



**НЕ ЗАМЕРЗНЕТ ЛИ ГАЗЕТА БЕЗ ШАПКИ?
КАК ПИСАТЬ, ЧТОБЫ ВЫЛЕЗТИ ИЗ
ПОДВАЛА?
ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ЛОГОТИП ОТ
ЭМБЛЕМЫ?
ЧТО ТАКОЕ ГАЗЕТНАЯ УТКА?
КАК СТАТЬ КОЛУМНИСТОМ?**

**ЭТИ И ДРУГИЕ ? НЕ ПОСТАВЯТ В ТУПИК АКТИВИСТА ПРЕСС-ЦЕНТРА
«АГРОВЫБОР»**

КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ



- Коммуникация
- Социальная коммуникация
- Массовая коммуникация
- Средства массовой информации (СМИ)
- Масс-медиа
- Журналистика
- Публицистика
- Реклама
- PR

КОММУНИКАЦИЯ



- Communication (от лат. *communicate*—делать общим, связывать) существует в английском языке с XV в. для обозначения общего процесса сообщений или передачи чего-либо.
- В XVII в. возникает его новое употребление, описывающее физические способы сообщения как линии коммуникации—дороги, каналы, позже —железные дороги, т. е. в значении транспортировки, **перемещения** людей и товаров.

Источник: Черных А. Мир современных медиа. М., 2007

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



- Электронная почта, поисковая система, газета, Живой журнал, надпись на заборе, Facebook: что общего между этими явлениями?
- Коммуникация между людьми =
Социальная коммуникация

КЛАССИФИКАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ



- Различается по характеру и составу участвующих субъектов (межличностные, внутригрупповые, межгрупповые ...)
- По территории охвата (глобальные, национальные, локальные ...)
- По характеру контакта (непосредственные, технически опосредованные)
- По структуре общения объектов (от одного ко многим; от многих – к одному, от одного к одному)
- **Массовая коммуникация**

Источник: Интернет-СМИ: теория и практика. М., 2010

КЛАССИФИКАЦИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ПО ЛАССУЭЛЛУ (1902-1978)



- Кто сообщает?
- Сообщает что?
- По какому каналу?
- Кому сообщает?
- С каким эффектом?

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

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ



- Средства массовой коммуникации (СМК) – это те **каналы**, по которым осуществляется процесс массовой коммуникации
- Печать, телевидение, радиовещание, книгоиздание, кино и пр.
- Часто приравнивают к средствам массовой информации (СМИ), но это не одно и то же.
- СМИ – (простыми словами) это организации

СХЕМА СООТНОШЕНИЯ РАЗНЫХ ВИДОВ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ



СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ)



- СМИ – это специализированные организации, работники которых заняты профессиональной деятельностью по сбору, обработке и распространению массовой информации.
- Работники, занятые в этой сфере, представители разных профессий (в т.ч. журналисты)

МЕДИА И МАСС-МЕДИА



- **Media** – медиа (множ. число medium – средство, способ) – средства связи и передачи информации различных типов – от самых древних (языки жестов, дымов, барабанов, наскальных рисунков) до наисовременнейших, образующих глобальные информационное супермагистрالی
- **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.

МАСС-МЕДИА / СМИ



- Масс-медиа – название средств массовой информации (СМИ): прессы, компьютеризированных печатных агентств, радио, телевидения; электронных СМИ (Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. Под ред. Романовского И. И.)
- Масс-медиа – средства массовой информации (коммуникации): пресса, кино, телевидение, аудио- и видеокассеты, плакаты и т.п. (Словарь иностранных слов. Комлев Н.Г.)

ЖУРНАЛИСТИКА И СМИ

ЖУРНАЛИСТИКА

СМИ **Агровыбор**



- Суть : содержание / тексты информационного характера (журналистский текст), характеризующегося одновременно чертами творческого и индустриального производства

- Суть : Индустрия, обеспечивающая производство, упаковку и распространение всех типов медиатекстов
-

ВАРТАНОВА Е.Л. ТЕОРИЯ СМИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ. М., 2009.



- **Журналистика** – профессия очень конкретная, 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.

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 производством 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.

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛИСТ ХОЧЕТ, МОЖЕТ, ДОЛЖЕН



- **Отыскивать и публиковать** информацию вместо слухов и измышлений
- **Перепроверять** информацию, **уточнять**
- **Информировать**
- **Исследовать** мир
- **Облегчать жизнь** пострадавшим и тревожить удобно устроившихся, предоставляя свой голос тем, кто лишен возможности быть услышанными
- **Работать** на торжество правосудия, демонстрируя его победы и расследуя поражения
- **Содействовать** свободному обмену идеями
- **Следовать** врачебному принципу «Не навреди!»
- **Находить** общий язык с представителями любой профессии, людьми любого возраста
- **Интересоваться** новостями в самых разных областях, развивать кругозор

ЗАЧЕМ ВСЕ ЭТИ БУКВЫ И ЦИФРЫ?



