

Федеральное агентство по образованию РФ
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

_____ О.Б.Арчакова

« _____ » _____ 2007г.

Учебно-методический комплекс дисциплины

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

ЧАСТЬ 1

для специальности 030601 «Журналистика»

Составитель: Кудряшов А.А.

2007

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
Амурского государственного
университета

Основы журналистики. Часть 1 для специальности 030601 «Журналистика»:
учебно-методический комплекс. /Кудряшов А.А.- Благовещенск. Изд-во Амурского
гос.университета, 2007 г. – 78с.

© Амурский государственный университет

© Кафедра журналистики

Пояснительная записка

Учебный курс "Основы журналистики" - вводный курс, который традиционно читается на первом году обучения. В этом курсе студентам предлагаются исходные понятия, помогающие в изучении других, более конкретных и частных вопросов профессиональной деятельности: организация работы редакции, основы журналистского мастерства, система жанров печати, основы дизайна и рекламы, паблик рилейшнз и др. По мере взросления, студент будет углубляться в понимании теории журналистики. Общим же для всех этих дисциплин является объект изучения - журналистика.

Учебный курс "Основы журналистики" состоит из трех частей, которые имеют относительную самостоятельность, специфику, свою четко выраженную структуру, решают специфические задачи:

1. "Введение в теорию журналистики" (всего 54 часа: 36 лекций/18 семинарских/лабораторных).
2. "Технология журналистского творчества" (всего 36 часов: 18/18).
3. "Информационные жанры" (всего 18 часов: 9/9).

Все три части в совокупности дают необходимый минимум журналистских теоретических знаний и практических навыков по сбору и первичной обработке фактического материала, формируют представление о моделировании журналистского творчества и необходимости совершенствования методов (опроса, наблюдения, интервью, социального эксперимента) и приложения их к своей индивидуальности. Этот минимум знаний необходим для дальнейшего углубления понимания теории журналистики на последующих курсах, служит своеобразным "мостиком" к изучению учебных дисциплин и, прежде всего, учебного курса "Теория и методика журналистского творчества" и дисциплин специализации.

Учебный курс "Основы журналистики" закладывает фундамент знаний и навыков, которые необходимы для прохождения первокурсниками своей первой учебной (производственной) практики. На протяжении первых двух семестров студенты сотрудничают с редакцией "Амурский университет" и другими, выпуская молодежные тематические страницы и вкладыши. Их публикации разбираются на практических занятиях, а перед летней сессией проходит первая защита творческих работ. Непрерывная практика на первом курсе, которая проходит параллельно с учебным курсом "Основы журналистики".

Учебный курс "Основы журналистики" предполагает лекционные и семинарские занятия, написание творческих работ и рефератов по отдельным проблемам журналистики. Студенты первокурсники пробуют свои силы в роли обозревателя местной прессы за неделю (своеобразный тренинг для будущих обозревателей и дежурных критиков на редакционных летучках). Несколько занятий отводятся для просмотра художественных и документальных фильмов, посвященных журналистской профессии, с последующим обсуждением.

Итоговая форма контроля - экзамен в 1 и 2 семестрах.

СТРУКТУРА КУРСА

<u>Тема занятия</u>	<u>Лекция</u>	<u>Семинар/Лаб</u>
I. Введение в теорию журналистики		
1. Предмет, структура и задачи курса	2	
2. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	8	4
3. Функции журналистики	4	2
4. Журналистика как социальный институт	4	2
5. Социальная позиция журналиста	4	2
6. Журналистика как система СМИ	4	2

7. Свобода печати и журналистской деятельности	4	2
8. Действенность и эффективность	6	4
	36	18

"ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ ЖУРНАЛИСТИКИ"

(первый семестр, 1 курс)

Система университетского журналистского образования складывается из трех циклов дисциплин: историко-гуманитарного, общественно-экономического и собственно-журналистского. Журналистский цикл дисциплин начинается с курса «Введения в теорию журналистики», который также «задает тон» в овладении будущими журналистами дисциплин всех циклов. «Введение в теорию журналистики» дает общие принципиальные характеристики журналистики как области общественной практики, включающей специфические для нее формы авторской, редакторской, организаторской работы, раскрывает базовые законы этой сферы деятельности, зависящие от закономерностей социальной жизни на каждом данном этапе развития общества.

Задачи курса: ввести студента в сферу научного знания о журналистике как будущей области практической деятельности. Ввести - означает помочь студентам овладеть основами знаний, изложенных в возможно простых и доступных формах (но без упрощения), сжато, последовательно и системно, чтобы предстала целостная картина науки, ее структуры и понятийного аппарата.

Форма контроля: экзамен.

МАТЕРИАЛЫ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ КУРСА «ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ»

Раздел: I: Предмет, структура и задачи курса

Журналистика как предмет изучения. Многозначность понятия "журналистика": общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и т.п.); система предприятий и средств сбора и доставки информации: редакции, телерадиокомпании, информационные агентства и их производственно-техническая база; продукция журналистской деятельности - произведения, из которых состоят номера газет и журналов, программы радио и телевидения. Различия между понятиями "журналистика", "печать", "пресса", "средства массовой информации" (СМИ), "массовая коммуникация".

Действующие силы" в системе СМИ: учредитель, руководящие органы, журналисты, тексты, канал, массовая аудитория, социальные институты. Журналистика как функционирующая система_ предмет изучения.

Структура основных понятий курса. "массовая информация" - центральная категория. Исходя из центральной категории, все другие группируются вокруг нее через ряд цепочек, каждая из которых раскрывает определенную группу взаимосвязанных закономерностей массово-информационной деятельности.

Первая группа категорий раскрывает социальную роль журналистики, определяя кому и зачем нужна массовая информация: МИ - функция - аудитория - функционирование - результативность.

Вторая - дает представление о социальной направленности и методологических основах деятельности в журналистике: МИ - СМИ как социальный институт -

социальная позиция в журналистике - исторические типы журналистики - методы деятельности журналистов.

Третья - описывает объективную сторону функционирования журналистики: МИ - свобода журналистики - журналистское право
- качества журналистов - профессиональная этика - социальная ответственность.

Четвертая группа категорий обращена к используемым в журналистике средствам "доставки" массовой информации: МИ - средства коммуникации - каналы и типы изданий и программ - система и взаимодействие - распространение.

Пятая - дает характеристику творческих форм массово-информационной деятельности: МИ - типы творчества в журналистике - виды творческой деятельности - формы - жанры.

Раздел II: Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Пражурналистские явления. Возникновение журналистики.

Истоки публицистики в русской культуре: книжность, проповедь, поучение, скоморошество, юродство. Первые российские периодические издания и первые журналисты.

Массово-информационная природа журналистики. Множественность пластов понятия "информация". Информация в широком смысле - это вся совокупность сведений (вербально, словесно и невербально зафиксированных), которую несет журналистика аудитории. Информация в узком смысле - это событийная информация, сведения о новых фактах.

Текст как носитель информации и текст в системе отношений "журналист - аудитория": Ж - Т - А.

Потенциальная и реальная информация. Понятие "информационной насыщенности". Проблема высокой информативности. Три правила повышения информационной насыщенности; которые формируются с тремя этапами или сторонами массово-информационного процесса: 1) отображением действительности; 2) созданием текста произведения; 3) освоением текста аудиторией. И "текстовую" деятельность журналиста как "знаковую" можно описать с трех сторон: семантической, синтаксической и прагматической.

Семантика текста - это характеристика его отношений с действительностью (что и как отражено); синтактика - характеристика внутренней структуры текста (как организован текст); прагматика текста - характеристика его отношений с аудиторией (как он осваивается).

Создание текста произведения - это не различные акты творчества, следующие один за другим, а единый процесс, в котором семантические, синтаксические и прагматические проблемы решаются в комплексе - одновременно и взаимосвязано.

Прагматический аспект творчества: "текст - аудитория". Понятие адекватности и при каких условиях она достигается. Небанальность, декодируемость (доступность, знание журналистом тезауруса своего читателя), ориентация на эмоциональный опыт аудитории и образный язык, знание "менталитета" аудитории и пр. Релевантность - ценность, значимость для аудитории сообщаемых сведений; интересы и потребности аудитории.

Высокая информативность журналистского текста прямо зависит от совокупности таких его качеств, как релевантность, декодируемость, небанальность; информационная насыщенность текста определяется мерой, системой реализации журналистских требований релевантности, декодируемости и небанальности (в совокупности!). Несоблюдение хотя бы одного из названных требований лишает текст возможности быть информативным.

Семантическая адекватность предполагает соответствие текста той реальности, которую отражает журналист. Журналистский текст с точки зрения его семантико - информационного наполнения (если его структура полностью развернута) несет аудитории дискрептивную (описание того, что есть; фактическая основа), прескрептивную (осмысление собранного материала в свете социального идеала, которому придерживается журналист), валюативную (дает оценку происходящему событию в свете достижения "желаемого будущего"), нормативную информацию (дается ответ на вопрос "что делать?").

Третий аспект рассмотрения информации - синтаксический, при котором текст произведения характеризуется со стороны его структурной организации. Набор элементов может быть как полным S (d, p, v, n), так и предельно редуцированным S(d).

Раздел III: Функции журналистики

Понятие функции журналистики. Ее составные:

ЦЕЛЬ: средства и способ действия - функционирование = результат.

Множество взглядов и определений функции.

Г.В.Кузнецов: насчитывает 7 функций: информационная, культурно - просветительская, интегративная, социально - педагогическая, организаторская, образовательная, рекреативная. (См. "Телевизионная журналистика", МГУ, 1994, глава 2).

Е.П.Прохоров выделяет три группы функций: 1) идеологические (исходные понятия и категории, их структура: мировоззрение, мирозерцание, историческое сознание, общественное мнение); 2) культурно-образовательные, рекламно-справочные, рекреативные; 3) непосредственно - организаторские.

Н.Н.Богомолова выделяет также три группы функций:

Первая группа: Социальные и социально-психологические:

- а) функция социальной ориентировки ("индивид - общество");
- б) функция аффиляции, социальной идентификации ("индивид - группа");
- в) функция контакта с другим человеком ("индивид - другой индивид");
- г) функция самоутверждения, самопознания и самореализации ("индивид - он сам").

Вторая группа: Утилитарная функция.

Третья группа: Функции эмоциональной разрядки или релаксация.

(См. Н.Н.Богомолова: Социальная психология печати, радио и телевидения. МГУ. 1991).

Функция журналистики как система. Их взаимодействие.

Раздел IV: Журналистика как социальный институт

Журналистика как институт гражданского общества. Политическая деятельность в журналистике. Политическая культура журналиста. Политический анализ.

Раздел V: Социальная позиция журналиста

Общечеловеческое, социально-групповое и профессиональное в морали журналиста. Профессиональная мораль как индивидуальное сознание журналиста. Позиция журналиста. Ее социальная обусловленность и проблемы социального выбора. Человек, гражданин и профессионал. Социальная позиция и система принципов деятельности. Система принципов журналистики: правдивость и объективность, народность, патриотизм, космополитизм, демократизм, массовость, национальная гордость и интернационализм, гуманизм. Проблема принципиальности журналиста.

Раздел VI: Журналистика как система СМИ

Массово коммуникационные средства журналистики. Печать и ее специфика. Радиовещание и его специфика. Телевещание и его специфика. Инфраструктура СМИ

(информационные, рекламные агентства, пресс-службы). Структура системы СМИ. Взаимодействие средств массовой информации.

Раздел VII: Свобода печати и журналистской деятельности

Свобода, необходимость, ответственность. Проблемы "свободы слова".

Экономические условия и факторы свободы СМИ. Роль государства в экономическом обеспечении СМИ (учредительство, налоговые льготы, предоставление льготных тарифов на приобретение расходных материалов).

Предпринимательские круги и СМИ (спонсорство, учредительство, субсидирование через различные фонды, подкуп журналистов или СМИ в целом и пр.)

"Внутренние ресурсы" экономической свободы: экономическая политика СМИ (розница, реклама, подписка, маркетинговые услуги, открытие коммерческих отделов), создание концернов с другими СМИ или полиграфистами, связистами и пр.

