

КОМУ И ЗАЧЕМ НУЖНЫ МЫ, ЖУРНАЛИСТЫ?

Основные функции СМИ



Функция №1. Информировать людей (ИНФОРМАЦИОННАЯ)

- Сбор, анализ и распространение информации
- Качественно и вовремя сообщать о важнейших событиях и тенденциях
- Посредничество в передаче информации



ЧЕМ ЖУРНАЛИСТ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ... БАБУШКИ НА СКАМЕЕЧКЕ?

- Публичность (точнее – её высокая степень)
- Признание за ним особого журналистского статуса обществом и властью (государственная регистрация СМИ)
- Техническая возможность передавать информацию максимально широкой аудитории. Наличие МЕДИА (лат. «средство») для распространения новостей

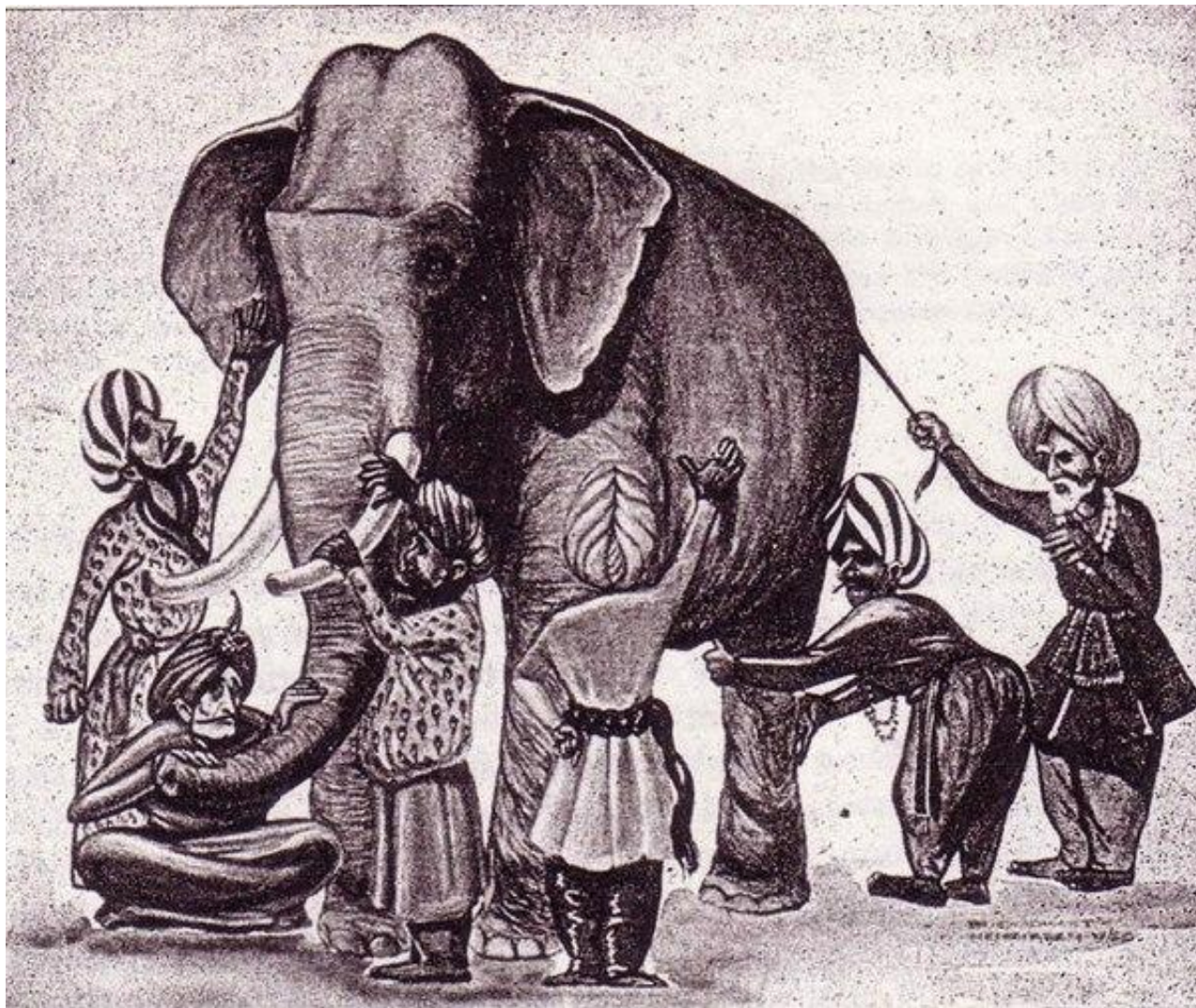


НОВОСТЬ – ЭТО ХЛЕБ НАШ НАСУЩНЫЙ

- Новость – главный материал, из которого строится здание журналистики. Это может быть небольшой кирпичик, целый блок или гигантская «информационная плита».
- Журналист похож на золотоискателя: он должен просеять кубометры земли, прежде чем наткнётся на крупницы драгоценного металла. Важно уметь работать с информацией – отделять главные новости от второстепенных.
- Новости отличаются по степени общественной значимости (мировые, общенациональные, региональные, городские, районные, факультетские...)
- «Журналист – это писатель, контуженный секундной стрелкой» (Анатолий Юркин). В СМИ ценится оперативность – важно не просто сообщить новость, но сделать это первым. Принцип: «Кто первым встал, того и тапочки».
- **Точность, правдивость и объективность!!!** При подаче новостей необходимо предоставлять как можно больше фактов.



КАК БЫТЬ ОБЪЕКТИВНЫМИ?



КТО ПЛАВАЕТ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКАХ?

- Журналисты-новостники: сотрудники информационных агентств, корреспонденты, репортёры etc. Их задача – давать как можно больше фактов и избегать «отсебятины».
- «Журналистика факта». Чистый жанр – заметка и информационная статья. В России это направление пришло из США и Великобритании в 1990-е и получило широкое распространение с подачи издательского дома «Коммерсант». «Новости – это наша профессия»
- Для журналиста информация – это воздух. Можно растить любой сад, но ни одно дерево не вырастет в вакууме. Поэтому информация (пусть и специфическая) присутствует даже в развлекательных ток-шоу.



Функция №2. Объединять людей (КОММУНИКАТИВНО-ИНТЕГРАЦИОННАЯ)

- СМИ создают информационное поле, за счёт которого люди осознают своё единство. Мы все «произрастаем» на том или ином куске земли, а журналисты помогают нам ощутить, что мы — одного поля ягодки.
- Информационное поле может быть **мировым, общенациональным, региональным, городским** и так далее.
