

Тезаурус журналиста

Понятия

- Информация
- Коммуникация
- Массовая коммуникация
- Масс-медиа / СМИ
- Журналистика
- Публицистика
- Реклама
- PR

Информация = содержание

- Информация представляет собой всеобщее свойство взаимодействия материального мира, определяющее направленность движения энергии и вещества (Н. Винер)
- Информация – это проявление сигнальной связи управляющего характера, которая объективно существует между всеми предметами реального мира, расшифровывается как сведения, диктующие получателю изменения поведения (Г.В. Лазутина)
- Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова)

Медиа (1)

- «Media» (мн.ч. от лат. *medium*— посредник) как понятие возникает в XVI в., в XVII в. используется, в языке философии, а с XVIII в. начинает применяться к исторически первому средству массовой коммуникации — газетам.
- В XIX в. понятие «media» начинает употребляться в его современном смысле — как распространение сообщений с помощью особых технических средств связи (почта, телеграф).
- Для обозначения газеты как рекламного посредника применяется с начала XX в., с возникновением и развитием радио (1920-е гг.) и телевидения (1940-е гг.) это понятие переносится и на них, но уже со значением массовых СМИ (mass media).

Медиа (2)

- Media/медиа (множ. число medium – средство, способ) означает средства связи и передачи информации различных типов – от самых древних (языки жестов, дымов, барабанов, наскальных рисунков) до самых современных, образующих глобальное информационное супермагистрالی.
- В особую категорию выделяются mass media – массовые средства информационных связей, отличающиеся особой атрибутикой и функциями.

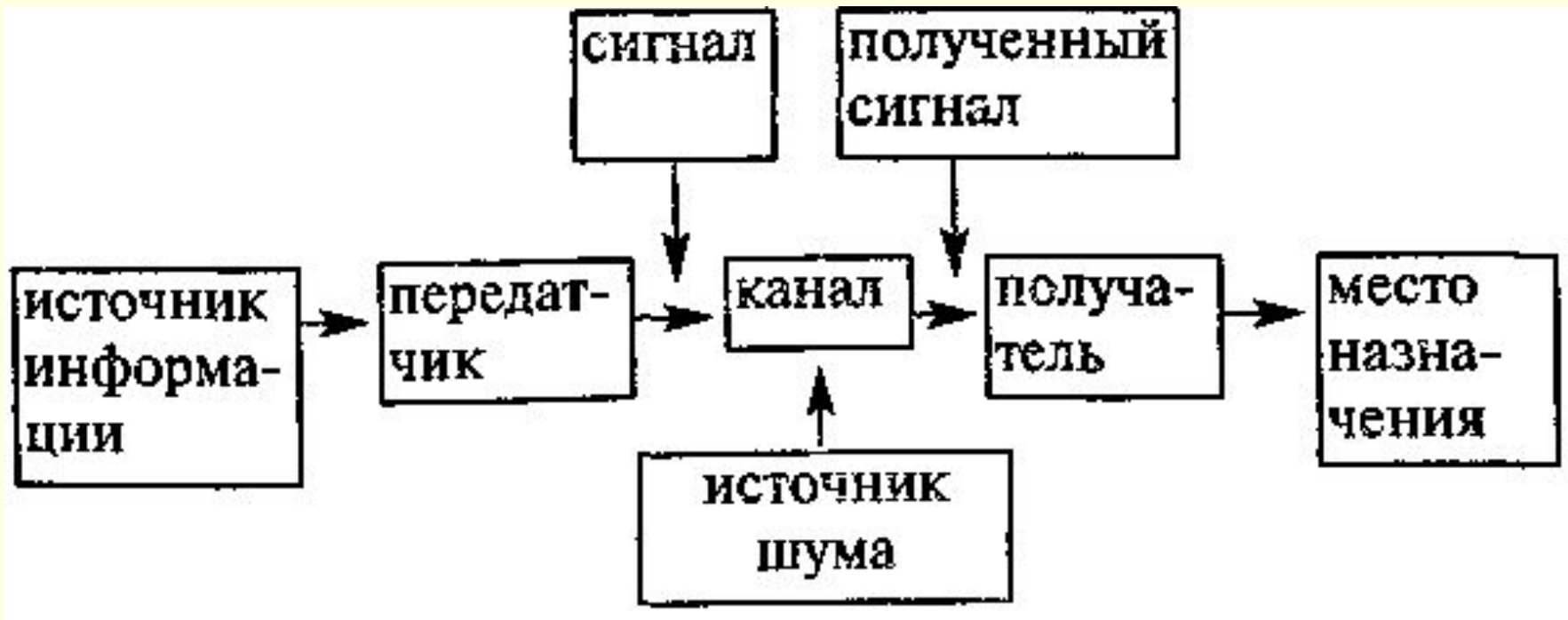
Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-рус. Толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.