Юридическая сторона свободы журналистики. "Мягкий авторитаризм". "Жесткий авторитаризм". Правовое поле журналиста. Основные законодательные акты в области СМИ (международные, федеральные).

Цензура в прошлом, настоящем и будущем. Государственная тайна. Доступ к информации. Авторское право в журналистике.

Профессиональные организации журналистов.

Раздел VIII: Действенность и эффективность журналистики

Результативность журналистики и ее формы. Действенность журналистики и пути ее повышения. Проблема эффективности как результативность контактов с аудиторией. Творческие факторы эффективности. Типы препятствий на пути к полному восприятию информации аудиторией (классификация румынского исследователя В.Радулец): псевдокоммуникация, нестимулирующая коммуникация,

неправильно обработанная информация, неструктурированная коммуникация, блокированная коммуникация.

IV. СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА КУРСА «ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ»

Тема 1: Предмет, структура и задачи курса

Вопросы: 1. Предмет и задачи курса

2. Структура основных понятий курса
3. «Журналистика» как научная категория
4. Журналистское образование
5. Педагогика журналистики

Журналистика – это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и т.п.) Еще одно значение слова – система предприятий и средств сбора и доставки информации: редакции, телерадиокомпании, информационные агентства и их производственно-техническая база. Этим же термином обозначается продукция журналистской деятельности – произведения, из которых составляются номера газет и журналов, программы радио и телевидения. Наконец, так называется определенная отрасль научного знания и образования.

Понятие «журналистика» не надо смешивать с другими, близкими к нему по содержанию, такими, например, как «печать» и «пресса», которые обозначают лишь отдельные отрасли журналистики, отличающиеся, к примеру, от радио. Не совпадает оно и с понятием «средства массовой информации» (СМИ). Так принято называть журналистику в социологии, политологии, правоведении, где не рассматриваются ее профессионально-творческие составляющие, а внимание сосредоточено на общественном значении тиражируемых сведений. В Законе РФ «О средствах массовой информации» под СМИ понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-,

видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма распространения массовой информации. Сама массовая информация трактуется как предназначенные для неограниченного круга печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. Таким образом, массовая информация выступает как носитель содержания журналистики, ее тексты.

Тексты, в свою очередь, служат целям связи и общения между людьми, или массовой коммуникации. Журналистика как средство массовой коммуникации (СМК) – посредник в общении, и в этом качестве она изучается социально-психологической наукой.

В американской и частично европейской лексике в сходном значении используется понятие mass media, медиа).

Особое положение в терминологии занимает слово «публицистика». Словарем иностранных слов: «Публицистика (от лат. publicus – общественный) – вид литературы, посвященной обсуждению насущных социальных вопросов с целью прямого воздействия на общественное мнение; публицистика тесно связана с текущей прессой, произведения этого вида (статьи, очерки, памфлеты, фельетоны и др.)».

Предметом курса служат фундаментальные явления и понятия, определяющие роль и назначение журналистики в обществе, ее взаимоотношения с системой власти и управления, задачи по достижению целей общественного прогресса, комплекс требований к личностным качествам и квалификации сотрудника редакции, основы эффективности журналистской деятельности. Задачей курса является познавательно-методологическая ориентация студентов.

Студенты должны обращаться к широкому кругу источников. Базовым служит учебник Е.П. Прохорова «Введение в теорию журналистики», который получил свое дальнейшее логическое развитие, с учетом новых общественных реалий и современными задачами практической журналистики, в учебнике С.Г. Корконосенко «Основы журналистики». Иной взгляд на теорию журналистики представляет пособие Е.В. Ахмадулина. Для него объектом теории журналистики являются не только

обобщения и анализ журналистской практики как способа отражения и воссоздания социальной действительности, но, прежде всего, СИСТЕМА журналистики, ее роль, задачи и функции в окружающей действительности, ее взаимосвязи с другими социальными СИСТЕМАМИ, ее строение, подсистемы, компоненты и законы, механизмы, характер деятельности всей этой сложной и многообразной социальной структуры являются предметом исследования теории журналистики.

Для полного представления подходов к выявлению и созданию моделей систем журналистики студент должен внимательно ознакомиться со второй частью учебного пособия Е.В. Ахмадулина «Краткий курс теории журналистики». Автор выявляет модели : 1) западные (Модель Уилбура Шрама; Социологическая модель Джона и Матильды Райли; Психологическая модель Герберта Малецке; Социальная модель Мелвина де Флера); 2) российские (Социологическая модель А.Н. Алексеева; Социологическая модель М.Лауристин; Социально-психологическая модель Ю.В. Воронцова; Модель журналистики Е.П. Прохорова; Модель телевизионной коммуникации Э.Г.Багирова); 3) универсальная онтологическая модель журналистики самого автора – Е.В. Ахмадулина. Это позволит не только расширить представления у студентов в сфере теории журналистики, но и грамотно (а значит с пользой) пользоваться различными учебниками и пособиями.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Что является предметом изучения журналистики,
2. Дайте различные формулировки понятия «журналистика» и обоснуйте правомерность/неправомерность каждой из них.
3. Какие отличия характеризуют понятия «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации»?
4. Можно ли отождествлять понятия «масс медиа» и журналистика? Если да/нет, то почему?
5. В каких отношениях находятся пресса и СМИ?

6. В каких отношениях находятся система массовой коммуникации и средства массовой коммуникации?
7. Дайте определение центральной категории журналистики.
8. Назовите основные этапы эволюции системы подготовки журналистских кадров.
9. Раскройте понятие педагогика журналистики, как своеобразной области теоретического знания и специализированной деятельности.

Задания для самостоятельной работы:

1. Составьте графическую схему системы журналистики (Ваше собственное представление о ней) и дайте формулировки всем ее элементам.
2. Изложите на бумаге свое представление о месте и роли журналистики в американской системе mass media.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006 – С.3-15
2. Засорина Т., Федосова Н. Профессия – журналист – Ростов н/Д, 1999.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.3-30
4. Основы творческой деятельности журналиста /Под ред. С.Г. Корконосенко – Спб., 2000 – С.7-58.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.8-26.
6. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики – М., 2004 – С.59-90.
7. Шеремет П.Г. Журналистика: Введение в профессию – СПб, 2004.

Тема 2: Происхождение, концепции и модели журналистики

Вопросы: 1. Пражурналистские явления.

2. Возникновение журналистики
3. Идеино-теоретические предпосылки возникновения журналистики
4. Экономические предпосылки возникновения
5. Культурно-образовательные предпосылки

6. Материально-технические предпосылки возникновения.
7. Первые печатные газеты.
8. Модели журналистики и журналистской деятельности.

Пресса является продуктом и составной частью человеческой цивилизации, «зеркалом» национальной и мировой культуры, а содержание и формы деятельности прямо зависят от потребностей определенной социальной системы на конкретном рубеже истории.

Социально-политические предпосылки связаны с возникновением государственных форм общественной жизни. Появилась потребность в директивной, управленческой информации более массового свойства, нежели информация межличностного или коллективного (публичного общения). Представители государственной власти рассылали для оповещения своих подданных гонцов, глашатаев, герольдов, дьяков. С развитием политических форм управления государством возникла потребность не только в освещении о действиях правителей, но и в формировании общественного мнения. В древних империях появляются своеобразные прообразы газет. Некоторые исследователи называют это явление «газет» в древнем мире пражурналистикой или протожурналистикой.

Идейные предпосылки возникновения журналистики были связаны с внутренней политической борьбой, социальными и религиозными движениями. Ораторская публицистика становится одной из самых распространенных и мощных форм воздействия на общественное сознание. Примером этому служит политическая деятельность великих ораторов древности (Демосфен в Греции, Цицерон в Риме и др.). В феодальном обществе, где политическая и духовная жизнь зачастую принимала религиозную окраску, большой популярностью пользовались проповедники, вероучители, пастыри, которые своими страстными обличительными речами не только настраивали свою паству против официальной церкви, но и поднимали массы на борьбу с ней и социальной несправедливостью. Достаточно вспомнить проповеди-обличения итальянского монаха Савонаролы (XV в.), идеологов и вождей реформации

– Яна Гуса (XV в.), Мартина Лютера (XVI в.) и Томаса Мюнцера (XVII в.), а также русского раскольника протопопа Аввакума (XVII в.). Обличительная и полемическая публицистика позже перешла на арену светской политической борьбы. Публицистика времен Английской буржуазной и Великой Французской революций.

Важную роль в рождении журналистики играли экономические предпосылки. Расширение торговых отношений между европейскими странами, экономическая интеграция цеховой, корпоративной буржуазии средневековых городов в конце XVI-начале XVII вв. вызвали острую потребность информационного обеспечения развивающихся торгово-промышленных контактов в Европе. Потенциальное информационное пространство на территории Европы быстро оснащалось морскими, речными, сухопутными, почтовыми коммуникациями, что создавало условия для относительно быстрой передачи новостей. В крупных торгово-экономических центрах стали появляться информационные листки и рукописные газеты, сообщавшие о проведении ярмарок, конъюнктуре цен, движении товаров, новых торговых путях, а также о внутривластной и межгосударственной жизни европейских стран и другую информацию, необходимую для деловых людей и политиков того времени. Первые рукописные информационные листки «Авизо» (Венеция, XVI в.) Рукописная газета банкирского дома Фуггеров («Fuggerzeitung», 1568-1605 гг.). Рукописные газеты России XVII в. 6 «Куранты», «Вести», «Столбцы».

Образование и культура общества является одной из ключевых предпосылок зарождения журналистики. Рукописные «газеты» не были массовыми изданиями и не могли быть таковыми в силу неграмотности и культурной неразвитости населения. Поэтому распространяемая в них информация носила замкнутый, элитарный характер. Сменяющие друг друга эпохи Возрождения, Реформации, Просвещения сыграли значительную роль в распространении грамотности, просвещения, культуры не только в сфере привилегированных, знатных сословий, но и в средних слоях населения, порождая тем самым потенциальную аудиторию для будущей журналистики.

К материально-техническим предпосылкам возникновения журналистики относятся достижения в научной и производственных областях, составлявших технико-технологическую базу для будущих носителей информации.

Модель журналистики – явление конкретно-историческое. Их особенности находятся в тесной связи с теоретическими концепциями печати. Выделим следующие: 1) Феодално-монархическая пресса; 2) Религиозно-клерикальная модель прессы; 3) Буржуазная модель прессы; 4) Социалистическая модель журналистики. Поиски оптимальной модели своего построения современной российской журналистикой.

Вопросы для повторения и самоконтроля.

1. Что такое вербальный и невербальный язык коммуникации?
2. Какую роль и какие функции выполняет коммуникация в жизни общества?
3. Что относят к пражурналистским явлениям?
4. Раскройте основные источники русской публицистики?
5. В каких взаимоотношениях находятся информация и коммуникация?
6. Какую из социально-исторических предпосылок вы считаете главной для возникновения журналистики и почему?

Задания для самостоятельной работы:

1. Опишите процесс превращения информационно-коммуникативного феномена в систему журналистики с помощью исторических предпосылок. Объясните, как эти предпосылки стали системоформирующими факторами и как они воздействуют на систему журналистики в наше время.

2. Напишите эссе на тему: «Древнерусский текст как источник информации и повод для творчества современного журналиста». Используя конкретные древнерусские произведения.

3. Попробуйте написать проповедь на какую-либо проблему или явления сегодняшнего дня в стиле древних поучений и проповедей.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006 – С.16-33.
2. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб., 2001 – С.10-35.
3. Засорина Т., Федосова Н. Профессия – журналист – Ростов н/Д, 1999.
4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.31-72.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.28-34.
6. Саламон Людвиг. Всеобщая история прессы // История печати: Антология – М., 2001 – С.65-71.
7. Ученова В.В. У истоков публицистики – М., 1989.

Тема 3: Журналистика как сфера массово-информационной деятельности

Вопросы: 1. Массово-информационная природа журналистики.

2. Журналистика как средство информации.

3. Журналистика как фактор социального управления.

Все содержание журналистики выражается и передается аудитории в виде информации. Ее несут в себе литературные тексты и репортерские фотографии, магнитофонные записи на радио и телевизионное изображение, графическое оформление газетных полос и музыкальные позывные популярной радиопередачи. В известном смысле вся журналистская деятельность является информационным процессом.