- Главное информационное поле — **национальное**. «Нация ежедневно общается сама с собой при помощи СМИ» (Виталий Третьяков). Главный объединяющий фактор — **язык**.



Кого ещё объединяют СМИ?

СМИ работают на сплочение не только целых наций, но и отдельных социальных групп.

- Религиозные конфессии (христиане, буддисты, последователи Фиолетового Гуру)
- Сторонники политических идеологий (патриоты, либералы, коммунисты, националисты)
- Профессиональные сообщества (бизнесмены, учёные, музыканты, домохозяйки)
- Представители субкультур (болельщики «Зенита», экстремалы, эмо)



ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ... МЫ ВСЕ В НЁМ ЖИВЁМ



СМИ
они везде



КОГДА «ОБЪЕДИНИТЕЛЬНАЯ» ФУНКЦИЯ СМИ ОСОБЕННО ОСТРО ОЩУЩАЕТСЯ?

- Во время крупных **событий**, оказывающих мощное воздействие на умы и сердца людей
- ▣ **Победы** (спортивные, культурные, политические)
- ▣ **Праздники**
- ▣ **Природные катаклизмы** (наводнение, землетрясение, ураган)
- ▣ **Техногенные катастрофы** (падение самолёта, крушение поезда, авария на АЭС)
- ▣ **Политические потрясения** (войны, революции, протесты, забастовки, перевороты)



XXXI Летние Олимпийские игры.

Рио-де-Жанейро, 5-21 августа 2016 года



КРУШЕНИЕ РОССИЙСКОГО САМОЛЁТА А-321 В ЕГИПТЕ.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 1 НОЯБРЯ 2015 ГОДА



ПРАЗДНОВАНИЕ 70-ЛЕТИЯ ПОБЕДЫ.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 9 МАЯ 2015 ГОДА



РЕФЕРЕНДУМ В КРЫМУ.

СЕВАСТОПОЛЬ, 16 МАРТА 2014 ГОДА



Функция №3. УПРАВЛЯТЬ ЛЮДЬМИ (ОРГАНИЗАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ).

- Журналисты помогают власти управляют обществом.
- «Какой ужас!» Не спешите с выводами...
- СМИ оповещают, мобилизуют и организуют людей в критические моменты истории (войны, стихийные бедствия, техногенные катастрофы).
- СМИ сообщают людям «практические» новости (открылась новая станция метро, вступил в силу новый закон, «на Дворцовом мосту пробки»).
- Власти информируют через СМИ о своих настоящих и будущих шагах (в идеале!)



ЖУРНАЛИСТЫ КАК ЧЕТВЁРТАЯ ВЛАСТЬ

- «Газета — это не только коллективный пропагандист и агитатор, но и коллективный организатор» (В. И. Ленин).
- «Кто владеет информацией, тот владеет миром». СМИ — четвёртая власть, стоит в одном ряду с исполнительной, законодательной и судебной властью.
- Журналисты захватывали власть по мере перехода человечества от силовых к внесиловым (экономическое, информационное) формам принуждения.
- **Медиакратия** — примета информационного общества: элиты управляют массами с помощью тонкой (а иногда и грубой!) манипуляции сознанием.