Коммуникация = процесс

- Communication (от лат. *communicate*—делать общим, связывать) с XV в. Обозначает процесс сообщений или передачи чего-либо, в XVII в. возникает его новое значение, описывающее физические способы сообщения как линии коммуникации—дороги, каналы, позже —железные дороги, т. е. в значении транспортировки, перемещения людей и товаров

Черных А. Мир современных медиа. М., 2007

Математическая модель коммуникации К. Шеннона



Массовая коммуникация

- Массовая коммуникация — систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей;
- Массовая коммуникация включает институты, посредством которых специализированные группы используют технологические устройства (пресса, радио, кино и т.д.) для распространения символического содержания большим, гетерогенным и рассредоточенным аудиториям;

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000.

Mass Communication

- Only one of the processes of communication operating at the society wide level, readily identified by its institutional characteristics

McQuail D. (2010) McQuail's Mass Communication Theory

Г. Лассуэлл

- *Кто сообщает?*
- *сообщает что?*
- *по какому каналу?*
- *Кому сообщает?*
- *с каким эффектом?*

Lasswell H. Structure and Function of Communication in
Society. NY, 1948

Маклюэн (1)

- The medium is the message (средство сообщения есть само сообщение)
- Global village (глобальная деревня)

Маклюэн: горячие и холодные средства коммуникации

- Есть основной принцип, отличающий такое горячее средство коммуникации, как радио, от такого холодного средства, как телефон, или такое горячее средство коммуникации, как кино, от такого холодного средства, как телевидение. Горячее средство — это такое средство, которое расширяет единственное чувство до степени «высокой определенности». Высокая определенность — это состояние наполненности данными. Фотография, с визуальной точки зрения, обладает «высокой определенностью». Комикс же — «низкой определенностью», просто потому что он дает очень мало визуальной информации. Телефон является холодным средством коммуникации, или средством с низкой определенностью, так как ухо получает скудное количество информации. Речь тоже является холодным средством с низкой определенностью, поскольку слушателю передается очень мало, и очень многое ему приходится додумывать самому. Горячие средства характеризуются низкой степенью участия аудитории, а холодные — высокой степенью ее участия, или достраивания ею недостающего.

Масс-медиа / СМИ

- Масс-медиа (electronic media, mass media) – название средств массовой информации (СМИ): прессы, компьютеризированных печатных агентств, радио, телевидения; электронные СМИ (Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. Под ред. Романовского И. И.)
- Масс-медиа [англ. massmedia < лат. mass - массовый, масса + media (medium) - средство, посредничество] - средства массовой информации (коммуникации): пресса, кино, телевидение, аудио- и видеокассеты, плакаты и т.п. (Словарь иностранных слов. Комлев Н. Г.)

Журналистика и СМИ

- Суть журналистики: содержание / тексты информационного характера (журналистский текст), характеризующегося одновременно чертами творческого и индустриального производства
- Суть СМИ: Индустрия, обеспечивающая производство, упаковку и распространение всех типов медиатекстов

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2009.

- Журналистика как особый социальный институт, система различных учреждений
- Журналистика как система видов деятельности, необходимых для нормального функционирования этого социального института
- Журналистика как совокупность профессий, важных для обеспечения всех областей ее деятельности (в том числе, специалисты по менеджменту, маркетингу, инженерному обеспечению)
- Журналистика как система произведений
- Журналистика как комплекс каналов передачи массовой информации, использующих различные средства коммуникации
- Журналистика как совокупность учебных дисциплин и особая отрасль науки

Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2006.