Существует несколько подходов к анализу информации, в частности статистический и смысловой. В первом случае главным объектом внимания является не столько содержание фактов, сколько количество сигналов, знаков. В качестве иллюстрации именно журналистика дает чрезвычайно удобный материал для математико-статистического изучения. Ее продукция закодирована в стандартных знаковых символах, профессиональные единицы объема публикаций имеют эквиваленты в измерительной системе информатики и кибернетики. Появление на газетной полосе одного печатного знака соответствует одному биту, секундное

вещание в эфире – одному боду, половина машинописной страницы – одному К, четыре газетные полосы большого формата – 114 К и т.д. При необходимости в подобных единицах можно выразить информационную насыщенность отдельного репортажа, годовой подшивки газеты или, скажем, вещания телекомпании в течение года. Для журналистики измерение объема сообщений и увеличение емкости канала коммуникации имеют важное практическое значение. Но статистический подход не может выступать в качестве единственного при оценке публикуемых произведений. Ведь он уравнивает газетный лист и память кассового аппарата, применяемого в торговле, подборку заметок и проблемную статью, принципиальное и идейно беспомощное сочинение.

Человек оценивает, прежде всего, смысл происходящего в окружающей его действительности. Смысловая информация составляет основу общения между людьми: обмена идеями, опытом, эмоциями, продуктами интеллектуальной деятельности. Ни один человек не может приобрести необходимые ему знания о мире, опираясь только на свой непосредственный опыт. Для всесторонней ориентации индивида, коллектива или общества в целом служат сведения, накопленные человечеством за всю его долгую историю и непрерывно пополняемые сегодня. Информация, возникающая в процессе освоения мира людьми, является социальной.

Социальная информация производится в процессе человеческой деятельности, отражает факты с точки зрения их общественной значимости и служит для общения между людьми и достижения ими своих целей, обусловленных их социальным положением.

Сфера социальной информации предстает перед современным человеком как целый мир явлений и отношений, развивающийся по сложным нелинейным законам и изобилующий специфическими ценностями, противоречиями, загадками. Коренной проблемой для потребителя информации является ее отбор. Отдельный человек, коллектив, учреждение способны воспринять и переработать лишь ничтожно малую долю того гигантского массива сведений, которые ежесекундно возникают вокруг них.

Так, в среднем аудитория успевает познакомиться с четвертой частью газетного материала, с 5% телевизионного и 15% радионного вещания. Необходимо вести речь о каком-то минимуме полезной информации, без которой потребитель не может существовать в этом мире.

Потребность в информации определяется социальной ролью человека, его обязанностями и образом жизни. На основе потребности формируются информационные интересы – стремление получить именно те сведения, которые нужны для выполнения социальных ролей и конкретных задач. Чаще всего потребитель осознает, в чем он нуждается для достижения той или иной цели, и свой поиск ведет с ориентацией на определенные результаты. Но интерес существует и в том случае, когда сам потребитель не может точно выразить, - он проявляется объективно в поведении людей.

Более всего конкретны и понятны самому человеку мотивы обращения к тому или иному каналу информации. Мотивы подразделяются на истинные и ложные, первостепенные по значимости и второстепенные и т.п. Среди них – авторитетность источника сообщений, престижность обладания ими, привлекательность формы их подачи, их полезность и др.

Потребности, интересы и мотивы предопределяют ценность информации, которая лежит в основе выбора между отдельными сообщениями, каналами передачи новостей или даже авторами журналистских публикаций. К ним относятся: 1) новизна; 2) достоверность (точность и полнота); 3) доступность; 4) своевременность; 5) соответствие запросам потребителя.

Значение социальной информации обусловлено прежде всего потребностью общества в саморегулировании.

Журналистская информация является социальной. Коренная особенность журналистской информации заключается в том, что ее социальная, «человеческая» сущность предстает подчеркнута ярко, выпукло, зачастую доводиться до обострения идейных и политических противоречий. Новость – это чисто общественная категория.

Сам по себе факт новостью не является. Как отец вне отношения к сыну есть просто человек, так и факт вне отношения к читателю и к другому факту есть просто событие.

В духовном отношении журналистика характеризуется идейной насыщенностью; материалы СМИ подчеркнута актуальны и изложены популярно.

В социально-управленческом отношении журналистскую информацию характеризует прежде всего документализм в отражении действительности; печать оперативна; краткость материалов; аналитичность подхода к событиям. Журналистскую информацию отличает наличие творческого процесса.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Дайте определение информации.
2. В чем заключается общенаучная трактовка информации?
3. Какие существуют подходы к анализу информации?
4. Как можно использовать статистический подход к изучению журналистской продукции?
5. Назовите особенности социальной информации?
6. Дайте определение журналистской информации.
7. Значение информации в эпоху Информационного общества.
8. Назовите основные национальные интересы России в сфере информации.
9. От чего зависит минимум полезной информации, без которой потребитель не может существовать в современном мире?
10. Чем определяется потребность человека в информации?
11. Назовите основные критерии оценки журналистских публикаций.
12. Охарактеризуйте две группы журналистской информации.
13. Назовите основные этапы массово-информационного процесса.
14. Как достичь высокой прагматической адекватности информации?
15. Какой должен быть поток информации с точки зрения семантики?
16. Охарактеризуйте синтаксический аспект информации.

17. Охарактеризуйте журналистику как фактор социального управления.

Задания для самостоятельной работы:

1. Сделайте подборку информационных заметок и разберите их в соответствии трех аспектов информации.

2. Разберите несколько разножанровых и написанных на разные темы публикации на предмет информационной насыщенности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006
2. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций – М., 1999.
3. Засорина Г., Федосова Н. Профессия – журналист – Ростов н/Д, 1999.
4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.73-85.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.35-51.

Тема 4: Функции журналистики

Вопросы: 1. Понятие функции применительно к журналистике.

Общая характеристика функций журналистики.

2. Социальные роли и социальные функции.
3. Идеологические функции.
4. Культурформирующие, рекламно-справочные, рекреативные функции.
5. Непосредственно-организаторские функции
6. Социально-психологические функции.
7. Функции журналистики: система и взаимодействие.

Человек постоянно находится в нескольких, различных социальных средах, в каждой из которых он сталкивается с определенными ожиданиями и нормами. Чтобы оставаться активным участником отношений в этих средах, он должен вести себя

соответственно ожиданиям. Так формируется его ролевой статус, так окружающая обстановка «заказывает» его ролевое поведение. Универсальность журналистики заключается в том, что она проникает во все области социальной жизни. Ролевая характеристика строится в зависимости от количества и качественных особенностей этих областей (иначе они называются социетальными системами): экономической, политической, духовно-идеологической, социальной.

Производственно-экономическая роль журналистики. Товарно-денежные отношения пронизывают индустрию СМИ во всех направлениях определенную стоимость имеют квалификация корреспондента и его трудозатраты при работе на редакцию (что выражается в его заработной плате), готовый тираж газеты, оборудование телерадиостанции, время в эфире, предоставляемое для рекламы, и пр.

Информационно-коммуникативная роль прессы способствует осознанию членами общества своего статуса и функций, согласованию всех элементов социальной системы и их взаимодействию. Именно в связи с данной ролью первостепенное значение имеет информационная природа журналистики, тогда как в других социетальных системах категория информации не является главной. В сфере общения редакции выполняют отнюдь не технические функции ретрансляторов новостей. Им принадлежит инициатива выбора и освещаемых событий, и тональности подачи фактов, и оценки происходящего. От того, насколько добросовестно журналисты выполняют свою миссию, зависит репутация, а то и судьба тех, о ком они пишут и говорят. Полнота, объективность и достоверность сообщений создают своего рода защитный зонтик над сознанием населения, которое испытывает угрозу стать объектом корыстного манипулирования даже при самом демократическом режиме.

С точки зрения эффективности выполнения информационно-коммуникативной роли, имеет смысл анализировать прежде всего содержание прессы, причем по широкому комплексу параметров. Среди них – тематика выступлений (насколько богата тематическая палитра, нет ли на ней «белых пятен» и закрытых или забытых вопросов общественного бытия), источники информации, герои и авторы публикаций

(все ли слои и группы населения представлены в равной мере), география материалов (пропорционально ли отражены жизнь столиц и провинции) и др.

Особого внимания заслуживает категория времени, отраженного в публикациях. Время – такой же материальный измеритель человеческого существования, как и пространство. Если происходит разрыв между прошлым, настоящим и будущим, то разрушается целостность жизни отдельного индивида и сообщества людей. На прикладном уровне эта истина выражается в требовании к журналистам показывать явление в развитии: какова его предыстория, что оно есть сейчас и каким будет завтра.

Журналистика выполняет регулирующую роль, участвуя в процессах управления обществом, самоуправления и контроля.

В идеологическом плане печать является участницей духовного производства – через отражение, формулирование и внесение в массовое сознание определенных представлений, воздействие на идеологическое, морально-нравственное, художественно-эстетическое содержание общественной жизни. Духовно-идеологическую роль журналистики иногда трактуют только в свете политико-идеологических отношений, в действительности же идеалы могут иметь совсем другое происхождение. Данная роль вызывает двоякий эффект: с одной стороны, через прессу выявляются разноречивые взгляды и убеждения, бытующие среди современников, на этой почве происходит размежевание приверженцев разных точек зрения; с другой стороны, готовится база для согласия по вопросам, касающимся сохранения сложившейся общности людей или даже цивилизации в целом. Примером может служить распространение через СМИ идей экологической безопасности или сохранения национально-культурной самобытности данного народа.

Содержание духовной жизни общества выражается в циркуляции норм и ценностей, идей и идеалов. Под нормами понимаются принципы и стандарты поведения, принятые в определенной социальной среде, которые первоначально усваиваются сознанием людей. Духовные ценности – это те достижения цивилизации, из которых складывается культурное богатство общества и на сохранении которых

основывается преемственность поколений, несмотря на непрерывное рождение новых ценностных ориентиров. Они могут носить морально-этический, эстетический, научно-теоретический характер и т.д. Под идеей, при очевидной полисемичности этого слова, мы имеем ввиду мысль, понятие, представление о сущности явления. Систематизированные идеи и взгляды объединяются в идеологию. Роль журналистики в движении этих первоэлементов духовной жизни проявляется в идеалах.

Подобно ценностям и нормам, идеалы формируются, вырабатываются в опыте человечества и фиксируются в фольклоре, философии, науке, религии, искусстве. Идеалы не только отражают реальную жизнь, но и служат формой предвидения будущего, реакцией на нерешенные сегодня вопросы социального бытия. Журналистика не находится в стороне от этого процесса, напротив – она деятельно участвует в нем. Но вырабатывать идеалы не входит в ее прямые задачи. Ее специфический вклад в духовную жизнь состоит в том, чтобы наладить их широкий поиск, распространение через предание гласности, а также сравнение. Совершенно особую роль пресса играет, когда занимается проверкой идеалов с точки зрения их полезности, обоснованности интересами социального прогресса.

Социально-ролевая характеристика прессы имеет прямое отношение к определению ее функций (от лат. Function – исполнение, совершенствование). В рамках определенной социентальной системы журналистика выполняет специфические ролевые функции, которые предписаны ей, как и другим участникам процессов, идущих в этой сфере. Так, в социальном измерении главным является сбор, накопление, хранение, переработка и распространение информации. В духовной сфере пресса выполняет познавательную, образовательную, воспитательную, мобилизующую функции, свойственные всем идеологическим институтам. Таким образом, ролевой подход дает возможность описать сложный комплекс функционирования СМИ.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Как вы представляете исполнение журналистикой социальной роли.

2. В чем заключается исполнение журналистикой производственно-экономической роли?
3. Охарактеризуйте информационно-коммуникативную роль журналистики.
4. Приведите примеры иллюстрирующие регулируемую функцию журналистики.
5. Раскройте содержание духовной жизни общества и определите роль журналистики в этом процессе.
6. Как формируются идеалы и какое участие в этом журналистики?
7. Дайте определение понятию «функция».
8. Чем отличается «пропаганда» от «агитации»?
9. Раскройте структуру мировоззрения.
10. В чем заключается противоречивое отношение журналистов и исследователей к «пропаганде»?
11. Раскройте понятие «общественное мнение».
12. Организаторская функция и формы ее проявления.
13. Назовите какие функции служат для психологической разрядки аудитории.
14. Раскройте содержание служебно-профессиональной функции применительно к социальному субъекту, как журналисты.
15. Как взаимодействуют между собой функции журналистики?

