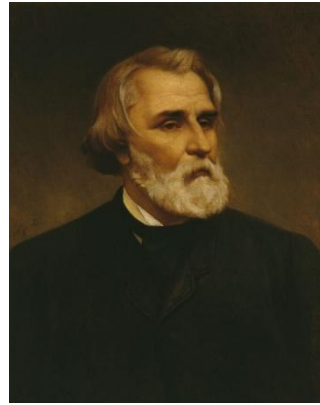
Ф. И. Тютчев



Г. Р. Державин



В. А. Жуковский



И. С. Тургенев



А. С. Грибоедов



В. Г. Белинский



М. Ю. Лермонтов



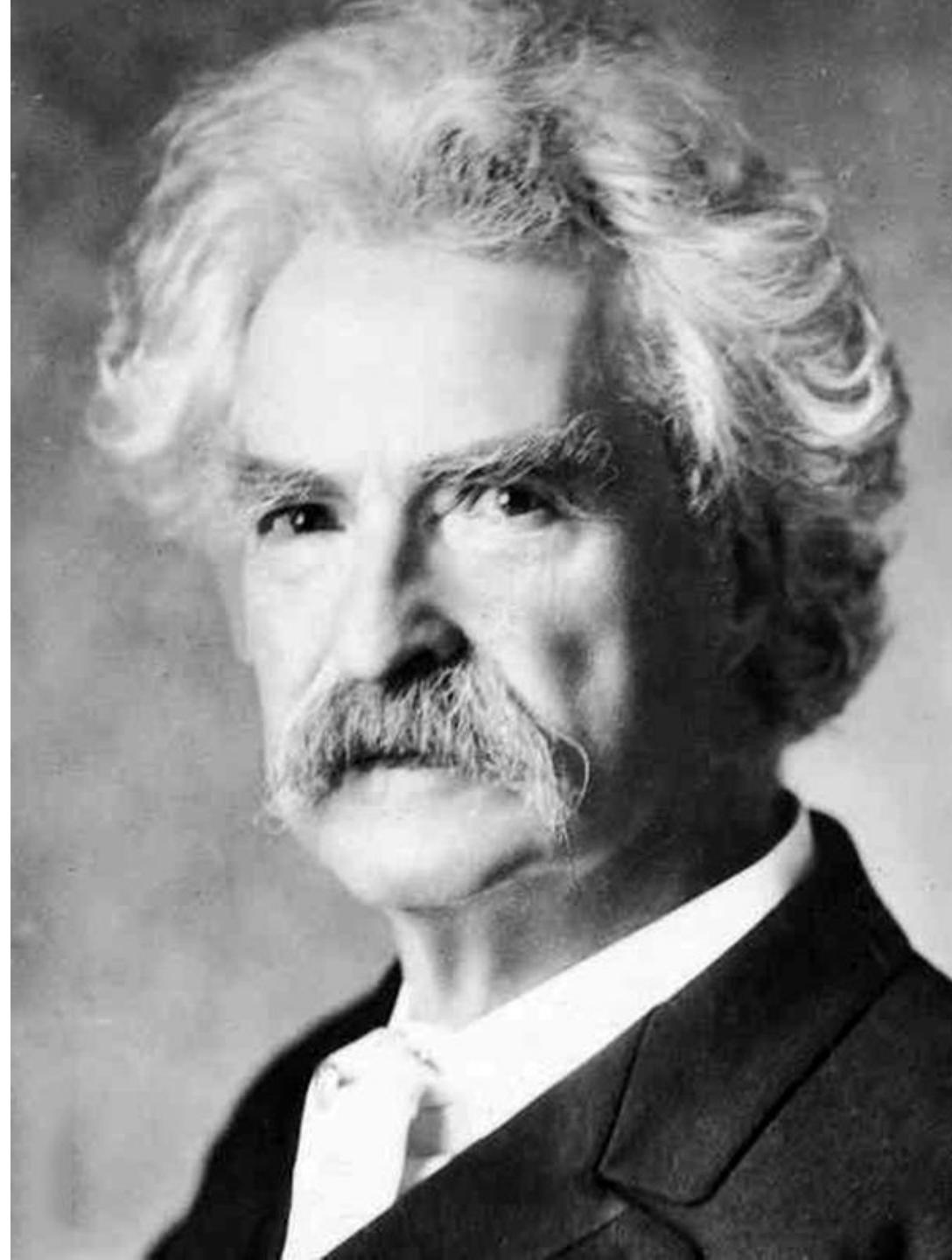
Ф. М. Достоевский

Лучшие публицисты XIX века:

Марк Твен (1835 — 1910)

Известный американский писатель, творчеством которого восхищались многие писатели последующих поколений, был не только блистательным драматургом, но также журналистом и оратором.

Твен был активным противником империи и протестовал против аннексии Филиппин. В ответ на трагические события, в результате которых погибло около 600 человек, писатель написал памфлет «Инцидент на Филиппинах». Это произведение было запрещено цензурой и его опубликовали только в 1924 году.



