

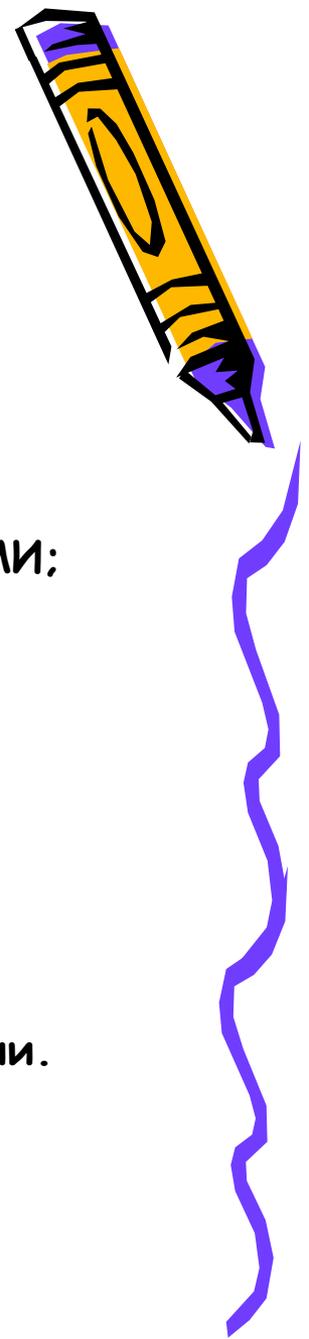
# Введение в профессию

Схемы и таблицы по курсу

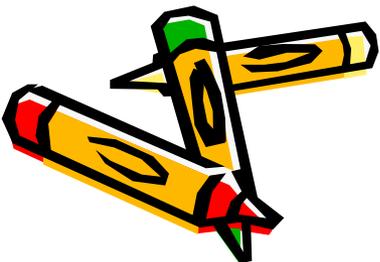
Направление подготовки - Журналистика



# Характеристики современного российского журнализма как профессии



- !
  - профессия ищет свое лицо в новой медиареальности
  - глобализировалась при помощи электронных и сетевых СМИ;
- !
  - стала разнообразной, многообразной, многотипной;
  - стала интересней аудитории;
- !
  - коммерциализировалась;
  - обурьварилась, пожелтела;
  - переживает размывание этических и ценностных ориентации.



# Линейные эволюционные тенденции преобразования коммуникативно-информационной деятельности

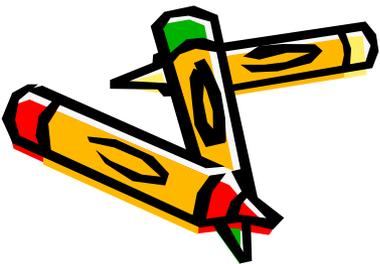
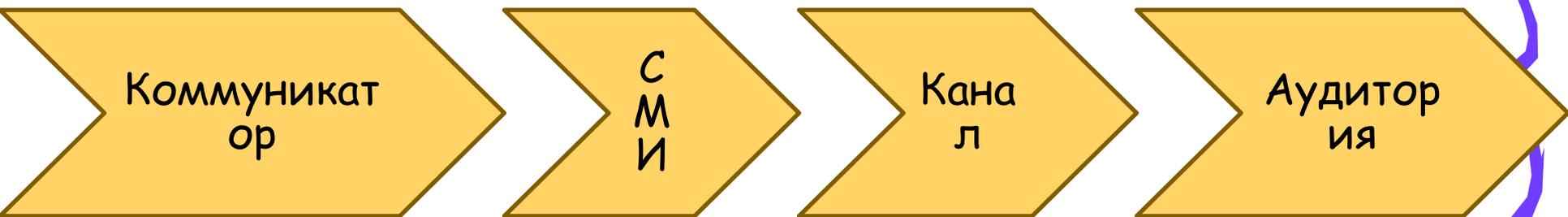
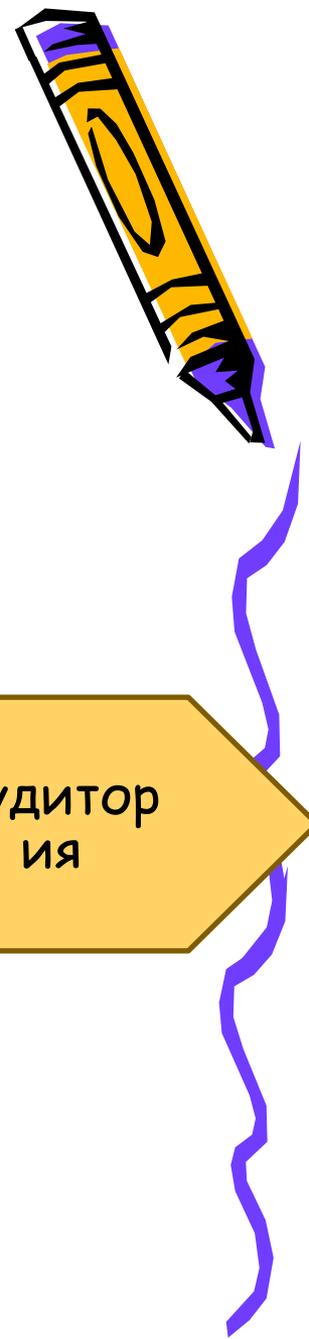
## Данная деятельность преобразовывалась ИЗ