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте номера за неделю одной из ежедневной газеты с точки зрения тематической палитры публикаций (географии, полу или профессии героев, авторов и т.п.) используя статистические методы.

2. Проанализируйте за неделю новостные подборки информации на предмет времени (сегодня, вчера, завтра) в количественном измерении. Попробуйте прокомментировать полученные результаты.

3. Подберите газетные публикации критического характера и определите какие цели преследует их автор. А также какие функции данные публикации в себе воплощают.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006-2000-230.
2. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций – М., 1999.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.161-196..
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.52-82.
5. Радиожурналистика /Под ред. А.А. Шереля – М., 2000 – С.112-127.
6. Телевизионная журналистика /Редколлегия Г.В. Кузнецов и др. – М., 1998 – С. 40-53.
7. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом – М., 2004 – С. 91-110.

Тема 5: Социальная позиция журналиста

Вопросы: 1. Формирование социальной позиции

2. Социальная позиция и принципы журналистской деятельности.
3. Система принципов журналистики
4. Проблема принципиальности журналиста
5. Политическая культура журналиста.
6. Политический анализ

Позиция журналиста может быть последовательно разработанной, всесторонней, системно охватывающей всю совокупность общественных вопросов или, наоборот, расплывчатой, частично обоснованной, непоследовательной, слабо выраженной. Она может появляться в текстах открыто, когда журналист определенно и резко выступает в защиту тех или иных социальных слоев и поддерживающих их партий, или быть скрытой, выступать в неявно выраженной форме и соответственно декларироваться как «следование фактам», «здоровому смыслу», от имени «независимой» от каких-либо сил, группировок, партий позиции. Но в любом случае позиция как выражение, представление и отстаивание интересов определенных общественных сил (объективно

– классовых, национальных, региональных и других групп общества; субъективно – партий, союзов, блоков) определяет подход журналистов к явлениям жизни, их понимание и оценку, характер предлагаемых решений в экономической, политической, правовой сферах. Свою позицию в политических вопросах (или по проблемам спорта и т.п.) надлежит отстаивать, а в необходимых случаях – уточнять, корректировать, развивать.

Рассмотрим варианты реакции журналиста на возражения «несогласных»: 1) не обращая внимания на возражения и обвинения, кажущиеся несправедливыми, продолжать «настаивать на своем», лишь расширяя, дополняя и усиливая аргументацию. Ведь если они, будучи верными с позиции, принятой журналистом, не принимаются «несогласными», значит, несогласие лежит не в гносеологической, а в социальной плоскости. Поэтому, «настаивая на своем», можно только вызвать еще более ожесточенные возражения, что приведет к усилению разногласий.

2) В ответ на возражения и аргументы «несогласных», исходящие из их представлений о «добре, истине и справедливости», смягчать, сглаживать острые углы, убирать резкие аргументы, чтобы скрыть расхождения. В крайнем выражении – это стремление к устранению из своих произведений оценочных суждений и выводов. Часто думают, что «чистая информационность» - это только сообщение фактов, предоставление возможности свидетельствовать очевидцам событий, исключая выражение собственных взглядов. Однако в скрытом виде позиция все равно будет проглядывать – в подборе собеседников и авторов, в отборе материала, в построении текстов, даже в используемом словаре. «Чистая информационность» - иллюзия, притом часто вредная, если затрудняет выработку верных представлений в аудитории.

3) Предложить аудитории все разнообразие подходов, суждений, взглядов, давая тем самым «сбалансированную» информацию, представляя все точки зрения, но не излагая своей.

В каждой из форм проявления журналистской позиции имеется «своя правда». В первом случае – это прямота и отстаивание своих взглядов; во втором – стремление к

компромиссу, уважение инакомыслия; в третьем – забота о беспристрастном представлении всех суждений. В качестве принципиально важной основы для любого СМИ требуется какая-то иная, «четвертая» форма проявления социальной позиции, хотя и включающая в качестве составных частей названные три.

Общим знаменателем решения всех общественных проблем в современном, сложно организованном, состоящем из множества самых разнообразных групп обществе оказываются, бесспорно, общечеловеческие гуманистические ценности, выработанные в процессе развития человечества, объединяющие всех людей и создающие фон поведения каждого в самых разных сферах бытия: в политике и экономике, в жизни государства и частной жизни, в отношениях между странами и отдельными людьми и т.д. Общечеловеческие гуманистические ценности приобретают для журналистики особо важное значение в современных условиях формирования единого взаимосвязанного мирового сообщества, движущегося к новой цивилизации, когда конфронтация и стремление вести борьбу «до победы различными силами угрожает самому существованию человечества.

Для журналистики общечеловеческие ценности составляют основу ее социальной позиции. Однако безоговорочное следование всем общечеловеческим ценностям в ходе осознания, оценки, вынесения приговоров явлениям жизни наталкиваются на ряд трудностей. Во-первых, их «действие» в рамках социальной позиции журналиста должно быть конкретным и опираться на конкретные характеристики ситуаций, к которым они «прикладываются». Во-вторых, этими общечеловеческими ценностями пользуется не абстрактный человек, да применяются они не к «человеку вообще». Каждый конкретный индивидуум включен в человечество как носитель определенных групповых черт.

Журналист и сам включен в жизнь и в свою профессиональную деятельность как носитель черт определенных социальных групп и в соответствии с этим выступает представителем, выразителем, защитником интересов и ценностей тех или иных групп. Вот почему чрезвычайно важно для каждого журналиста понять соотношение личного,

социально-группового и общечеловеческого в их сложных связях и отношениях (объективных и субъективных) в реальном проявлении жизни.

Ясное осознание своей социальной позиции и решительное последовательное проведение ее в жизнь формируются принципы (лат. *Principium* – «основа, начало») журналистской деятельности. Принципиальность журналиста является одной из наиболее важных направляющих его деятельности.

Идея партийности журналистики в интерпретации Е.П. Прохорова. Система принципов: правдивость и объективность; народность; массовость; патриотизм и космополитизм; национальная гордость и интернационализм; демократизм. Гуманизм как интегрирующий и универсальный принцип журналистики и журналиста.

Политическая культура журналиста это мера его компетентности в сфере общественно-политической жизни, и присущая ему система представлений о месте журналистики в ней, и уровень владения им «кодексом поведения» в политической жизни, совокупностью норм политической деятельности. . Культура (лат. *cultura* – «возделывание, развитие, образование») – обширнейшая сфера достижений человечества в процессе его развития. Сфера интересов журналистики – все «пространство» культуры. Политика (греч. *polis* – «государство»; *politike* – «искусство управления государством») – важнейшая сфера общественной жизни, связанная с выработкой и реализацией решений государственной власти.

Любой возникающий в ходе общественной жизни вопрос приобретает политический характер, если затрагивает интересы больших социальных групп и если для его решения требуется государственное вмешательство на уровне президента, парламента, правительства, других государственных органов или общественно-политических институтов. При этом следует различать уровни политических отношений: «высокую политику» как область коренных проблем власти, государственного устройства и управления (англ. *politics*) и «повседневную политику» - линию поведения в областях, не касающихся принципиальных вопросов власти (англ. *policy*).

Политический анализ явлений действительности – это не обязательно большая статья, в которой изложено большое количество фактов, дана подробная характеристика явления, показаны его причины и возможные пути развития, сформулирована оценка и определены меры, необходимые для того, чтобы движение событий происходило в направлении, отвечающем интересам представляемых журналистом сил.

Первый шаг политического анализа предполагает необходимость «увидеть» факт или явление, событие или заявление в рамках определенной социальной системы. Второй шаг – определение системы требований, выдвигаемых к различным политическим институтам и социальным силам. В основе этих требований – стремление изменить господствующую политическую линию, решения по поводу рассматриваемой ситуации, состояния дел в той или иной сфере жизни.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Как вы понимаете социальную позицию журналиста.
2. Назовите основные этапы формирования социальной позиции.
3. Что значит и зачем журналисту необходимо искать консенсус с «несогласными»?
4. Что из себя представляют общечеловеческие гуманистические ценности?
5. С какими трудностями сталкивается журналист следуя общечеловеческим гуманистическим ценностям?
6. Как соотносятся в журналистской практике личное, социально-групповое и общечеловеческое?
7. Какие задачи стоят перед журналистом при формировании социальной позиции?
8. Как соотносятся между собой социальная позиция и принципы журналистской деятельности?
9. Дайте определение и раскройте содержание структуры понятия «принцип».
10. Приведите аргументы за/против выделения самостоятельной категорией «партийности журналистики» Е.П. Прохоровым.

11. Как «работает» система принципов журналистики?
12. Назовите и охарактеризуйте принципы журналистики.
13. В чем заключается проблема принципиальности журналиста?
14. Что включает в себя понятие «политическая культура журналиста»?
15. В чем заключается разница между «высокой» и «повседневной» политикой?
16. Раскройте содержание понятия «политика».
17. В чем заключается проведения политического анализа?
18. Охарактеризуйте основные шаги (этапы) политического анализа.

Задания для самостоятельной работы:

1. Напишите эссе на тему «Журналист был вынужден поступиться своими принципами» (Какими и при каких обстоятельствах).
2. Сделайте подборку публикаций на злободневные общественно значимые темы и попробуйте проанализировать «маршрут» («дорогу», «путь») политического анализа их авторов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста – М., 1999 – С. 64-97.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.108-142; 261-278.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.83-147.
4. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом – М., 2004 – С. 246-261.

Тема 6: Свобода печати и журналистской деятельности

Вопросы: 1. Идеино-теоретические концепции свободы печати.

2. Социально-творческие факторы свободы СМИ (свобода-необходимость- ответственность)
3. Экономические условия и факторы свободы СМИ
4. Юридическая сторона свободы печати
5. Гласность и ее проявление в журналистике.

Свобода печати принадлежит к числу необычайно сложных и противоречивых явлений, она стоит в одном ряду с такими великими ценностями цивилизации, как свобода духа, мысли, совести. Все завоевания культурной эволюции человечества реализуются при участии средств информации. Данная взаимосвязь отражена в ст. 19 Всеобщей декларации прав человека, принятой ООН в 1948 г. Сходное положение включено и в ст. 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, к которой Россия присоединилась как член Совета Европы.

Существует несколько концептуальных подходов к свободе печати, порожденных разными социально-историческими обстоятельствами и факторами.

Исторический лозунг свободы печати возник на исходе средних веков, фактически – синхронно со становлением журналистики как особого социального института. В конце XVII в. Английский парламент отменил закон о выдаче королевской властью лицензий на издательскую деятельность, т.е. была ликвидирована база для монархической монополии на печать, а также для цензуры и взяток чиновникам.

Последовательными сторонниками ограничения всемогущества государства выступали идеологи молодой буржуазии в период борьбы с изжившим себя феодализмом. В их среде сформировался революционно-демократический взгляд на свободу печати. Образцом выражения идей данной концепции является статья К.Маркса «Дебаты шестого Рейнского ландтага о свободе печати и об опубликовании протоколов сословного собрания» (1842). Маркс выявил характерные черты печати: революционна по настроению и целям; исторична, т.к. призвана честно отражать реалии своего времени и способствовать разрешению социальных противоречий. Революционность и историчность объединяются понятием народности. Свобода печати должна быть абсолютной – в первую очередь, абсолютно независимой от власти. Свобода духа не терпит никаких ограничений.

В противовес революционно-демократическому взгляду сформировался предпринимательский подход к свободе журналистской деятельности. Их различие выявилось в ходе дебатов в Прусском парламенте. Когда оратор от городского

сословия (т.е. зарождающегося класса капиталистов) назвал свободу печати превосходной вещью и предложил приравнять ее к промышленной свободе.