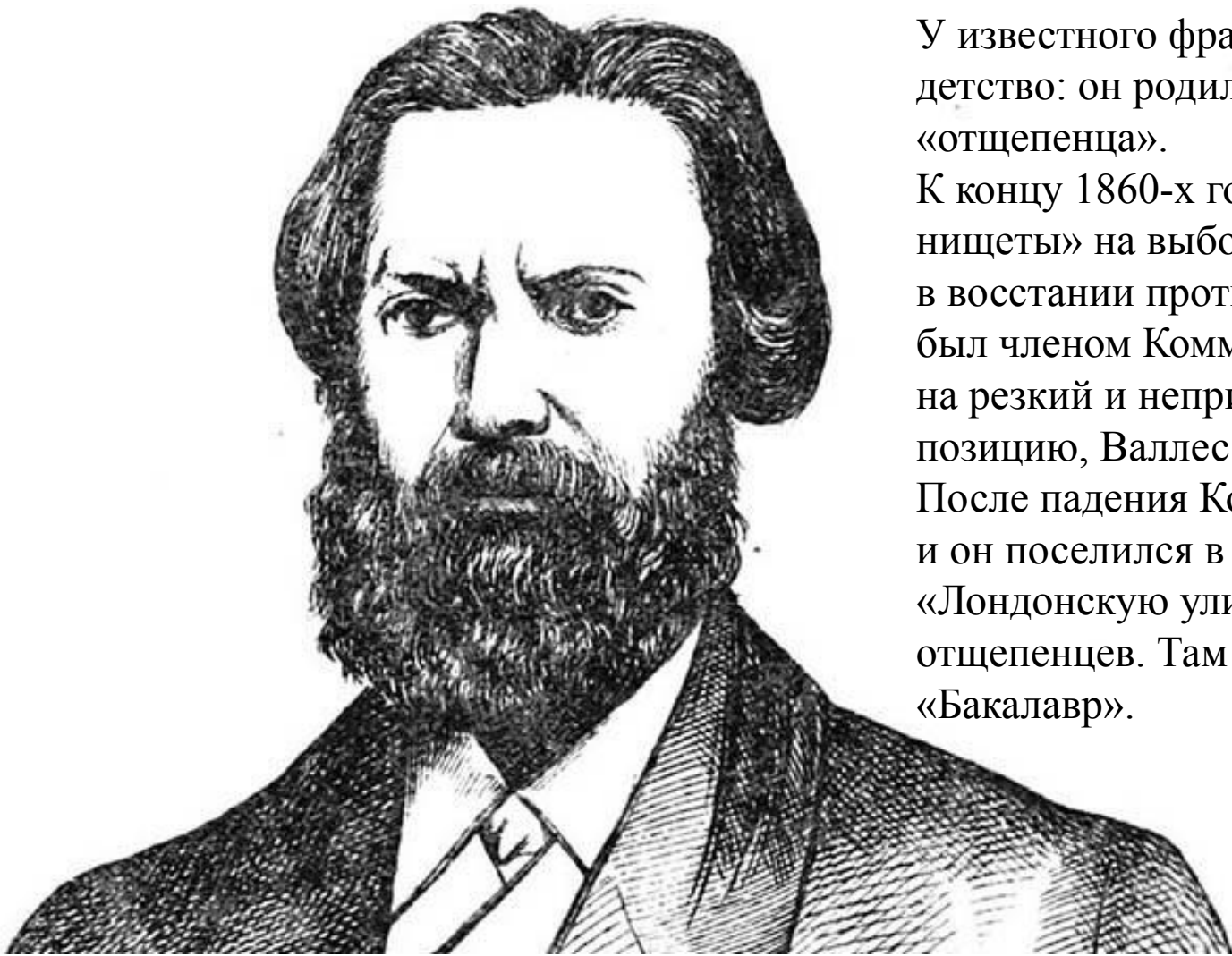
Лучшие публицисты XIX века:

Жюль Валлес (1832 — 1885)

У известного французского писателя Жюля Валлеса было очень трудное детство: он родился в бедной крестьянской семье и вел голодную жизнь «отщепенца».

К концу 1860-х годов Валлес — популярный журналист, «кандидат нищеты» на выборах в Законодательный корпус. Он участвовал в восстании против правительства «Национальной обороны», был членом Коммуны и редактором газеты «Крик народа». Несмотря на резкий и непримиримый характер и определенную политическую позицию, Валлес во время революции был против террора.

После падения Коммуны Валлесу пришлось бежать из Франции, и он поселился в Лондоне. В британской столице он пишет знаменитую «Лондонскую улицу», в которой как художник описывает жизнь людей-отщепенцев. Там же писатель закончил автобиографический роман «Бакалавр».



Лучшие публицисты XIX века:

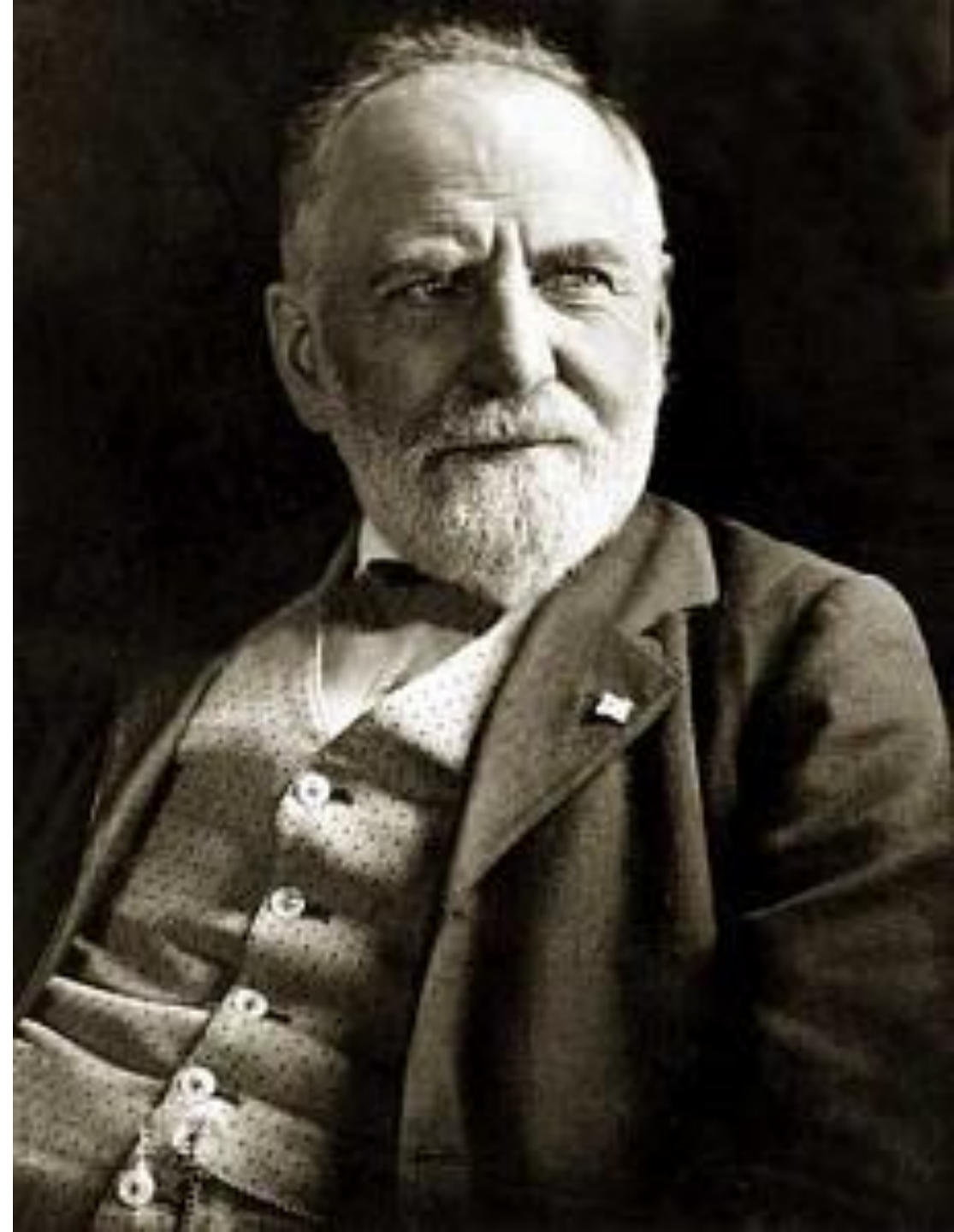
Уильям Томас Стед (1849 — 1912)

Известный британский журналист сделал много для последующих поколений публицистов. Во-первых, он ввел жанр интервью, в 1884 году побеседовав с одним из самых знаменитых английских генералов — Чарльзом Джорджем Гордоном. Во-вторых, он известен, как основатель журналистских расследований.

В 1885 году Стед издал ряд статей, которые назывались «Жертвоприношение девы в современном Вавилоне».

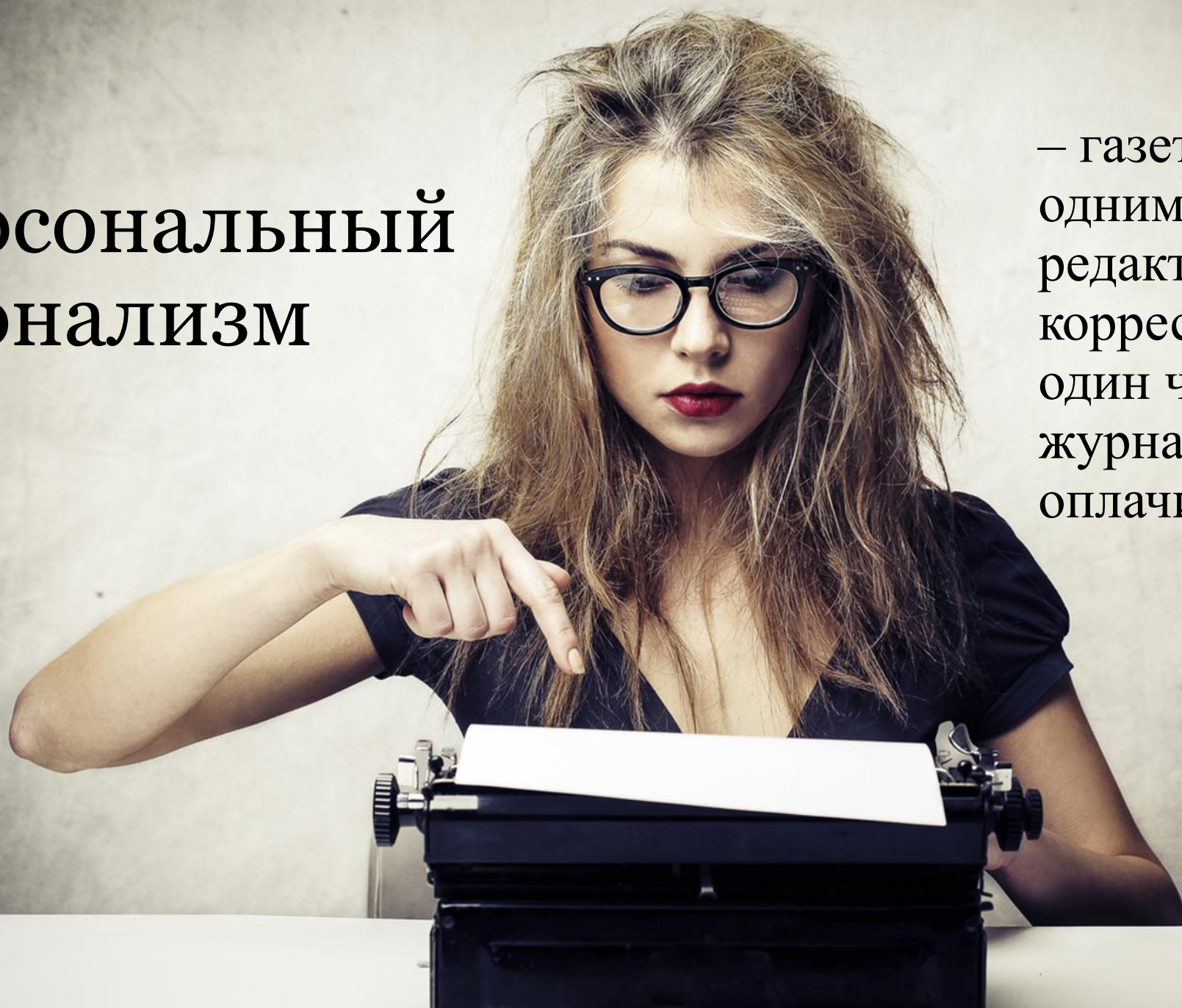
Среди его популярных статей «Правда о России» (1888), «Христос пришёл в Чикаго!» (1894) и «От госпожи Бут» (1900).