- пророческой
- индивидуальной
- элитарной
- монологичной
- устной
- печатной
- аксиальной (осевой)
- непрофессиональной
- информирования как службы
- литературной работы
- качественного журнализма

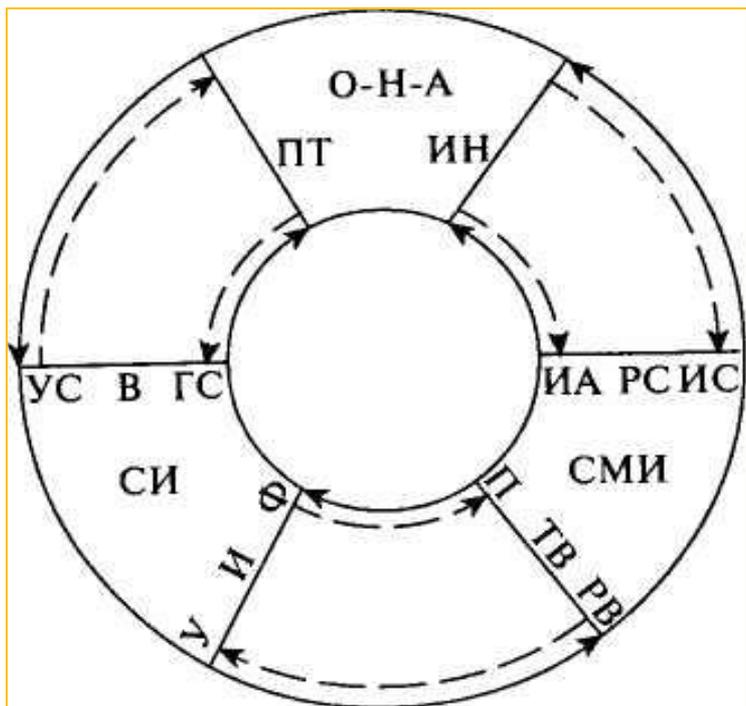
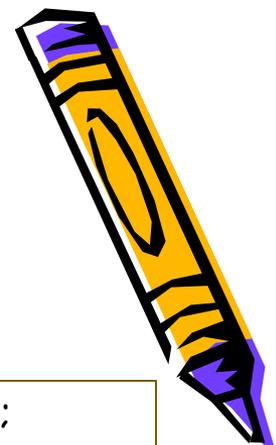
## Данная деятельность преобразовалась В

- реальную, земную
- коллективную
- массовую
- диалогичную
- письменную
- электронную
- ретиальную (многолучевую)
- профессиональную;
- творчество и литературную работу
- бизнес
- желтый

# Структура участников функционирования информации в обществе



# Функционирование журналистики в обществе



**О** - общество, **Н** - народ, **А** - аудитория;

**ПТ** - информационные потребности общества;

**ИН** - интересы аудитории;

**СИ** - социальные институты;

**УС** - управляющие структуры;

**В** - властные структуры разного уровня;

**ГС** - партии, общественные движения и объединения, другие структуры гражданского общества;

**У** - учредители СМИ;

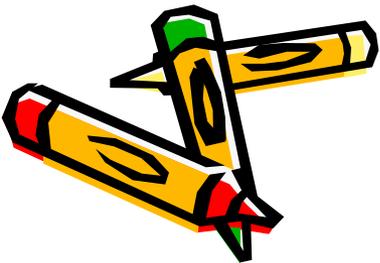
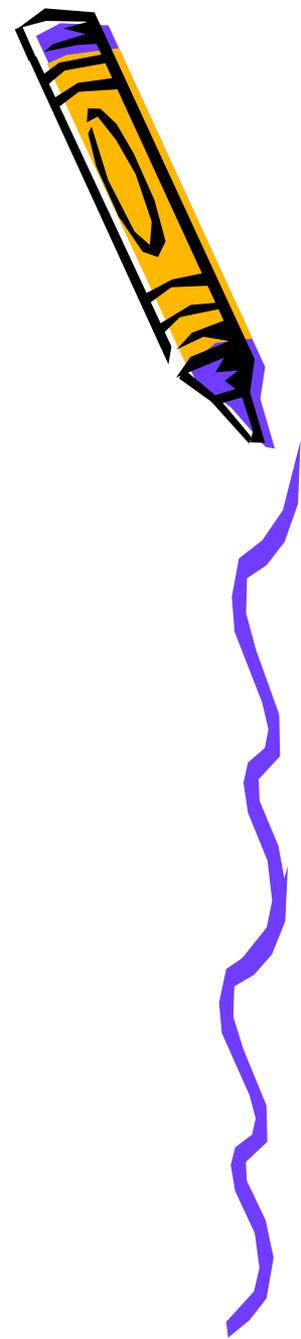
**Ф** - финансовые структуры, владельцы СМИ, рекламодатели, спонсоры и т.п.; **И** - издающие и распространяющие СМИ организации;