Классово-политический подход к свободе печати обычно выступает на передний план в моменты острых социальных столкновений. В разгар революции 1905 г. Ленин в статье «Партийная организация и партийная литература» заявил о принципиальной невозможности существования абсолютно свободной печати, как и иной духовно-творческой деятельности. Тогда же он потребовал, чтобы вся партийная литература (печать) была открыто подчинена партийному контролю. Вскоре после Октябрьской революции в работе «Письмо Г. Мясникову» он уже в качестве руководителя правительства определил суть классового подхода к прессе как государственной политике: какая свобода печати? Для чего? Для какого класса? Такое решение вопроса прямо было связано с идеями о диктатуре пролетариата, оно мотивировалось тем, что враги рабоче-крестьянского государства были в тот момент сильнее его – и внутри страны, и в мировом масштабе. Декрет о печати (1917).

Нормативно-правовой подход к свободе печати предполагает точное определение взаимных обязательств, возможностей и ответственности прессы, государства, юридических лиц, граждан в процессе массово-информационной деятельности. Эти положения закрепляются в международных договорах, национальном законодательстве, административных решениях, этических кодексах и других регулятивных документах.

Законотворчество в области прессы в России.. Первым в этом ряду стоит Указ Петра I об издании газеты «Ведомости», который предписывал государственным учреждениям снабжать редакцию сведениями. При всех следующих императорах, включая просвещенную Екатерину II, развивалось и множилось цензурное законодательство. Под цензурой понимается государственный надзор над прессой. Она может быть предварительной (в форме официального разрешения на публикацию материалов) и карательной (в форме наказания за нарушение границ дозволенного). По сравнению с другими государствами Европы в России эта практика не только

сохранилась на чрезвычайно долгий срок, но и была особенно строгой и многообразной. Так, наряду с общей цензурой существовала ведомственная (духовная, военная и др.), вместе с внутренней – внешняя (разрешение на ввоз литературы).

На протяжении почти всего советского периода отечественной истории сохранялась служба цензуры, т.е. материалы прессы, радио и телевидения проходили через жесткий административный контроль. Это не значит, что не существовало каких-либо законодательных положений, устанавливающих правовые рамки деятельности СМИ. Они зафиксированы в текстах конституций, которые на разных этапах действовали в стране, причем буква и социальный смысл формулировок менялись в зависимости от юридического определения государственного строя. В конституции 1918 г. свобода печати гарантировалась, прежде всего, пролетариату и беднейшему крестьянству, в 1936 г. – трудящимся, а в 1977-м – гражданам, в соответствии с интересами народа и в целях укрепления и развития социалистического строя. Предусматривалась также передача в распоряжение народа материальной базы СМИ.

Первый шаг в СССР закон о СМИ носил название «О печати и других средствах массовой информации». Он был принят в 1990 г. В основе его концепции лежали свобода массовой информации, отмена цензуры и правовое регулирование журналистской деятельности в различных ее видах. В Российской Федерации с 1992 г. действует, с дополнениями и изменениями, Закон «О средствах массовой информации». Он опирается на действующую Конституцию РФ, которая имеет приоритетное значение, хотя и была принята позднее. В Конституции закреплены принципиальные основы информационного права: свобода мысли и слова, запрет на антигуманную пропаганду в различных ее проявлениях, беспрепятственное движение информации, запрет на цензуру (ст. 29), идеологический плюрализм (ст. 13), неприкосновенность частной жизни (ст. 23 и 24) и др.

Политической основой для свободного функционирования прессы должна служить демократия. Но это еще не окончательное решение проблемы. Во-первых, потому что понятие «демократия» всегда нуждается в конкретизации: насколько оно широко,

права каких слоев населения в нем отражены, какие реальные отношения откладываются у власти с гражданами и т.д. Во-вторых, потому что между конституционным политическим строем и практикой прессы есть некая «соединительная ткань», которую составляют общепринятые нормы массового общения в данном государстве, способы регулирования информационных потоков, осознание различными субъектами социальной ответственности за свои действия и т.д. Именно эта духовно-информационная обстановка, производная от политики, но гораздо более богатая содержанием и красками, составляет непосредственную среду жизнедеятельности прессы. В России для характеристики информационной открытости общества издавна употреблялось слово гласность.

На рубеже 1980-х и 1990-х годов сформулированы научные представления об информационном обеспечении гласности. Оно включает в себя следующие слагаемые:

1. Открытость в деятельности государственных и общественных организаций. Общественности известны их структура, персональный состав, распределение компетенции. Гражданам и журналистам обеспечен доступ к должностным лицам и отчетным документам.

2. Наличие статистики, соответствующей международным стандартам и охватывающей помимо производственной и непроизводственную сферу жизни общества.

3. Существование развитой социологической службы, позволяющей оперативно выявлять общественное мнение, прогнозировать возможные последствия принятия или, напротив, непринятия тех или иных мер.

4. Доведение с помощью СМИ до сведения широкого круга лиц альтернативных, авторских концепций решений специально значимых вопросов. Превращение печати, телевидения и радио в трибуну общественного мнения, канал выражения плюрализма мнений и интересов.

5. Открытость в отношении не только настоящего, но и прошлого страны (организация доступа к архивам, публикация документов министерств и ведомств по

истечении определенного срока и т.д.), а также будущего (выпуск изданий, знакомящих всех заинтересованных лиц с проектами законодательных актов, введение правила предварительной публикации проектов других нормативных актов).

6. Публичность: от назначения или избрания на руководящие должности до публикации специальных изданиях решений судов по гражданским и уголовным делам, вступивших в законную силу.

Функции гласности (роль, содержание) определяются с опорой на социологические источники. В политическом плане к ее функциям относятся демократизация общества и создание механизмов для участия граждан в решении государственных и иных существенных вопросов, в социальном – реализация эффективных форм общественного контроля, в социально-психологическом – воспитание высокой политической культуры масс, формирование у них гражданского отношения к делу и соответствующая психологическая перестройка должностных лиц.

В атмосфере гласности на первый план выступают полезные социальные эффекты информационной деятельности. К ним относится углубленное познание того общества, в котором мы живем. Эффект социального действия связан с практическим решением поднимаемых через СМИ вопросов. В числе эффектов гласности – укрепление контактов органов управления с рядовыми гражданами. Благодаря ей появляется возможность держать систему власти под постоянным общественным контролем. Одной из сторон гласности является плюрализм, что в буквальном переводе означает – множественность, разнообразие. В журналистике закрепилось узкое понимание плюрализма – как явления, относящегося главным образом к сфере мнений. В действительности разнообразие мнений и высказываний – всего лишь вершина пирамиды, основание которой составляют базовые сферы социальной жизни.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Можно ли (и нужно ли) достичь абсолютной свободы прессы?
2. Можно ли (и нужно ли) добиться абсолютного подчинения прессы государству/власти?

3. В чем разница между «государствами» Платона и Т.Гоббса и их отношением к свободе слова и печати?
4. В чем разница между отношением к свободе слова и печати в работах Ж.Ж.Руссо и Г.Гегеля?
5. Необходима ли (выгодна ли) свобода печати (СМИ), как ее понимал Д.Юм, современной российской власти и/или народу? Если да, то почему?
6. Можно ли построить систему «гармонии и свободы» печати по В.Вейтлину, К.Марксу и В.И.Ленину, если учесть принципы Дж.Локка?
7. Назовите основные концептуальные подходы к свободе печати, порожденных разными социально-историческими обстоятельствами и факторами.
8. Раскройте содержание Декрета о печати (1917).
9. Что включает в себя нормативно-правовой подход к печати?
10. Охарактеризуйте основные виды цензуры.
11. Назовите основные положения Закона «О средствах массовой информации».
12. Назовите и охарактеризуйте отношения, которые складываются между участниками информационного обмена и нашли отражение в Законе о СМИ.
13. Что из себя представляет авторское право в сфере СМИ?
14. Назовите особенности личных имущественных и неимущественных прав автора.
15. Раскройте содержание понятия «государственная тайна».
16. Какие сведения не подлежат засекречиванию?
17. Что такое гласность и как она проявляется в журналистике?
18. Что в себя включает информационное обеспечение гласности?
19. Назовите основные функции гласности.
20. Что такое плюрализм?
21. Назовите основные Законы и документы, регламентирующие деятельности журналиста.

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочитав первоисточники, напишите отчет о виртуальной дискуссии сторонников ограничения свободы печати, ее полной свободы и социального равенства в рамках этой свободы. В числе участников дискуссии могут выступать Платон, Мильтон, Гоббс, Локк, Руссо, Юм, Гегель, Миль, Вейтлинг, Маркс, Ленин и др.
2. Прочитайте статьи В.Т. Третьякова из его книги «Как стать знаменитым журналистом» (Великая журналистика; Независимость – наш путь в журналистике. Мы должны сопротивляться. Обращение к свободным журналистам мира. «Грабь награбленное!». О «демократическом» лозунге поражения собственной армии и собственного правительства. О «демократическом» пораженчестве. Свобода печати священна. Кто зовет цензуру? И др. из раздела 6: «Физиология журналистики»). С какими утверждениями вы согласны/несогласны с автором. Аргументируйте свой ответ.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006- С. 34-51.
2. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб., 2001 – С.194-201.
3. Законодательство Российской Федерации о СМИ и журналистская деятельность //Социальное функционирование журналистики /Под ред. С.Г. Корконосенко – СПб., 1994 – С.23-43.
4. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций – М., 1999.
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.228-260
6. Основы творческой деятельности журналиста /Под ред. С.Г. Корконосенко – Спб, 2000 – С.168183.

7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.148-169
8. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист – Великий Новгород, СПб- 1999 – (Гл. 2.: Ограничения в журналистике) - С.14-37.
9. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом – М., 2004 – С. 111-188.

ЛИТЕРАТУРА (для творческих работ):

1. Вейтлинг В. Гарантии гармонии и свободы – М., 1962.
2. Гегель Г.В.Ф. Философия права – М., 1962.
3. Гоббс Т. Левиафан //Избр.соч.: В2 т. Т.2 – М.1991.
4. К.Маркс и Ф.Энгельс о печати. Хрестоматия /Под ред. Гуревича С.М. – М., 1972.
5. Ленин В.И. Партийная организация и партийная литература // Полн.собр.соч. Т.12
6. Локк Дж. Английское свободомыслие – М., 1981; Он же. Избр. Философские произведения: в 2 т. Т.2 – М., 1960
7. Мильтон Дж. Ареопагика //История печати: Антология – М. 2001
8. Платон. Государство //Собрание соч.: В 4т. Т.1 – М., 1990.
9. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре или принципы политического права – М., 1938.
10. Юм. Д. О свободе печати //Соч.: В 4т. Т.2 – М., 1964.
11. Четыре теории прессы / Авт.: Фред С., Сиберт, Уилбур Шрам, Теодор Питерсон – М., 1998.

Тема 7: Виды и типы систем журналистики.

Журналистика как целостная социальная система.

Вопросы: 1. Авторитарная система журналистики.

2. Либертарианская система журналистики.
3. Журналистика социальной ответственности.
4. Социалистическая система журналистики.
5. Целостная социальная система журналистики.

Виды систем журналистики зависят, прежде всего от соотношения свободы прессы и ее ограничений властью (государством). Собственно, из этих исторически складывавшихся соотношений и выводились теоретические и философские концепции свободы прессы, которые в свою очередь, как нельзя лучше соответствуют видам систем журналистики, выделенным американскими учеными в книге «Четыре теории прессы»: 1) авторитарная теория прессы; 2) либертарианская теория прессы; 3) теория социальной ответственности прессы; 4) советская коммунистическая теория прессы.

Видообразование систем журналистики авторы выводят из следующего тезиса: «Печать всегда принимает форму и окраску той социально-политической структуры, в рамках которой она действует. Прежде всего, она отражает ту систему социального контроля, с помощью которой осуществляется урегулирование отношений индивидуумов и общественных институтов.

Типология систем журналистики напрямую связана с социально-политическими факторами: характером правящего режима, господствующей идеологией, степенью развития экономики, техники, культуры и образования. Именно эти факторы формируют тип той или иной системы журналистики, то есть являются системоформирующими. Кроме указанных факторов, на формирование конкретных систем журналистики оказывают влияние геополитические факторы и так называемый национальный менталитет. Отсюда, с подачи немецкого исследователя В.Хагеманна, в науке бытует разделение журналистики на континентальную (европейскую, преимущественно Романо-германскую) и островную (т.е. англо-американскую).