Уильям Томас Стед погиб в 1912 году во время кораблекрушения лайнера «Титаник». Об этом сообщает Рамблер.



Персональный журнализм

— газета делается
одним человеком,
редактор, издатель и
корреспондент —
один человек. Труд
журналиста не
оплачивался.

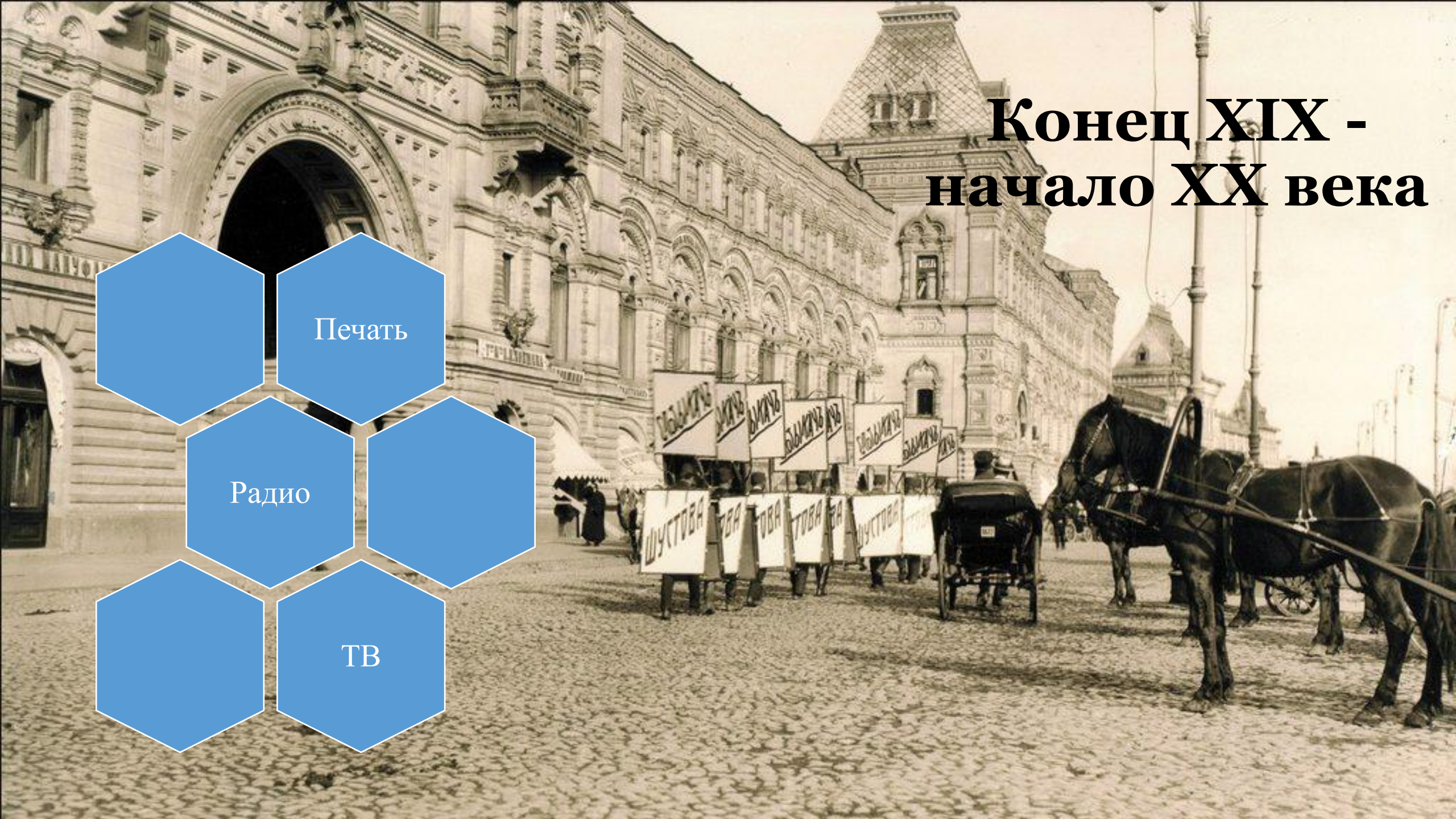


Конец XIX - начало XX века

Печать

Радио

ТВ





**СОВРЕМЕННАЯ
ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА**

Влияние интернета:

- точные, максимально **информативные заголовки** – игровыми могут быть только подзаголовки (пользователь может просматривать заголовки, чтобы быть в курсе событий, но не открывать материал целиком);
- **сокращение текстов;**
- **лонгриды** – текст становится мультимедийным, к нему добавляются картинки, гифки, музыка, видео. В современной журналистике яркие иллюстрации не всегда являются признаком «желтизны»;
- **превалирование визуальной составляющей**, аккуратная верстка (в основном);
- результаты исследования, проведенного в университете штата Огайо (США), показали, что читатели воспринимают текстовый онлайн-материал хуже, чем его печатные аналоги. Предлагаемые с монитора тексты кажутся менее достоверными и оказывают более слабое влияние на позиции читателей, чем те же тексты, опубликованные в обычных газетах;
- **интерактивность и инфотеймент.**



Возможности использования интернета

- **Широта доступа к источникам** – электронным библиотекам, словарям, энциклопедиям, статистическим данным, картам, адресам, сетевым базам данных, архивам и т.п.;
- **Объем информации** – миллионы и миллионы документов, историй, мнений собраны в одном месте – в сети Интернет;
- **Скорость доступа через поисковые машины** – на поиск необходимой информации затрачивается несколько минут. Чем правильнее будет сформулирован запрос, тем эффективнее будет работа по поиску нужных документов;
- Важным становится не предоставление информации, а **поиск актуальной и правдивой информации**. Для мобильного пользователя ключевым является не умение запоминать большое количество информации, а умение **быстро находить нужную**.



РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Причины значимости журналистики

Средства массовой информации – мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации в разные уголки мира, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека. Особенно четко это проявляется в отношении электронных СМИ.



Нужно различать понятия информационные потребности и тематические интересы аудитории.

- **Потребности в информации** социальны и обусловлены содержанием, структурой повседневной деятельности человека, в том числе объективными характеристиками его профессиональной и общественной деятельности.



- **Тематические интересы** зависят от содержания предлагаемой информации и от ситуативных социально-психологических факторов (таких, как популярность, злободневность, престижность определенных тем, лиц, явлений и др.).

Некоторые сведения об информационных потребностях аудитории можно получить путем опроса*. Опрос дает только картину тематических интересов аудитории. Её необходимо дополнить анализом характера ролевой деятельности представителей различных групп населения в труде, сфере общественной и духовной жизни, быту и семье.

*Опрос – метод получения информации путем непосредственного взаимодействия журналиста с опрашиваемыми (опрос может быть проведен онлайн).

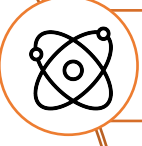


Важно: определить свою аудиторию

СМИ для реализации целей своей деятельности необходимо учитывать потребности, интересы, мотивы, установки и соответствующие им характеристики аудитории, включающие и ряд специфических, формируемых при прямом участии средств массовой информации. При таком подходе аудитории отводится деятельная, целевая роль, являющаяся результатом коммуникативного процесса.



ФУНКЦИИ:





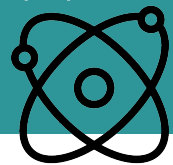
Информационно-коммуникативная функция

(от лат. communication «*путь сообщения, форма связи*»)

- Налаживание отношений с массовой аудиторией, журналист взаимодействует и вступает в коммуникацию с социальными институтами* и в то же время является информационным объектом
- Журналистика способствует осознанию членами общества своих функций и статуса, согласованию их взаимодействия.
- Журналистика дает сведения потребителю об окружающем мире
- Удовлетворение запроса массовой аудитории, предоставление фактов.

* - совокупность норм, предписаний и требований, связанных с определенной организационной структурой, посредством которых общество контролирует и регулирует деятельность людей в наиболее важных сферах общественной жизни

Идеологическая (социально-ориентированная) функция



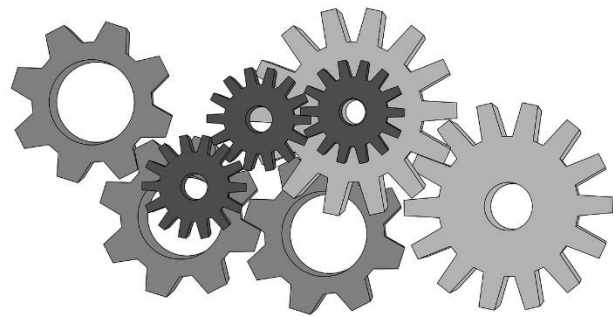
(греч. idea «мысль, понятие» + logos «слово, учение»)

- Стремление оказать влияние на устойчивое общественное мнение, человеческое самосознание, идеалы, духовные и материальные ценности.
- Журналистика стремится выработать у своей группы читателей определенную систему взглядов.
- В основе идеологической функции СМИ лежит всесторонняя ориентация общества, способствующая развитию и формированию массового сознания.