Что сегодня во власти СМИ?

- Делать «королей» и свергать неугодных властителей.
- Поднимать людей на революции и «продавать» их как стихийный протест («цветные» технологии).
- Влиять на ход и даже исход войн.
- Демонизировать одни страны и их правителей и «обелять» другие.
- «Подсвечивать» одни явления и затенять другие
- Создавать нужное общественное мнение посредством «промывки мозгов».



ПРИ ВСЁМ БОГАТСТВЕ ВЫБОРА...

demotos.ru



ТЫ ТО, ЧТО ТЫ СМОТРИШЬ
Единство в многообразии



Функция №4. ВРАЧЕВАТЬ БОЛЕЗНИ ОБЩЕСТВА (СОЦИАЛЬНО-КОНТРОЛЬНАЯ).

- Журналист – это глаза, уши, уста и (в идеале) совесть нации. Его миссия – быть врачом для общества, то есть выискивать болезни, ставить точный диагноз и назначать верный курс лечения.
- Контролёр власти. Хороший журналист – не официант, а прокурор для политиков. Он указывает на их пороки, ошибки и недоработки.
- Традиции социально-критической журналистики сильны в России. Белинский и Добролюбов считали, что публицист должен менять мир, бороться с несправедливостью и обличать общественные пороки.
- Современная социально ориентированная журналистика родилась в США. «Разгребатели грязи» (muckrakers) много сделали для «очеловечивания» американского капитализма в начале XX века.



ЖУРНАЛИСТ – ОН ТОТ ЖЕ ВРАЧ, ТОЛЬКО ВРАЧ ДЛЯ ОБЩЕСТВА



КОГДА ДОЛЖНА ЗАГОРАТЬСЯ ЛАМПОЧКА SOS?

- ❑ **Коррупция.** Чиновники разворовывают казну, берут взятки, совмещают госслужбу с бизнесом, проталкивают на хлебные места своих родственников.
- ❑ **«Общественные язвы»** (алкоголизм, наркомания, преступность, падение нравов, озлобленность и равнодушие к ближнему).
- ❑ **Социальная несправедливость** (недостаточная забота о пенсионерах, инвалидах, детях-сиротах; разрыв между богатыми и бедными; недофинансирование науки, культуры, медицины и образования).
- ❑ **Нарушение прав человека.**
- ❑ **Загрязнение окружающей среды.**
- ❑ **Несохранение культурного наследия.**
- ❑ **Готовящаяся военная агрессия.**



Функция №5. Нести знания в массы (КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ)

- Если СМИ действительно информируют, то они волей-неволей повышают культурный и образовательный уровень своей аудитории.
- Авторская журналистика (мнения, комментарии, колонки, проблемные статьи) постоянно готовит вкусную пищу для ума.
- На ТВ существуют просветительские каналы («Культура», «История», «Discovery») и отдельные передачи («Орёл и решка», «Что делать»).
Показывают документальные фильмы.
- Издаются научно-популярные журналы (GEO, «Story», «Наука и жизнь», «Наука и техника»).



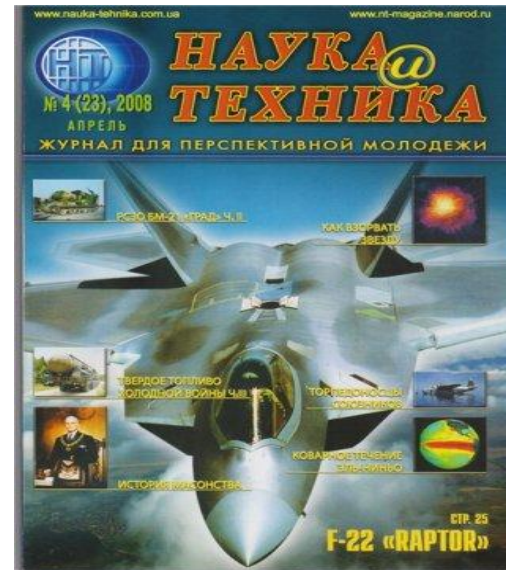
Писать просто о сложном – вот истинное искусство!



НАУКА И ЖИЗНЬ

4
2011

- Самовозгорания торфяников не бывает. Это — миф!
- Возможность развиваться в соответствии с духом времени дали России реформы Александра II
- Можно ли принимать просроченные лекарства? И да, и нет...
- Сюрреализм — он же «сверхреализм» — перевернул представления человека о себе и о мире
- «Тут видел я горизонт... звезды, небо... нежный-нежный голубой цвет у самой поверхности Земли...» (из доклада Юрия Гагарина).