Авторитарная система журналистики:

- оформилась в XVI-XVII вв., широко практикуется во многих странах и в настоящее время;
- возникла из философии абсолютной власти монарха, или его правительства, находящегося у власти, или того и другого;
- главная цель – поддерживать и проводить политику правительства, находящегося у власти, и служить государству;

- печать имеют право использовать те, кто получил патент, лицензию или другое подобное разрешение;
- печать контролируется посредством правительственных патентов, лицензий, а также цензуры;
- печать находится в руках частных лиц и/или государства;
- отличается от других концепция журналистики тем, что рассматривает печать как инструмент осуществления государственной политики.

Эта схема в самом общем виде отражает суть авторитарной системы журналистики. Являясь старейшей, авторитарная журналистика включает в себя такие типы систем, как феодально-монархическая и религиозно-клерикальная.

Либертарианская система журналистики (libertarian – основанная на свободе воли):

- сформировалась и принята в Англии (после 1688 г.) и в США; влиятельна и в других странах;
- теория развивалась из трудов Мильтона, Локка, Милля и на философии рационализма и естественных прав человека;
- основные цели печати – информировать, развлекать, продавать, но главным образом помогать «открывать правду» и контролировать (check in) действия правительства;
- печать имеет право использовать любой гражданин, обладающий для этого экономическими возможностями и средствами;
- печать контролируется самопроизвольным процессом установления правды на «свободном рынке идей» («процесс возвращения к истине»), а также судами;
- запрещены клевета, непристойности, измена в военное время;
- печать принадлежит главным образом частным лицам;

- основное отличие от других концепций в том, что печать является инструментом контроля над правительством (checking on government и удовлетворения других нужд общества.

Являясь продолжением либеральных философских принципов, либертарианская доктрина заложила основы всей социально-политической структуры в государствах, принявших ее. А сама либеральная социально-политическая система оказала влияние на характер и развитие социальных институтов, в том числе на прессу, исповедующую принципы, лежащие в основе общества, частью которого она является.

Концепция социальной ответственности журналистики:

- возникла в США в середине XX в.;
- сформировалась в ходе работы Комиссии по свободе печати, в частности из трудов ее члена Уильяма Хокинга – профессора философии Гарвардского университета;
- основные цели СМИ – информировать, развлекать, продавать, но главным образом переводить конфликт в рамки дискуссии;
- использовать трибуну СМИ может каждый, если у него есть что сказать;
- деятельность СМИ контролируется мнением общества, действиями потребителей, профессиональной этикой журналистов;
- запрещено серьезное вмешательство в частную жизнь и жизненно важные общественные интересы;
- СМИ находятся в частных руках, если только правительство не вынуждено взять часть из них (или учредить новые) в свои руки в интересах общества;
- СМИ должны взять на себя обязательства по социальной ответственности, в противном случае их должны к этому принудить.

В условиях монополизации промышленного капитала изменилось отношение в обществе к так называемому демократическому капитализму: убеждение либертарианских экономистов в том, что каждый предприниматель эгоист и, что, преследуя свои интересы, будет автоматически способствовать общему благу,

уступило место требованиям к деловым кругам об обязательствах (ответственности) перед обществом («потребитель – прежде всего»).

Социалистическая система журналистики:

- оформилась в России – СССР в начале XX в. (1902-1930 гг.). Практикуется в странах коммунистической ориентации (Корея, Китай, Куба, Вьетнам и др.);
- возникла из марксистско-ленинской идеологии, идеи «диктатуры пролетариата»;
- главная цель – служить пропагандистско-агитационно-организационным рупором партии (в советские годы – правящего режима);
- СМИ могут открываться (закрываться) только по решению ЦК партии;
- Печать контролируется партийными органами и с помощью цензуры (лито);
- Запрещена критика политического строя, пропаганда иных способов правления;
- Печать находится в руках правящей партии, государства, общественных организаций, контролируемых партийными органами;
- Сочетает в себе авторитарную концепцию и идею социальной ответственности (партийной), рассматривает СМИ как инструмент партии в проведении государственной политики.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Какие пределы свободы допускает авторитарная система журналистики?
2. Может ли существовать в авторитарной системе оппозиционная журналистика?
3. Какова идейно-философская основа авторитарной системы журналистики?
4. Существует ли в современной России религиозно-клерикальная пресса?
5. В чем отличия журналистики фашистского режима от традиционной авторитарной прессы?

6. Какие постулаты лежат в основе либертарианской системы журналистики?
7. В чем коренные отличия либертарианской журналистики от журналистики социальной ответственности?
8. В чем сходство и различие журналистики социальной ответственности и социалистической журналистики?
9. Основные противоречия либертарианской журналистики?
10. В чем коренные отличия социалистической журналистики от всех иных систем?
11. Что такое журналистика с точки зрения системного подхода?
12. Какие свойства журналистики характеризует системно-компонентный аспект?
13. Какие свойства журналистики характеризует системно-структурный аспект?
14. Объясните структуру публичной речи Аристотеля в терминах журналистики.
15. Какие свойства журналистики характеризует системно-функциональный аспект?
16. В чем состоит противоречивость формулы массовой коммуникации Гарольда Лассуэлла?
17. Какие свойства журналистики характеризует системно-интегративный аспект?
18. Охарактеризуйте стихийные и сознательные системноформирующие факторы воздействия на систему журналистики.

Задания для самостоятельной работы

- I. Составьте таблицу коренных отличий четырех видов систем журналистики по следующим параметрам: 1) принадлежность СМИ (кто может владеть, учреждать); 2) цели и задачи СМИ; 3) возможности использования трибуны СМИ (всеми, не всеми, кем именно); 4) механизмы контроля над СМИ; 5) отношения СМИ к власти и власти к СМИ; 6) запреты для СМИ; меры государственной поддержки СМИ.
- II. Интерпретируйте схему массовой коммуникации Мелвина де Флера с точки зрения системных аспектов (компонентного, структурного, функционального, интегративного).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание, управление – М., 1981.
2. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики – М., Ростов н/Д, 2006 – С. 52-93.
3. Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения – М., 1978.
4. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции – М., 2005 – С. 7-32.
5. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций – М., 1999.
6. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику – М., 2005.
7. Четыре теории прессы /Ф. Сиберт, У. Шрам, Т. Питерсон – М., 1998.

Тема 8: Журналистика в системе социальных институтов

Вопросы: 1. Журналистика как «четвертая власть»

2. Информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе

3. Социальные типы демократической журналистики

4. Государственная политика в области СМИ

5. Обеспечение информационной безопасности в сфере СМИ.

Журналистская деятельность осуществляется в определенных общественно-политических условиях (государственных, экономических, культурно-исторических, религиозных, национальных и т.д.), при определенном характере и взаимоотношениях различных социальных сил (классов, партий, профсоюзов, ассоциаций предпринимателей, творческих объединений и т.д.). При этом жизнедеятельность общества протекает в значительной мере как функционирование большого количества разнообразных социальных институтов (лат. Institutum – «установление, учреждение»).

В обществе действует множество социальных институтов. Они возникают как совокупность функционально-нормативных основ жизнедеятельности людей в той или иной сфере (семья, собственность, воспитание и т.д.), которые затем обретают законодательные рамки и организационные формы. Так, институт права, возникший как совокупность «обычных», общепринятых норм, определился как система «писанных» законов, сводимых в различные кодексы (Римское право, Русская Правда, Кодекс Наполеона и др.) и обеспечиваемых системой правотворческих и правоохранительных учреждений – органов юстиции, прокуратуры, следствия, суда, охраны порядка и т.д. Существуют экономические, политические, культурно-образовательные и другие социальные институты, и каждый из этих институтов должен действовать на основе четких установлений – конституции, законов, кодексов, уставов, положений, регламентов, правил и т.п.

Журналистика является одним из важнейших социальных институтов, без которого невозможно нормальное функционирование общества, независимо от того, на каких основах оно создано и действует.

Журналистика, как все другие социальные институты в обществе, функционирующем на демократических началах, при всестороннем развитии правовых механизмов регулирования, в условиях полной реализации гражданских свобод, действует на основе других норм. Современная демократия – это демократия партиципаторная (предполагающая самое широкое участие большинства граждан во всех процессах жизни общества), делиберативная (основанная на широкой информированности граждан, предопределяющей обдуманное и рационально обоснованное решение) и диалоговая (обеспечивающая выработку мнений и решений в условиях широкой дискуссии при движении к согласию). Полное развитие этих свойств демократии ведет в открытое общество, где защищены права человека на информацию, а журналистики – на полноценную реализацию своих функций в целях утверждения гуманистических ценностей.

В демократическом обществе в отличие от тоталитарного население страны – не «подданные», а «граждане», и именно им принадлежит суверенитет – верховенство в общественно-политической жизни и, соответственно, право на формирование через регулярные выборы институтов власти и контроль за их деятельностью. Всякого рода цензы (по имущественному и социальному положению, образованию, этнической принадлежности, полу, оседлости и др.) постепенно отменялись, выборы стали прямыми и всеобщими (сохранилась только возрастная граница – избирают только совершеннолетние). Тем самым реализуется идея *res publica* (лат. «общее дело») – всеобщее участие народа в осуществлении власти.

Конституционно закреплено равенство представительной демократии (осуществляемой избираемыми на определенный срок государственными институтами, которым народ делегирует на соответствующий срок часть суверенитета) и демократии непосредственной, проявляющейся повседневно в письмах, петициях и обращениях к властям, на митингах, собраниях, демонстрациях, в организации пикетов, забастовок и др. акций протеста или поддержки официальных властей. Одним из важнейших инструментов непосредственной демократии является журналистика, потенциально обладающая огромной властью в обществе.

Власть – это доминирование (человека, группы, организации) в отношениях с другими, возможность проводить свою волю, воздействуя на «контрагентов» в своих интересах, добиваясь реализации поставленных целей. Суть власти – способность прямым или косвенным путем добиться подчинения людей для реализации поставленных задач. Для этого необходимо обладать неким «могуществом», «силой», использование которой приводит к реализации потенциальной возможности оказывать эффективное воздействие на поведение «подвластных» объектов, в результате чего они меняют свое состояние и деятельность. Формы осуществления власти – господство, насилие, принуждение, подчинение, авторитет лидера (в том числе харизматического), влияние, побуждение (через убеждение, обольщение, манипуляцию и пр.), которые используются ради руководства, организации, контроля.

Основу «пирамиды» власти составляют государственные институты, образующие в демократическом обществе три ветви власти – представительную («первую»), исполнительную («вторую»), судебную («третью»). Государственная власть всеобща, ее решения обязательны для исполнения и подкрепляются возможностью принуждения. Власть негосударственных институтов, более широкая и менее формализованная сфера руководства и контроля, во-первых, имеет ограниченную область действия (внутрипартийная, внутриорганизационная – власть лидера, руководителя, дирижера, главы семьи и т.д.) и, во-вторых, «слабее» - требует подкрепления доверием, авторитетным словом, убеждением, анализом и т.д. И еще более широко «разлита» власть, предстающая как неформальное влияние – неинституциональная власть – «авторитет знания», «сила слова» и «сила примера», власть общественного мнения (вообще духовная власть). Можно говорить и внутриличностной власти («учитесь властвовать собой»).

Народная журналистика – это эксперт, защитник и двигатель демократического прогресса, его «общественный страж».

Результатом демократического развития в сфере журналистики являются три социальных типа СМИ. Первый социальный тип – СМИ гражданского «тела» общества, или гражданские СМИ. Второй социальный тип – государственные СМИ, создаваемые различными структурами власти, как общенациональной, так и региональной. Третий тип – государственно-общественные СМИ, которые могут максимально полно реализовать общие интересы.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Что такое социальный институт?
2. Дайте определение «демократии» и назовите основные ее виды.
3. Раскройте содержание понятия «власть».
4. Назовите основные формы осуществления власти.
5. Что составляет основу «пирамиды» власти?