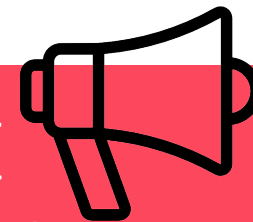
Идеология

- это система взглядов, при которых у людей формируется представление о жизненных позициях и друг друге, возникает идея и воплощение ее в действительность.





Организаторская (регулирующая) функция



- Проявляется при выполнении чисто журналистских задач: проведение «круглых столов» в печатной периодике телевизионные программы с привлечением массовой аудитории, различного рода радиомитинги.
- Цель: выдвижение суждений и оценок относительно характера и уровня выполнения обязанностей социальных институтов и его должностными лицами перед обществом.
- Журналистика – «четвертая власть»*: властные полномочия ее ограничены, но она способна оказывать некоторое воздействие на общество за счет авторитетности изданий
- Властные полномочия журналистики носят убеждающе-консультативный характер.

* Первой, второй и третьей властями являются законодательная, исполнительная и судебная ветви власти.



Культурно-образовательная функция

- Участие в пропаганде и распространении в обществе высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры.
- Цель: обогащение внутреннего мира человека
- Важнейшая задача журналистики - привить потребительской аудитории подлинное понятие о «массовой культуре», искусстве и противостоять разрушительному воздействию ложной культуры.

Культура (лат. *cultura*, от *colo*, *colere* — возделывание, позднее - воспитание, образование, развитие, почитание) – «практическая реализация общечеловеческих и духовных ценностей»





Рекламно-справочная функция

- Информировать, консультирует потребителя;
- Реклама способствует привлечению образа.

Рекреативная функция (лат. recreatio «восстановление»)

- функция, отдых, восстановление человеком сил, затраченных в процессе трудовой деятельности.



- Цель: создание условий для отдыха, интересного проведения досуга, приятного заполнения свободного времени.
- Способствует развитию интеллекта и мыслительной деятельности.

Производственно- экономическая функция



Журналистские произведения с функциональной точки зрения разнородны, текст может быть:

- монофункциональным;
- с доминирующей функцией;
- полифункциональным.



Практикум: как вы считаете, какая основная функция текста?

Минкульт запретил показ фильма "Похищенные сокровища Европы"

О причинах такого решения станет известно в течение двух недель

Министерство культуры отказалось выпустить в прокат документальный фильм "Похищенные сокровища Европы", снятый режиссером Клаудио Поли. Картина рассказывает о так называемой "коллекции Гитлера" — европейских произведениях искусства, вывезенных в годы Второй мировой войны в нацистскую Германию.

«Московский комсомолец»

Культурно-образовательная
функция

Александр Петров и Руслан Боширов подозреваются в попытке убийства бывшего сотрудника ГРУ Скрипаля и его дочери
Россияне Александр Петров и Руслан Боширов подозреваются в попытке убийства бывшего сотрудника ГРУ Сергея Скрипаля и его дочери Юлии. Об этом сообщили британские прокуроры. Как передает Рейтер, им вскоре будет предъявлено официальное обвинение. Для этого собраны необходимые доказательства.

«Эхо Москвы»

Информационно-коммуникативная функция

Практикум:

Из Супермена — в ведьмаки. Генри Кавилл сыграет Геральта в сериале Netflix по романам Анджея Сапковского

Актер Генри Кавилл исполнит главную роль в сериале Netflix про ведьмака Геральта. Шоу станет экранизацией популярных фэнтези-романов польского писателя Анджея Сапковского.

Шоураннер сериала Лорен

Хиссрич поделилась подробностями кастинга в своем твиттере: «Он стал первым, с кем я встретила. Тогда у меня не было команды сценаристов и самих сценариев — только одобрение студии и море энтузиазма. Встреча прошла четыре месяца назад — с тех пор я не забывала, сколько страсти в нем тогда увидела. Он и есть Геральт. Всегда им был. Я так рада приветствовать Генри Кавилла в нашей „ведьмачьей“ семье». В инстаграме Кавилл в шутку заявил, что теперь письма ему нужно писать в Каэр Морхен, крепость, в которой вне странствий живут ведьмаки. Актер заранее предупредил, что отвечать будет редко — он слишком занят охотой на монстров.

«Медуза»

Рекреативная, рекламно-справочная функции

Шарапова сыграет на Кубке Кремля в Москве

Экс-первая ракетка мира Мария

Шарапова сыграет на турнире WTA "ВТБ Кубок

Кремля", сообщает "Коммерсантъ".

Издание отмечает, что россиянка вошла в список игроков, заявившихся на турнир, который пройдет в Москве с 15 по 21 октября.

4 сентября

Шарапова проиграла испанке Карле Суарес Наварро в матче четвертого круга Открытого чемпионата США.

«Интерфакс»

Информационно-коммуникативная функция

Практикум:

**Магические существа и тайны города
Трольберг в первом трейлере «Хильды» —
нового мультсериала Netflix**

Netflix представил первый трейлер анимационного сериала «Хильда», посвященного скандинавской мифологии. Шоу основано на комиксах Люка Пирсона «Хильдафолк». Он также выступил одним из продюсеров и сценаристов мультсериала.

Девочка по имени Хильда вместе с мамой переезжает в город под названием Трольберг, где встречает друзей и мифических существ вроде драконов и разумных каменных созданий.

«Хильда» выйдет на Netflix уже 21 сентября.