- Журналистика не может быть сведена к организации коммуникаций в обществе, хотя и выполняет коммуникативные функции. Ее нельзя свести к литературному творчеству, хотя литературная работа и составляет ее существенный компонент
- С одной стороны, она действительно является собой **производство особого рода информационных продуктов**, назначение которых оперативно извещать общество о происходящих в его жизни изменениях самого разного свойства...
- С другой стороны, журналистика выступает как **организатор духовного сотрудничества разных общественных сил для создания массовых информационных потоков**, без которых нормальное существование общества невозможно и которое она-то и формирует.

Свитиш Л.Г. Феномен журнализма. М., 2000.

- Журнализм – специфическая массинформационная деятельность, связанная с поиском и передачей актуальной социальной информации в ритмизированной, дискретной форме массовой, вероятностной, рассредоточенной, анонимной аудитории и выступающая тем самым в качестве информационного масскоммуникаторства

Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2009.

- Журналистика – это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, ТВ, кино и т.п.)
- Система предприятий и средств сбора и доставки информации: редакции, телерадиокомпании, ИА и их производственно-техническая база
- Продукция журналистской деятельности
- Определенная отрасль научного знания и образования.

Рэндолл Д. Универсальный журналист. М., 2000.

- *Отыскивать и публиковать информацию* вместо слухов и измышлений
- *Сопrotивляться правительственному контролю* или вовсе избегать его
- *Информировать избирателей*
- *Тщательно расследовать действия и бездействие правительств, выборных представителей и общественных организаций*
- *Исследовать мир бизнеса, обращение с рабочими и покупателями и качество продукции*
- *Облегчать жизнь пострадавшим и тревожить удобно устроившихся, предоставляя свой голос тем, кто лишен возможности быть услышанными*
- *Держать зеркало у лица общества, показывая его достоинства и пороки, развенчивая лелеемые им мифы*
- *Работать на торжество правосудия, демонстрируя его победы и расследуя поражения*
- *Содействовать свободному обмену идеями, особенно такими, которые идут вразрез с господствующей идеологией*

Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией. М., 2008.

- В чем смысл журналистики? Что такое новость?
 - Мы стремимся донести до аудитории те факты, которые кто-то пытается скрыть, и сделать это так, как считаем нужным мы, а не власть имущие или сильные мира сего.
 - Мы хотим рассказать нашим зрителям, читателям, слушателям то, что важно для них и для общества, в котором они живут.

Закон о СМИ (www.medialaw.ru)

- под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции, зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;
- под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации

Журналистика

- Журналистика – профессия прикладная.
- Задача журналиста очевидна – найти новость, изложить ее в том виде, в каком это требуется для конкретного органа СМИ, и в принципе на этом она может считаться выполненной. Встроить эту новость в более широкий информационный контекст, передать ее затем аудитории должен уже не журналист, а редакция, медиаорганизация, фактически канал СМИ.
- Журналистика применительно к СМИ – это, безусловно, прежде всего содержание, или, как все чаще говорят в исследованиях СМИ, контент.

Journalism

- Paid writing (and the audiovisual equivalent) for public media with reference to actual and ongoing events of public relevance

McQuail D. (2010) McQuail's Mass Communication Theory

Публицистика

- Область литературы, имеющая своим предметом актуальные общественно-политические вопросы (Литературная энциклопедия 1929-1939);
- Род произведений, посвященных актуальным вопросам и явлениям текущей жизни общества и содержащих фактические данные о различных ее сторонах (БСЭ, 1969-1978)