**СМИ** - средства массовой информации разных уровней и типов; **ПТ** - печать; **ТВ** - телевидение; **РВ** - радиовещание; **ИА** - информационные агентства; **ИС** - интернет-СМИ; **РС** - рекламные службы

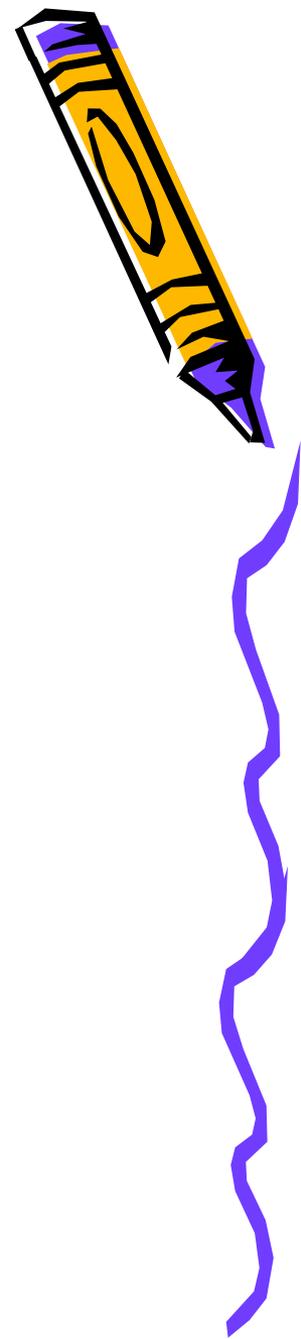


# Функционирование СМИ в социальном направлении (возобновляемые циклы)

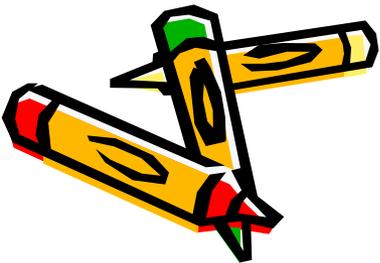
- потребности общества
- институты власти и учредители
- журналисты
- издатели и распространители СМИ
- аудитория



# Функционирование СМИ в аудиторном направлении (возобновляемые циклы)



- интересы аудитории
- журналисты
- институты власти
- информационные потребности общества



# Социальные институты

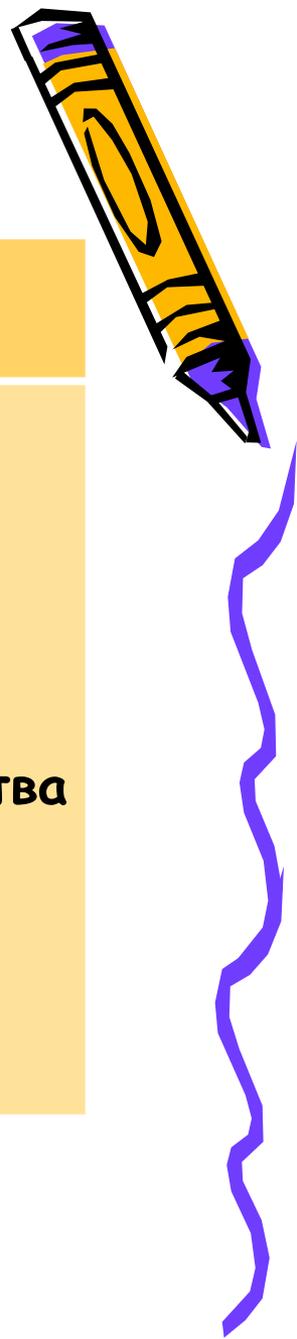
## Функции

- Правовое регулирование
- Экономическое регулирование
- Политическое регулирование
- Идеологическое воздействие
- Организация, управление
- Контрольная деятельность

## Структуры власти

- Политические партии и движения
- Различные общественные структуры
- Владельцы, учредители
- Коммерческие структуры
- Издатели, распространители СМИ

# Структура и функции СМИ

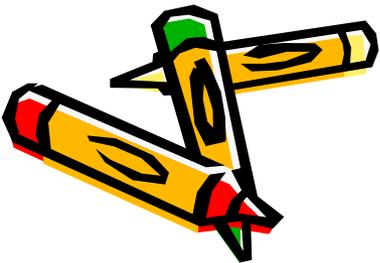


## Функции СМИ

Информирование  
Коммуникация  
Интеграция  
Управление, пропаганда  
Социализация, воспитание  
Просвещение  
Исследование  
Рекреация

## Система СМИ

Печать  
Телевидение  
Радиовещание  
Информационные агентства  
Сетевая журналистика  
ТР и рекламные службы



# Дифференциация СМИ

- Деление СМИ
  - Виды
    - Качественная
      - Бульварная
  - Направления
  - Периодичность
  - Должностной статус
  - Виды работы
  - Жанровая специализация
  - Тип имиджа, амплуа
  - Аудитория
    - Широкая
      - Специальная
    - Группы по полу
    - Группы по возрасту