«Медуза»

Рекреативная, информационная
функции

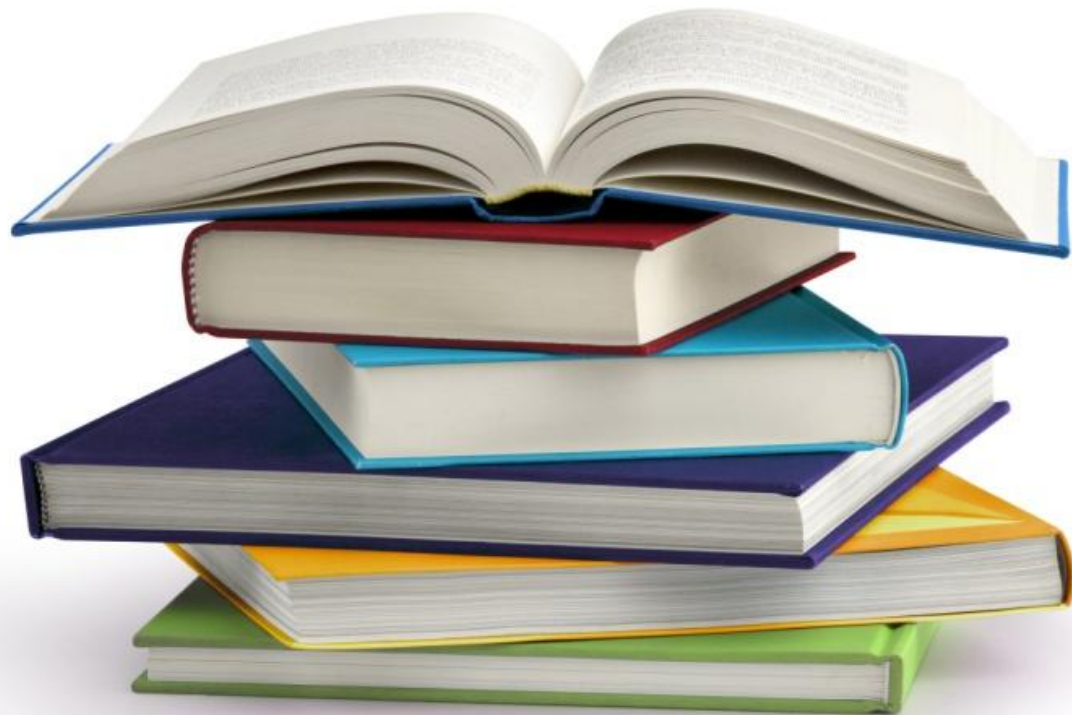
**Курс рубля на бирже в Москве
остаётся пока стабильным
в ожидании решения ЦБ по
ключевой ставке**

В начале торгов курс доллара снижался на 2 копейки, курс евро повысился на 4 копейки.

Вопрос о ключевой ставке сегодня будет рассматривать совет директоров Центрального банка. Большинство аналитиков ждут её сохранения на уровне 7,25 процентов годовых. «Эхо Москвы»

Справочная функция

Типология СМИ



Основные группы СМИ:

Элитарные
(качественные)



– аналитичность,
взвешенность оценок,
спокойный тон публикаций,
надежность фактов и мнений,
респектабельный внешний
вид, предпочтение тексту

Массовые (досуговая,
популярная пресса)



– основная задача: развлечение,
инфотеймент – развлекательное
информирование; яркий внешний вид,
информация может быть искаженной
или непроверенной, упор на
иллюстрации; таблоиды – карманный
формат

Гибридные



– сочетание серьезных
аналитических
материалов и
развлекательных

В структурном плане ее представляют три группы средств информации:



-печатная пресса – газеты, журналы, еженедельники (газетного и журнального типов), дайджесты, бюллетени;



-аудиовизуальные СМИ – радио, телевидение (эфирное и кабельное), Интернет; особую, промежуточную подгруппу образует телетекст;



-информационные службы – телеграфные агентства, рекламные бюро, пресс-службы, профессиональные журналистские клубы и ассоциации.

Деление СМИ по региону распространения:

Принято классифицировать прессу по вертикальному принципу, в соответствии с административно-территориальным устройством государства. За основу берется не место издания, а обслуживаемая территория.





Транснациональные СМИ

Зона регулярного действия средства информации расширяется до международных масштабов

Американский еженедельник Time выпускает 4 зарубежных издания, предназначенных для разных континентов; телекомпания «Всемирный русский канал» рассчитана на 200 млн зарубежных русскоговорящих жителей. Транснациональными могут быть не только СМИ, но и концерны и медиагруппы (медиакомпания Р. Мердока News Corporation владеет более чем 700 компаниями: Twentieth Century Fox, Sky News, National Geographic Channel, газеты, издательство, радиостанции, рекламные активы).

Общенациональные СМИ



- Общероссийские, федеральные.
- Синхронно расходятся по всей территории страны или по преобладающей ее части.

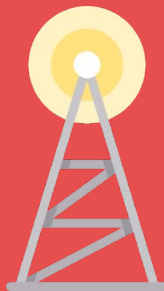
Региональные СМИ



Это могут быть и издания, обслуживающие отдельные субъекты федерации (республики, области, Москву и Петербург), и периодика, рассчитанная на более крупную, исторически сложившуюся часть страны, отличающуюся природными, экономическими, национально-культурными особенностями.