6. Какие характеристики позволяют утверждать, что журналистика является социальным институтом?
7. Докажите, что журналистика является инструментом непосредственной демократии.
8. Можно ли утверждать, что журналистика является народной?
9. Что из себя представляет информационный порядок в демократическом, гуманистически ориентированном обществе?
10. Какие вы знаете социальные типы демократической журналистики и охарактеризуйте их?
11. Какие существуют тенденции развития каждого из социальных типов журналистики?
12. Как реализуется государственная власть в области СМИ?
13. Назовите основные направления обеспечения информационной безопасности в сфере СМИ.
14. Назовите основные положения «Концепции национальной безопасности РФ» и «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации».

Задания для самостоятельной работы:

1. Сделайте подборку номеров газет иллюстрирующих три социальных типа СМИ. Проведите письменный сравнительный анализ, выявив сходные и различные характеристики.
2. Напишите эссе на тему «Народная журналистика: трудный путь до

ЛИТЕРАТУРА:

1. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям – М., 2006 – С. 9-44.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // В кн. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти – Спб., 2006 – С.176-218.

3. Гессен М., Назари М. По жизни: пособие по социальной журналистике – М., UNICEF. 2002

4. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001.- С. 214-228.

5. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество – М., 2003 – С.9-37.

6. Прохоров Е.П. Введению в теорию журналистики – М., 2003 – С.181-238.

7. Федеральный закон РФ от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» //Законодательство и практика масс-медиа- №10.10.2006. – С.9-16.

Тема 9: Типология и система СМИ

Вопросы: 1. Массово-коммуникационные средства журналистики.

2. Инфраструктура средств массовой информации

3. Структурные элементы системы СМИ

4. Взаимодействие средств массовой информации

В процессе взаимодействия журналистики с социальной практикой создается определенная структура средств информации. Она, в свою очередь, должна быть точно отражена в типологических характеристиках, с помощью которых описываются каждое издание и вся система СМИ. Типология – это классификация предметов и явлений по общности каких-либо признаков.

Методологические положения: 1) Типологические признаки носят не формальный и не частный характер. Изменение хотя бы одного из них влечет за собой целую цепь преобразований в облике и содержании изданий. Например, газета отличается от журнала по объему, то следует обратить внимание на взаимосвязь этой характеристики с рядом других признаков (периодичность, размер публикаций, художественное оформление и др.). 2) Типология СМИ находится в зависимости от многих внешних (социальных) и внутренних (журналистских) причин и факторов. К примеру, создание в 1970-е годы крупных производственных объединений на базе отдельных предприятий вызвало к жизни многостраничные еженедельники фирм, пришедшие на

смену тоненьким фабрично-заводским газетам. 3) Движение в типологии прессы происходит непрерывно. Это касается не только распределения средств информации по группам, но и самого набора критериев, принятых для описания изданий.

Параметры типологизации:

- регион распространения. Принято классифицировать прессу по вертикальному принципу, в соответствии с административно-территориальным устройством государства. Транснациональные СМИ. Общенациональные СМИ. Региональные СМИ. Муниципальная пресса. Газеты предприятий.
- Учредитель. Согласно российскому законодательству, учредителями (основателями) СМИ, почти без исключений, могут стать любой гражданин РФ, объединение граждан, предприятие, учреждение, организация, государственный орган.
- Аудитория. В самом широком плане существует деление на СМИ для всех и обо всем и специализированные (для части аудитории и по более или менее узкой тематике). Общественно-политическая пресса. Универсальная газета. Специализированная периодика.
- Легитимность. Классификация прессы с точки зрения ее отношений с законодательством и наличия разрешения на издательскую деятельность. Почти все редакции действуют легитимно, т.е. пройдя регистрацию в государственных инстанциях. Однако по прежнему существует группа изданий, которые выходят в свет как квазилегитимные (не запрещенные и не разрешенные законом) или даже нелегитимные (не имеющие права на существование). К последним относятся те средства информации, редакции которых занимают позицию непризнания властных структур – по идейным или экономическим причинам.

Качественная и массовая пресса. База для разграничения прессы мнений (качественной, элитарной) и прессы новостей (массовой, популярной) существует в

самой практике редакции. Качественной прессе свойственны аналитичность в подходе к событиям, взвешенность оценок, спокойный тон публикаций и главное – надежность фактов и мнений. Популярная пресса – это печатные средства информации, в особенности газеты, в которых больше развлечения, чем информации, и которые предназначены менее образованной части населения; «желтая» журналистика – это источник сенсационных, часто неточных, неприличных или вульгарных материалов, которые сочетаются с грубыми заголовками и иллюстрациями. Обилие изобразительных материалов, «картинок» - стойкий признак их дизайна. Деловая пресса освещает солидный бизнес и предназначена для него. Бесплатные издания.

Издательские характеристики предусматривают весь комплекс сведений о периодичности выхода, тираже и распространенности формате, объеме издания или программы.

Система СМИ. В структурном плане ее представляют три группы средств информации:

- печатная пресса – газеты, журналы, еженедельники (газетного и журнального типов), дайджесты, бюллетени, повременные календари;
- аудиовизуальные СМИ – радио, телевидение (эфирное и кабельное), документальное кино, видеовещание; особую, промежуточную подгруппу образует телетекст;
- информационные службы – телеграфные агентства, рекламные бюро, пресс-службы, агентства по связям с общественностью, профессиональные журналистские клубы и ассоциации.

Изучение типологии и системы СМИ предполагает выработку прогноза развития отечественной журналистики. Однако сделать это сегодня затруднительно. Для системы российской журналистики характерна, с одной стороны, тенденция к усилению ее внутреннего многообразия, возникновению новых типов и отрядов СМИ, а с другой – после периода подъема, пережитого прессой в конце 80-х – начале 90-х годов, в ее деятельности стали проявляться симптомы кризиса: резкое усугубление производственно-экономических трудностей, падение политико-идеологического,

морального и делового влияния, снижение профессионально-творческого уровня, сокращение объема производства информации.

Вопросы для повторения и самоконтроля

1. Что такое типология?
2. Назовите основные параметры типологизации и раскройте их содержание.
3. Какие газеты можно отнести к общенациональным, региональным и муниципальным?
4. Что из себя представляет типология крупнейших групп влияния и реальных собственников, фактически распоряжающихся большинством российских СМИ?
5. Охарактеризуйте специализированную прессу и приведите конкретные примеры.
6. Какие типы прессы можно выделить с точки зрения легитимности его функционирования в обществе?
7. В чем заключается принципиальное различие между качественной и массовой прессой?
8. Охарактеризуйте деловую прессу и бесплатные издания.
9. Назовите основные издательские характеристики и раскройте их содержание.
10. Назовите основные группы средств информации.

Задания для самостоятельной работы:

1. Проведите полный типологический анализ одного из периодических изданий.
2. Попробуйте составить модель «универсальной газеты» вашей мечты.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики – М., Ростов н/Д. 2006 – С. 133-199.
2. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб, 2001 – С.120-154.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.86-107.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.239-278.
5. Радиожурналистика /Под ред. А.А. Шереля – М., 2000 – С. 103-11.
6. Телевизионная журналистика /Редколл. Г.В. Кузнецов и др. – М., 1998 – С.14-35.

Тема 10: Журналистика как область творческой деятельности

Вопросы: 1. Виды журналистской деятельности.

2. Формирование информационной политики
3. Формы реализации информационной политики
4. Типы и методологические основы творчества

Появлению номеров газет/журналов и программ предшествует большая подготовительная работа: необходимо создать концепцию СМИ, найти техническую базу, установить связи с информационными службами и службами распространения, сформировать редакционный коллектив, «отладить» его работу, уметь поддерживать оптимальный режим деятельности. А для создания составляющих номера и программы произведений надо владеть искусством планирования деятельности редакции, организации работы отделов и служб, налаживания массовой работы (с письмами, штатными сотрудниками, активом), формирования направлений деятельности, системы рубрик, ведения кампаний, реализации замыслов отдельных произведений, владения методами и методическими приемами сбора информации, разработки концепции произведения, создания и редактирования текстов массовой информации, компоновки их в номер или программу, способов изучения аудитории и налаживания эффективных контактов с ней и т.д. и т.п.

И во всех этих сторонах и шагах журналистской деятельности находят применение репродуктивные, привычные, приобретенные в ходе «технологического» научения, рутинные (фр. Routine – «проторенный путь») формы труда, обогащаемые оригинальными находками, уникальными (лат. Unicus – «неповторимый») приемами и результатами деятельности. Без использования рутинных форм плодотворная деятельность невозможна. Но если журналист прибегает только к репродуктивным приемам деятельности, он остается на уровне пользователя наработанными формами труда, известной технологией.

Творчество всегда соединяет репродуктивные и продуктивные формы деятельности. Его уровень определяется соотношением «составляющих», в котором и проявляется мера и характер творческих способностей, умений и навыков журналиста. Очевидно, что творческие поиски возможны и необходимы во всех сторонах и шагах деятельности, требующей максимально полного использования применимых в конкретной творческой ситуации наработанных приемов, равно как максимального включения личностно-уникального компонента. При этом уникальные свойства возникают лишь на базе уверенного владения накопленным в каждой сфере творчества «технологическим» знанием в разных областях журналистского труда, составляющим основы методологической культурой – основа максимальной мобилизации наличных способностей к творчеству. Свобода творчества в том и проявляется, что на базе владения знаниями в сфере необходимости происходит «прорыв» в сферу творческих находок и открытий.

Овладение научно осмысленным опытом журналистов, методологической культурой профессиональной деятельности – путь к высотам творчества в его семантической (как отображается действительность), синтактической (как строится произведение) сторонах, прагматической (как взаимодействовать с аудиторией).

Чтобы наладить выпуск издания или программы, редакции нужны творческие работники множества специализаций. С долей условности можно выделить три вида творческой деятельности в журналистике: редакторскую, организаторскую и авторскую. Важнейшим объединяющим фактором в деятельности редакции является принятая информационная политика.

Информационная политика – это идейно-творческая концепция ведущихся проблемно-тематических линий, направление данного СМИ, характер разработки которого определяется социальной позицией и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы. Основные черты этого направления определяются учредителем при разработке концепции СМИ в ходе подготовки к его регистрации. Вторым важнейшим составляющим информационной политики редакции является

аудиторная ориентация и способы взаимоотношений с аудиторией. Третья важнейшая составляющая информационной политики – способы взаимодействия с другими СМИ. Следующей составляющей является способ реализации информационной политики.

Поскольку «информационное обеспечение» реализации программы СМИ может захватывать все «информационное поле», т.е. давать широкую совокупность относящихся к сфере информационной политики СМИ фактов и мнений, а может и сосредоточиваться на чем-то одном (бывает же «газеты фактов» и «газеты мнений»), то можно принять одно из трех возможных решений: делать акцент на факты; прежде всего представлять мнения. Иначе говоря, программа СМИ способна реализовываться как через концентрацию внимания на сообщения фактов относительно сведений о событиях [d], их и оценках [v], предлагаемых мерах [n] по достижению «желаемого будущего» [p] теми или иными людьми, группами, партиями, союзами, СМИ, так и через собственную, выработанную на основе своей позиции панораму событий, через свои оценки и меры по достижению этого «желаемого будущего».

Творческая деятельность журналиста по реализации информационной политики имеет пропагандистско-агитационно-организующий характер.

Определенное редакцией направление и основанная на нем информационная политика реализуется через формирование лица издания – системы «внешних» признаков, «внутреннего» содержания, творческих форм выражения его типологических характеристик.

Позитивно-утверждающая направленность характерна для тех произведений журналистов, в которых по отношению к тому или иному явлению складывается в целом положительная оценка, хотя отдельные стороны его могут подвергаться критике. Если деятельность нормально ориентированного журналиста направлена на позитивные перемены в жизни, то, естественно, ему присущ острый интерес к тем явлениям, которые эти позитивные перемены демонстрируют. Поэтому СМИ свойственно отмечать даже малые шаги в направлении «желаемого будущего».

Критическая направленность журналистского творчества предполагает открытое непринятие всего того, что в соответствии с социальной позицией СМИ негативно сказывается на достижении общества вперед, что оказывает сопротивление на пути к «желаемому будущему». При этом критика не должна быть бездоказательной, оскорбительной, крикливо-скандальной.