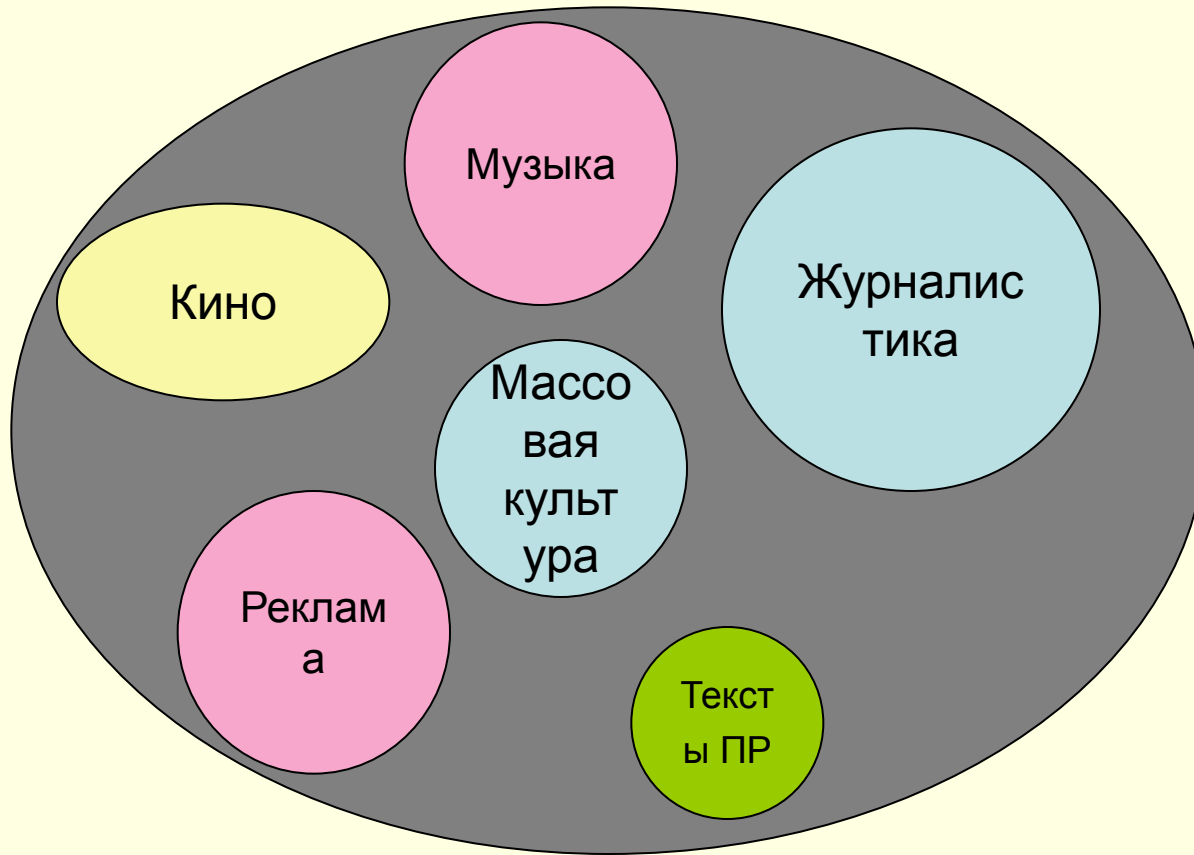
Реклама

- Реклама (*reclamare* — «утверждать, выкрикивать, протестовать») — ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информативно-образные, экспрессивно-суггестивные послания для продвижения товаров и услуг
- Реклама должна отличаться/отделяться от журналистского текста

Связи с общественностью

- Вид представительских функций, связанных с исполнением обязанностей по предоставлению информации о корпорациях, поддержке взаимоотношений с акционерами и инвесторами
– Финансово-инвестиционный толковый словарь, 2002
- Мероприятия по связям с общественностью, созданию и поддержанию взаимовыгодных отношений между организацией и различными общественными структурами и слоями общества, от которых зависит успех организации (Большая актуальная политическая энциклопедия)

Контент СМИ



Западная традиция

- От политологии, социологии, политэкономии – через массовые коммуникации – к журналистике
- Модель пропаганды (Герман, Хомски)
- Индустрия культуры / культурные индустрии (Адорно, Хоркхаймер)
- Общественное мнение (Липпман)
- Четвертое сословие, четвертая власть. Сторожевой пес демократии
- Объективизированная журналистика

Российская традиция

- Из литературы – через публицистику – к журналистике
- Журналистика и литературный процесс
- Журналистика как проект личности: Петр I, Екатерина Великая, Пушкин, Толстой, Ленин, Кольцов, Симонов
- Советский журналист: моральные убеждения, активная гражданская позиция, партийность, классовость
- Принадлежность интеллектуальной элите
- Миссионерство, просветительство
- Духовность и журналистика

Задание 1

- Сравните два телеканала – «Россия 1» и «Муз-ТВ». Где работает большее количество журналистов? Почему?

Задание 2

- Назовите имена журналистов, которые были писателями, и писателей, которые были журналистами