

Азбука журналистики

Информация - это всё.
«Владеющий информацией
владеет миром»

Журналистика - это общественная деятельность по сбору, обработке, хранению и периодическому распространению актуальной социальной информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение и т.д.)

Этико-правовые основы деятельности журналиста.

- С законом не шутим
- Этику не нарушаем

Профессиональные качества журналиста

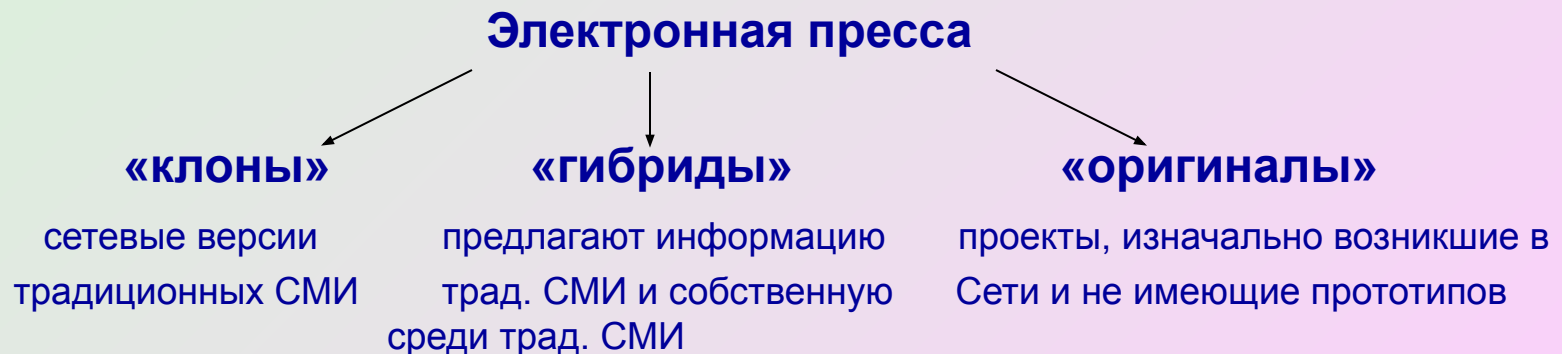
- Объективность (говорить только правду)
- Беспристрастность (констатировать факт и, только исходя из него, давать оценку происходящему. Ваше личное отношение к факту не должно выражаться)
- Принципиальность (как гражданин и личность журналист имеет право на собственную точку зрения)
- Толерантность (пренебрежение чужим мнением не только показатель отсутствия уважения к человеку, но и более длинный путь к подлинной сути вещей)
- Коммуникабельность (умение устанавливать контакты и связи, общаться)
- Оперативность (работа с информацией не терпит промедления)
- Грамотность (владение нормами того языка, на котором журналист говорит и пишет)

Виды средств массовой информации

- *Газета* (венецианская монета *gazette* - столько стоил рукописный лист, распространяемый в Венеции) - оперативно передаёт информацию о событиях различных сфер жизни. Газеты имеют различные форматы и тиражи.
- *Журнал* (лат.*diurnal is* – ежедневный) - анализирует факты, выявляет причинно-следственные отношения между ними, на основе чего создается целостная картина действительности.

Электронные СМИ

- **Радио** – информация рассчитана на слуховое восприятие. Текст должен быть доступен и понятен слушателю. Речь радиожурналиста должна быть грамотной и внятной.
- **Телевидение** – объединяет в себе возможности аудиального и визуального восприятия информации. Тележурналист должен не только грамотно и внятно говорить, но и быть телегеничным.
- **Электронная пресса** – возникла в сети Интернет. Объединяет в себе возможность получать и аудиовизуальную, и текстовую информацию. Выходит очень оперативно.



Типы СМИ

(в зависимости от аудитории)

- Общественные
- Региональные
- Местные
- Женские
- Мужские
- Молодёжные
- Детские
- Семейные
- Профессиональные
- Религиозные и т.д.

Основные виды сбора информации

- Работа с документами
- Наблюдение
- Общение с людьми
- Пресс-конференции
- «Круглые столы»

Структура журналистского текста

- Все начинается с заголовка

- Лид

- Основная часть

- Подпись

Основные публицистические жанры

- Заметка
- Репортаж
- Интервью
- Статья
- Фельетон
- Очерк
- Рецензия
- Эссе
- Отчет

Редактирование

- Из чего складывается редактирование
- Учимся видеть ошибки
- Никуда без корректуры

Как сделать газету продаваемой

Экономика и маркетинг СМИ

Изучаем рынок и потребителей информации

Проводим опрос аудитории (учеников, учителей и родителей): «Какая информация им нужна?»

Продвигаем СМИ

1. Анализируем другие издания.
2. Придумываем рекламный слоган для своего СМИ, развлекательные и интеллектуальные «игры», определяем цену.