ФУНКЦИЯ №6. СЕЯТЬ РАЗУМНОЕ, ДОБРОЕ, ВЕЧНОЕ (ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ)

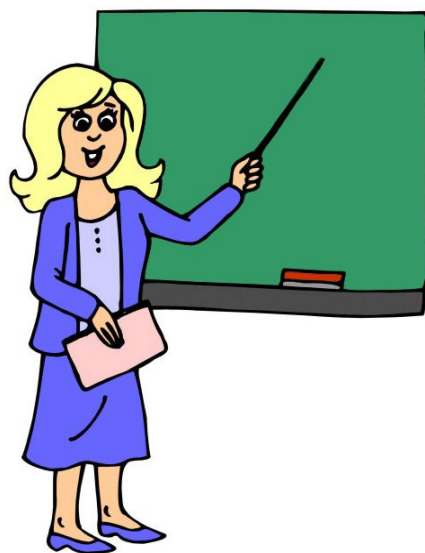
- Высшее предназначение журналиста – пробуждать в людях добрые чувства, воспитывать Личность, нести в массы высокие ценности и идеалы.
- Сложно это делать талантливо и интересно, не скатываясь в морализаторство и занудство.
- Журналисту-воспитателю нужно иметь безупречную репутацию и незаурядный литературный талант.
- Самый лучший способ – не просто поучать, а показывать примеры, достойные подражания. В особой цене – человеческие истории.



КТО НАС ВОСПИТЫВАЕТ?



k5026785 www.fotosearch.com ©



Функция №7. Вести летопись своей эпохи (ИСТОРИОГРАФИЧЕСКАЯ)

- Журналисты об этой своей роли обычно не задумываются и «играют» её неосознанно.
- Журналист – это летописец своей эпохи. Каждая статья – фиксация того или иного исторического момента, события, «духа времени».
- По газетным статьям, радио- и телепередачам историки будут изучать нашу эпоху. Они уже изучают XIX и XX век по публикациям того времени.
- Это должно вызывать чувство ответственности: при всей сиюминутности нашего ремесла мы по-своему творим для вечности!



Журналисты – ЭТО ФАКТИЧЕСКИ ТЕ ЖЕ ЛЕТОПИСЦЫ, ТОЛЬКО ОБ ЭТОМ НЕ ПОДОЗРЕВАЮТ



ФУНКЦИЯ №8. РАЗВЛЕКАТЬ НАРОД (РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ИЛИ РЕКРЕАЦИОННАЯ)

- Совершенно естественная задача. Наши статьи люди читают после (а иногда и вместо) работы.
- Поэтому журналистский текст должен читаться с удовольствием. Только тогда журналистика может исполнять свои другие функции, включая самые «возвышенные».
- В последние десятилетия развлекательная функция становится основной. Популярность «жёлтой прессы» растёт стремительно.
- Ценность досуга давно превзошла ценность труда, что неизбежно сказывается на журналистике. Такова эпоха постмодерна.



СМИ – КОЛЛЕКТИВНЫЙ ШОУМЕН



ИНТЕРНЕТ – ДРУГ ИЛИ ВРАГ ЖУРНАЛИСТА?

- Вы акула пера?
- Нет, дятел клавиатуры!



Atkritka.com



Что интернет нам всем готовит?

- Технический прогресс породил профессию журналиста, но он же может её и убить.
- Журналист теряет «монополию на новость». В «Твиттере» можно быстрее узнать о каком-либо событии, чем на информационной ленте.
- Отпадает нужда в посреднике при передаче информации.
- Стирание грани между СМИ и аудиторией. Каждый может комментировать и постить свои статьи.
- Падание статуса журналиста. Топ-блоги приравниваются к СМИ и становятся популярнее многих газет.



НЕ ВСЁ ТАК ГРУСТНО!..

- Появляются влиятельные интернет-СМИ (Газета.ру, Взгляд.ру, The Village, «Бумага»)
- Медиаконвергенция. Газета, телевидение и радио встречаются и начинают взаимодействовать. К статьям в интернете всё чаще прилагается ролик и/или аудиозапись. Появился особый вид творчества.
- На фоне однообразных информационных потоков всё больше ценится индивидуальность, талант, необычный взгляд на происходящее. Это может привести к новому расцвету авторской журналистики.



ЭССЕ НА ТЕМУ: «КОМУ И ЗАЧЕМ НУЖНЫ В ХХІ ВЕКЕ ЖУРНАЛИСТЫ?»

- Приведут ли высокие технологии к исчезновению журналистской профессии или она будет меняться со временем?
- Миссия журналиста в будущем: какую роль он станет играть в информационном обществе?
- Ради какой цели я собираюсь работать? В чём я вижу своё предназначение как журналиста?

