

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

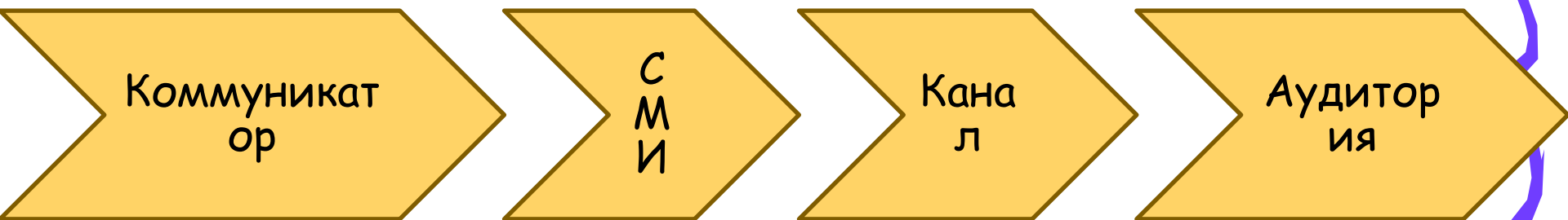
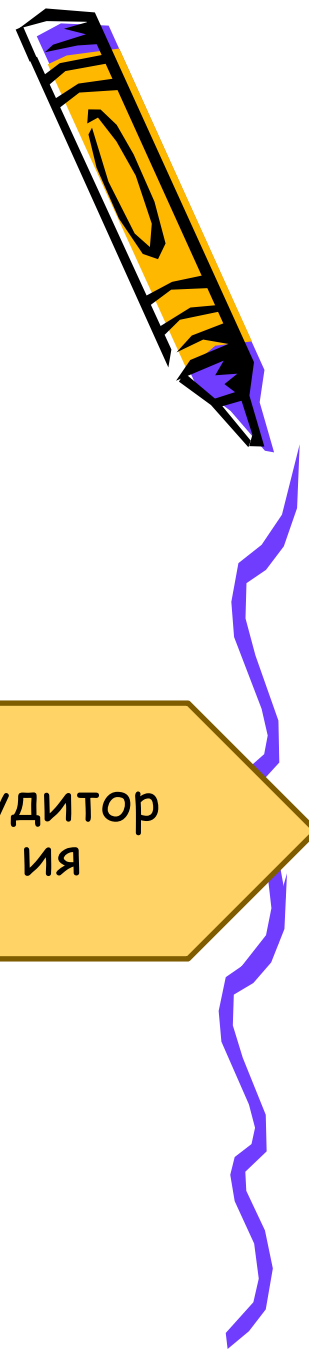
Данная деятельность преобразовывалась ИЗ

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

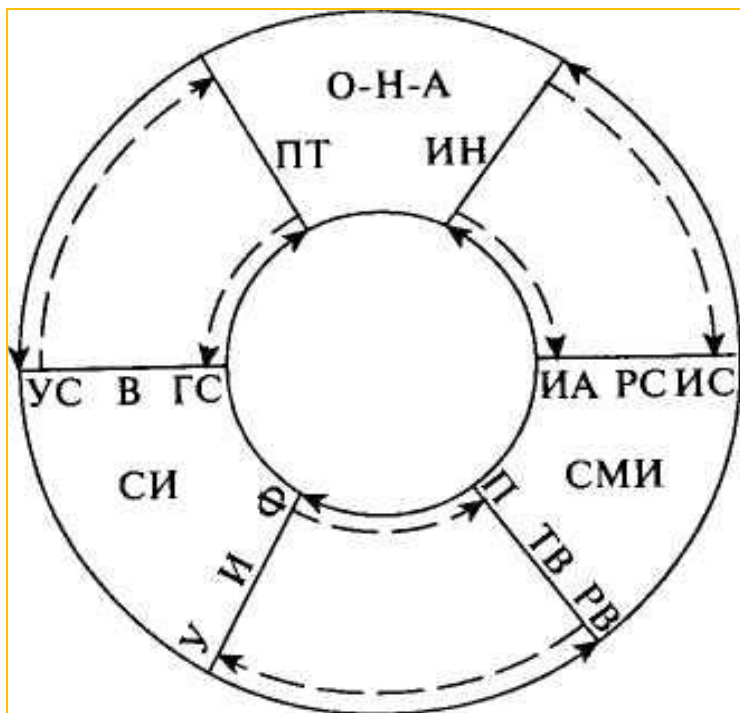
Данная деятельность преобразовалась В

- 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;