В условиях конкуренции симпатии аудитории заметно перераспределяются в пользу региональных СМИ, что в большей степени характерно для печати и в меньшей — для телевидения. Это связано и с более полным учетом их редакциями запросов населения, и с относительно невысокой ценой «домашних» изданий.

Местная пресса

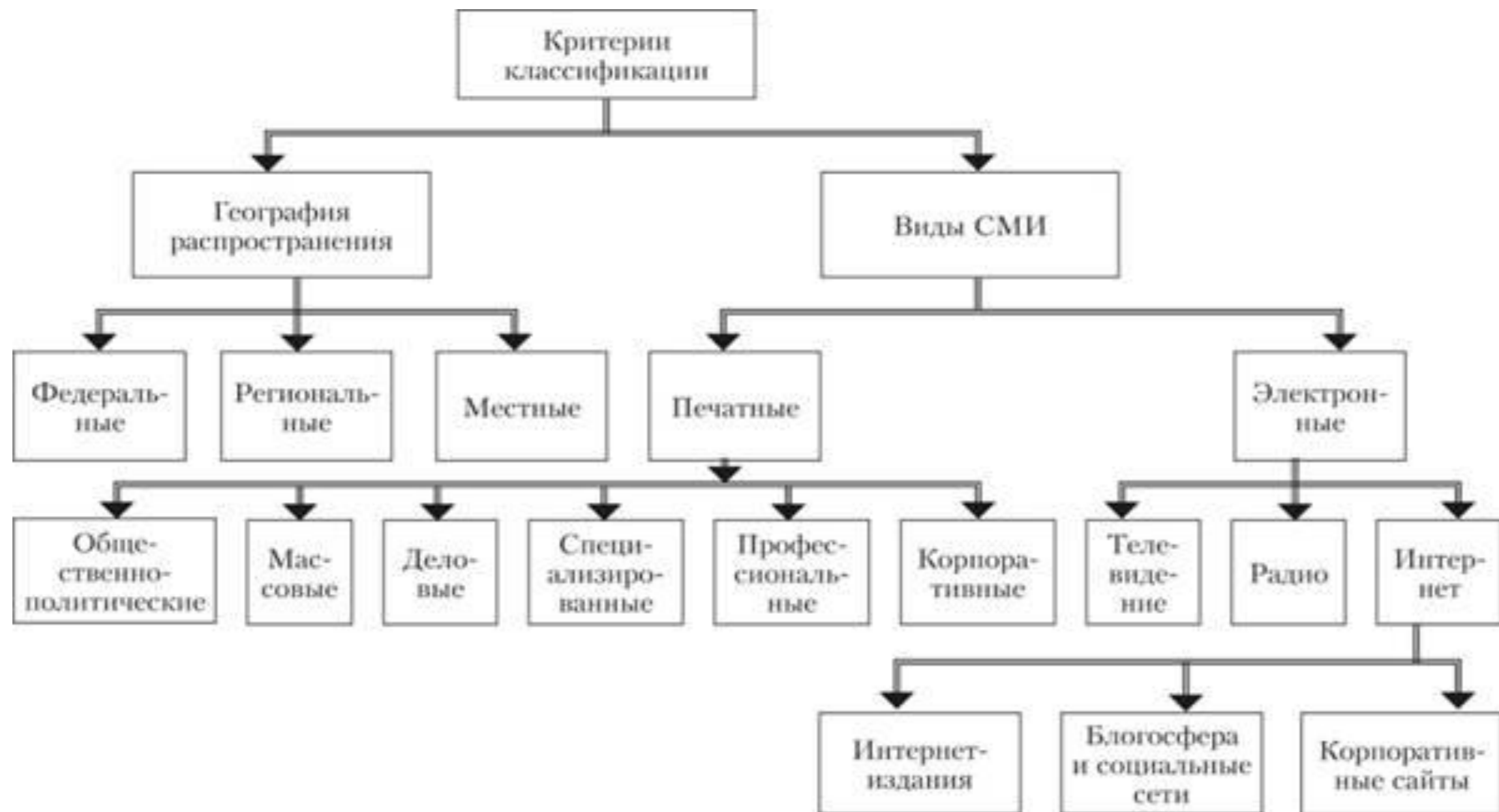


Издания, выходящие в районах и городах областного (республиканского) подчинения. Существует и аналогичная сеть радиовещания. Удовлетворяя особые интересы жителей небольших населенных пунктов, этот тип СМИ имеет надежный потребительский спрос.

Муниципальная пресса



Сравнительно новые у нас газеты городских районов, волостей и малых населенных пунктов (в пределах полномочий муниципальной власти). В то же время продолжают выходить газеты предприятий, учреждений и учебных заведений.



В самом широком плане существует деление на СМИ для всех и обо всем и специализированные. В литературе прежних лет употреблялось наименование «общественно-политическая пресса». Сейчас же применительно к нашей прессе стоит употребить термин «универсальная газета» или издания общего профиля, предназначенные любой аудитории, без сегментирования, то есть деления ее по какому-нибудь признаку.



Специализированная периодика, признаки аудитории:

- Социально-демографические (пол, возраст, место жительства, национальность, язык)
- Социально-профессиональные (специализация, род занятий)
- Социокультурные (образование, вероисповедание, досуг)
- Политико-идеологические
- Потребительские
- Психологические (особенности восприятия материалов, информационные интересы, мотивы выбора СМИ)



Как вы считаете, какие есть плюсы и минусы в универсальной газете и в специализированной?

Деление СМИ по периодичности:





Какие темы вы бы предложили освещать в СМИ разной периодичности?