- 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.

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

Начинающим журналистам будет полезно хоть немного ознакомиться с Законами о СМИ, о рекламе.

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)

МАРШРУТ ПОНЯТЕН



- От политологии и социологии – через массовые коммуникации – к журналистике, которая формирует общественное мнение

ПИСАТЕЛЬ=ЖУРНАЛИСТ?



- От литературы – через публицистику – к журналистике

И наоборот -

- Из журналистов в писатели

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛ. РЕДАКТОРА ЖУРНАЛА «РУССКИЙ РЕПОРТЕР» ДМИТРИЙ СОКОЛОВ-МИТРИЧ



- Вопрос "что такое журналистика" - это вопрос примерно того же порядка, что и вопрос "что такое глаза, уши, нервы". Журналистика - это один из органов чувств. Не человека, а общества. Журналист - это такой аватар, который делегирован обществом чувствовать вместо него и точно описывать все знания и ощущения

<http://www.journ.msu.ru/about/news/6062/>

АЛЛЮРОМ ПО ЖАНРАМ



Жанр – исторически сложившаяся разновидность произведения.

В журналистике жанры:

Информационные (информация, заметка, репортаж, интервью, отчет)

Аналитические (статья, корреспонденция, рецензия, письмо, обзор, комментарий, интервью)

Художественно-публицистические (зарисовка, очерк, фельетон, эссе, памфлет, шарж)

Другие (официальные документы, статистические, научно-технические материалы, разъяснения, справки, реклама, развлекательные материалы, иллюстрации...)

КАК ДОБЫТЬ МАМОНТА?



Методы добычи информации:

Присутствие и наблюдение

Расследование, исследование, анализ

Сравнение

Опрос

Интервьюирование

Анкетирование

НА КАКОЙ ПЛОЩАДКЕ КАКИЕ ЖАНРЫ



- В газетах и журналах, тв, радио, интернет-
сми: все
- На официальных сайтах чаще видим
пресс-релизы, пост-релизы, анонсы,
заметки, интервью, справочные материалы
и официальные документы
- Соцсети: посты в форме заметок, опросов,
интервью, статьи

ЧТО НЕ ЗАБЫТЬ В НОВОСТИ



- Говорить коротко (10-20 строчек) о самом главном в разных стилях для разных площадок, для разных ЦА:
- для официального сайта, информационно-аналитических печатных изданий – официальный, строгий, без лишних эмоциональных всплесков, без личностных оценок текст;
- Для молодежных изданий – более легкий стиль, в тексте угадывается настроение автора
- Для соцсетей: на личных страницах – волю фантазии, в группах студобъединений – не забывать, что эти группы воспринимаются как визитки - простой стиль, чистый язык, можно использовать смайлы и т.д.

Виды заметок: анонсирующая, «горящая» (с места события, самые свежие новости), после события, развлекательная (ценность не в событии, а в том, как автор сумел его подать: остроумно, задиристо, ярко, и заинтересовать ЦА

ИНТЕРВЬЮ - ПРОСТОР ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА



(не путайте метод сбора информации и жанр)

Самое главное: к интервью надо готовиться! Иначе оно грозит превратиться в анкету или в диалог некомпетентного корреспондента с героем, который так и не станет героем публикации.

Продумать вопросы. Они должны быть не анкетными, а давать возможность ответить развернуто.

Король среди всех видов - интервью-беседа.

Интервью-диалог.

Интервью-монолог.

Интервью-круглый стол.

Интервью с комментариями.

Интервью-пресс-конференция.

Вопрос на засыпку: какой инструмент незаменим и самый надежный в работе журналиста?

СОВЕТЫ ДЛЯ ПОСТОВ СТУДОБЪЕДИНЕНИЙ



- Интрига это хорошо. Однако лучше не забывать указывать: что, кто, где, когда? Зачем, с какой целью, как?.. К заметке можно присоединить комментарий, опрос, справочку
- Научитесь различать стоящий информповод: анонс, пресс-релиз, репортаж, пост-релиз, послевкусие-опрос...
- Относиться к языку изложения с уважением: старайтесь писать без ошибок. Зачитывайте вслух себе текст: если глаза не видят, уши точно подскажут!
- Почитать о жанре «репортаж» и сами репортажи в разных СМИ: не надо описывать каждый свой шаг перед событием или после него, не каждый свой восхищенный выдох – главный герой репортажа – не вы, а событие
- Не путать эмоции с впечатлениями)))

ЗАДАНИЕ НАПОСЛЕДОК



- Подготовить о Школе журналистики – любой текстовый материал в любом жанре в любом стиле с пояснением-указанием жанра, стиля, ЦА, площадки публикации до 30 сентября 2019 г.
Выслать в ВК Надежде Осиповой
- Самым креативным – памятные призы



Агровыбор

Спасибо за внимание!