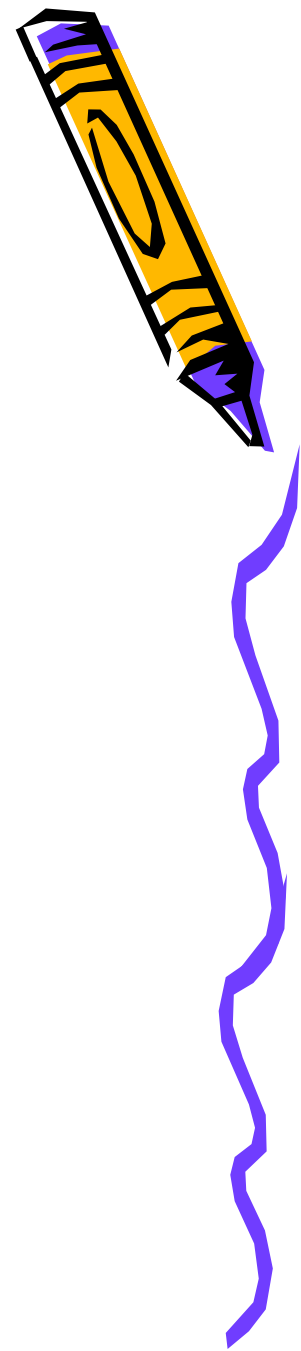
Ф - финансовые структуры, владельцы СМИ, рекламодатели, спонсоры и т.п.; **И** - издающие и распространяющие СМИ организации;

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

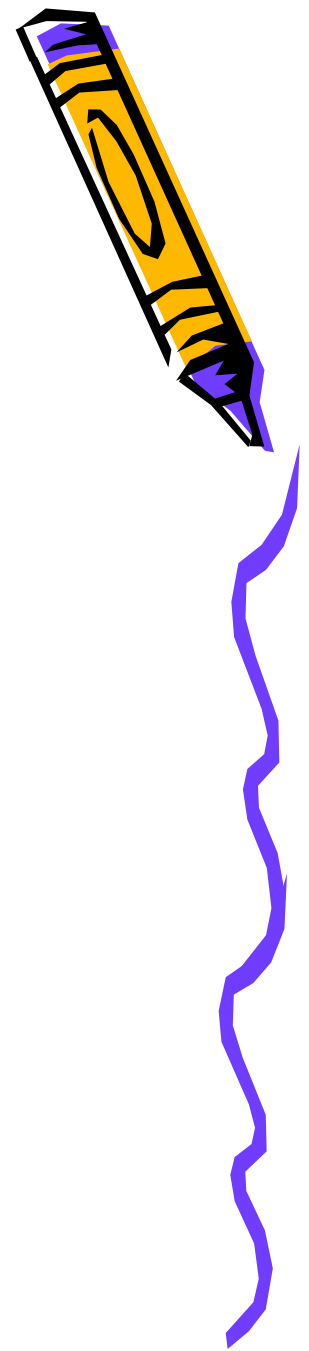


Функционирование СМИ в социальном направлении (возобновляемые циклы)

- 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

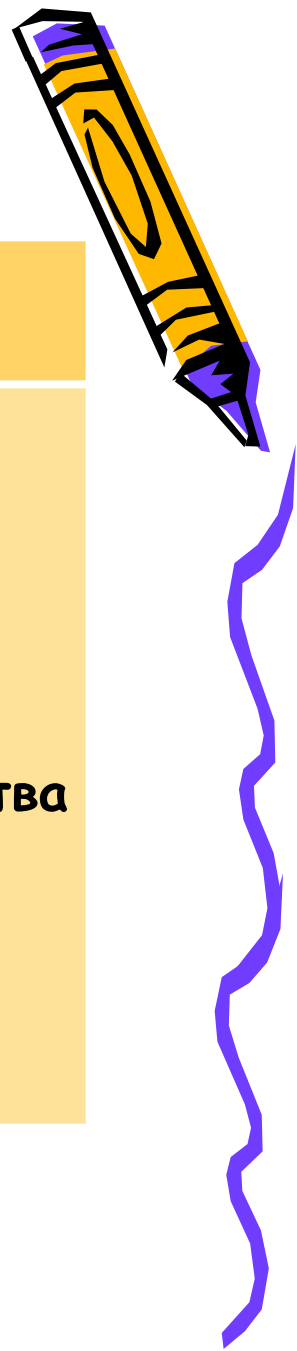
Функции

- 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