Особой разновидностью критических выступлений являются материалы, имеющие сатирическую направленность. Такие материалы предполагают создание с помощью средств, вызывающих комический эффект, ироническое отношение, гневный смех или негодование, картин и портретов отжившего, исторически бессильного, но претендующего на представительство «истины, добра и справедливости».

Можно также выделить следующие направленности журналистских произведений: полемическая, проблемная и дискуссионная.

Как участники общественного диалога журналисты СМИ разных направлений в своей деятельности руководствуются рядом общепрофессиональных требований, определяющих качества массовой информации. В их системе определяющую роль имеют следующие: актуальность, оперативность и комплексность. С комплексностью связаны такие качества журналистики, как постоянство и последовательность ведения проблемно-тематической линии, необходимость развертывания, развития и углубления принятого изданием или программой направления на материале своей предметной области с учетом характера аудитории. С характером аудитории связан особый ряд качеств информационного материала – дифференцированность, доступность, убедительность и т.д.

Информационная политика и составляющие ее проблемно-тематические линии реализуются в журналистике при участии всех типов творчества, выработанных человечеством, - научного, художественного, публицистического.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Назовите основные формы творческой деятельности.

2. Назовите и охарактеризуйте виды творческой деятельности в журналистике.
3. Раскройте содержание понятия «информационная политика».
4. Назовите основные составляющие информационной политики.
5. Как вы понимаете пропагандистско-агитационно-организующий характер?
6. Назовите основные направления контрпропаганды.
7. Назовите основные формы реализации информационной политики.
8. Какие вы знаете направленности журналистских выступлений?
9. Какие существуют формы критики?
10. Что в себя включает система общепрофессиональных требований?
11. Какие существуют типы творчества?
12. Раскройте содержание публицистического типа творчества?
13. Что такое публицистика?
14. Что входит в общую журналистскую методологию?
15. Что из себя представляет процесс создания публицистического произведения?

Задания для самостоятельной работы:

1. Подберите журналистские тексты информационного, проблемного, дискуссионного, художественно-публицистического характера и выявите характерные признаки.

2. Напишите эссе на тему; Какие общепрофессиональные требования предъявляет общество и журналистское сообщество к авторским текстам.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001.
2. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество – М., 2003.
3. Основы творческой деятельности журналиста /Под ред. С.Г. Корконосенко – СПб, 2000 – С.59-78.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.279-306.

5. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист – Великий Новгород, СПб, 1999 – С.6-13., 52-73 (Гл. 1: Универсальный журналист; Гл.4: Как стать хорошим репортером).
6. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом – М., 2004 – С. 189-198.

Тема 11: Действенность и эффективность журналистики

Вопросы: 1. Результативность журналистики и ее формы

2. Действенность журналистики и пути ее повышения

3. Проблема эффективности как результативность контактов с аудиторией

4. Творческие факторы эффективности

При реализации своего направления и основанной на нем информационной политики каждое СМИ стремится к наиболее полному выполнению поставленных перед ним задач. При этом принципиально важным ориентиром творческой деятельности оказывается конечный результат – сила общественного влияния, выполнение своей роли «четвертой власти» по отношению как к социальным институтам, так и к массовой аудитории. Все формы деятельности семантического и синтаксического характера (от формирования тематического плана до завершающей правки произведения, от сбора материала до компоновки номера или выпуска) объективно подчинены прагматике журналистского труда, ориентации на достижение конечных социальных целей.

В принципе возможны четыре варианта воздействия СМИ на «потребителя»: функциональное, когда поставленная задача более или менее адекватно реализована; дисфункциональное, при котором результат оказывается противоположным желаемому; нефункциональное, если возникают неожиданные, не связанные с поставленной задачей результаты; афункциональное воздействие, нулевой итог, отсутствие каких-либо результатов. Разумеется, творческая деятельность должна быть нацелена на функциональные результаты.

Результативность творчества – одна из главных проблем журналистики. Для высокой результативности (Р-сть) деятельности определяющее значение имеет умение поставить цель (Ц) и через соответствующий результат (Р-т) достичь ее. Символически можно выразить формулой: $R\text{-ть} = R\text{-т}/Ц$. А если детализировать, то получим следующую формулу:

$R\text{-ть} = R\text{-т}/Ц(П)В$, т.е. степень достижения журналистикой целей, соответствующих потребностям общества в массовой информации с учетом реальных возможностей как ее «производителей», так и «потребителей».

Поскольку «потребителями» информации являются как массовая аудитория, так и социальные институты, результативность деятельности бывают двух планов – соответственно адресату информации. С одной стороны, уровень воздействия информации на массовую аудиторию следует называть эффективностью (лат. *Effectivus* – «производительный»), с другой – результативность контактов с социальными институтами (уровень воздействия на принятие решений) определяется как действенность.

Различение эффективности и действенности по объекту журналистского обращения позволяет журналистам четко ориентировать свои усилия и соответствующим образом замерять их результаты. Причем высокая эффективность формирует в аудитории высокое доверие к СМИ, а высокая действенность способствует повышению их авторитета. Доверие и авторитет в их своеобразии и единстве – признаки влиятельности журналистики, что оказывается результатом высокого качества работы.

Действенность – это результативность выполнения непосредственно-организаторских функций журналистики, степень ее успеха в массово-информационном обеспечении решения задач социального развития, которое проявляется в принятии конкретных мер.

Эффективность – степень реализации целей, соответствующих потребностям аудитории в информации с учетом возможностей, которыми располагают и журналист,

и аудитория. Для эффективной организации деятельности журналистам необходимо знание своей аудитории и умение это знание использовать. Аудитория (лат. Auditorium; audire- «слушать»; auditor – «слушатель») – совокупность людей, тех, к кому обращаются СМИ и кто воспринимает обращенную к нему информацию. «Взаимность» здесь обязательна, поэтому аудиторию часто называют реципиентами (лат. Recipients – «принимающий»; reception – «принятие»), Следовательно, искусство в прагматической сфере журналистской деятельности заключается в том, чтобы суметь получить у аудитории «аудиенцию» и добиться хотя бы того, чтобы его по крайней мере «выслушали».

В целях эффективного осуществления информационной политики в ее аудиторной ориентации каждая редакция должна регулярно изучать свою аудиторию. Практически ориентированное знание аудитории складывается из сведений, касающихся по крайней мере трех сфер представлений о ней. Во-первых, это социально-демографические сведения (об образовании, профессии, о поле, возрасте, семейном положении, месте жительства и т.д. – о том, что обычно фиксируется статистикой). Во-вторых, это сведения о характере и состоянии массового сознания аудитории (о взглядах и убеждениях, целях и стремлениях, об ориентированности в общественно-политической жизни, отношении к власти и оппозиции, участии в партиях, союзах, ассоциациях и других организациях и т.д.). В-третьих, сведения об информационном поведении (об источниках регулярно получаемой информации, отношении к различным изданиям и программам, интересах, о запросах, мотивах обращения к СМИ, предпочтениях тех или иных тематических пластов, рубрик, творческих форм, характера изложения, авторов и т.д.).

В соответствии с требованиями популярности, характеризующими взаимоотношения в системе «журналист-аудитория», формируются представления о свойствах произведений, делающих их эффективными. Главными из этих свойств являются: 1) свойство близости, которое проявляется в произведениях как прямая связь с вопросами, фактами, лицами и т.д., интересующими и волнующими аудиторию, с ее

жизненными интересами, запросами, проблемами, касающимися самых различных областей (экономических, социальных, политических, духовных и т.д.) и сфер проявления (в труде, общественной жизни, быту, досуге и т.д.). 2) ситуативность повествования, которая проявляется в том, что ход рассуждений, аргументации, выводов автора постоянно вращается вокруг конкретных ситуаций жизни. 3) драматизм повествования, который проявляется как демонстрация драматизма самой реальности; демонстрация драматизма «искания истины» самим автором на глазах аудитории, показ «приключений» его мысли в ходе поиска ответа на поставленные вопросы в процессе осмысления даже и бесконфликтных ситуаций. Драматизм может быть достигнут также путем активной диалогичной формы общения с аудиторией, открытого разговора с читателями, слушателями или зрителями. Четвертый вариант – диалог с оппонентом на глазах у аудитории.

Требование популярности журналистских произведений предопределяет также необходимость учета законов восприятия информации. Восприятие – это деятельность воспринимающего субъекта, активность, направленность и сосредоточенность которой зависят не только от предлагаемой информации, но и от субъекта восприятия, реципиента.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Назовите четыре варианта воздействия СМИ на аудиторию и охарактеризуйте их.
2. Что такое результативность?
3. Какие существуют формы проявления результативности СМИ?
4. Дайте характеристику действенности СМИ.
5. Как повысить действенность журналистских произведений?
6. В чем заключается эффективность СМИ?
7. Из каких сведений складывается знание журналиста своей аудитории?
8. Что такое информационный интерес аудитории?
9. Попробуйте определить основной закон деятельности журналистики.

10. Определите спектр мотивов обращения аудитории к СМИ.
11. Какие существуют основные пути поведения журналиста по отношению к аудитории и охарактеризуйте их?
12. Как вы понимаете популярность СМИ?
13. Какие существуют свойства популярности журналистских произведений?
14. Назовите основные формы проявления драматизма в журналистских произведениях.
15. Как «работает» механизм восприятия аудиторией журналистской информации?
16. От чего зависит внимание аудитории к информации?

Задания для самостоятельной работы:

1. Соберите несколько журналистских текстов и разберите их с точки зрения достижения автором поставленной цели и максимального результата.
2. Составьте список информационных предпочтений конкретной аудитории (школьников, студентов, солдат срочной службы, врачей, пенсионеров и т.д.) и напишите свой текст, который бы удовлетворял бы подобный интерес.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб., 2001 – С.156-193.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.197-213.
3. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество – М., 2003 – С.102-151.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.307-329.

Тема 12: Журналист как субъект деятельности СМИ

Вопросы: 1. Профессиональные качества журналиста

2. Гражданская ответственность журналиста.
3. Журналистская этика
4. Правовое положение журналиста.
5. Авторское право в журналистике.

6. Профессиональные организации журналистов

Труд журналиста обладает незаурядной ценностью для общества, оно стремится создать благоприятные условия для деятельности прессы и, в свою очередь, предъявляет к людям этой профессии строгие требования. Для работников редакций ожидания, которые сложились в обществе по отношению к ним, являются социальным заказом на «оптимального» профессионала и ориентиром в собственной подготовке и практике.

«Заказ» общества на специалиста выражается в профессионально-квалификационных требованиях к нему. К идейно-нравственным качествам журналиста относят ответственность перед обществом и людьми, а также принципиальность и порядочность.

Деловые качества. В квалификации выделяют две подгруппы качеств, которые называют «интеллект» (от лат. *Intellectus* – понимание, познание) и «умения».

В интеллектуальном отношении квалификационный специалист владеет научными основами своего дела, свободно ориентируется в профессиональных проблемах, понятиях и терминах, а также в источниках пополнения знаний. В этом плане он не отличается от других представителей умственного труда. Однако особенности интеллектуальной деятельности в журналистике связаны с тем, что здесь приходится многократно переключаться с одного предмета освещения на другой и при этом демонстрировать достаточно глубокое понимание поднимаемых вопросов. Это предполагает особого рода компетентность. Грамотный журналист относится к числу «просвещенных дилетантов», т.е. людей, уважающих чужое знание предмета и умеющих им воспользоваться. Но одновременно он владеет компетентностью в той особой сфере, которая нередко является закрытой для специалиста, а именно – в вопросе о социальной значимости событий отраслевого характера.

Таким образом, с одной стороны, журналист должен обладать широкой, универсальной эрудицией в различных сферах общественной практики, не превращаясь в такого узкого спеца; с другой стороны, ему требуется развить в себе

особенную гибкость ума, восприимчивость к новому, иной раз совершенно неожиданному знанию. Исследователи полагают, что в структуре журналистского сознания центральное место занимает своеобразный тип воображения, «настроенный» на быстрое освоение свежей информации, ее ассоциативное увязывание с уже известными данными, интерпретацию в свете актуальных для общества проблем. В ряду интеллектуальных качеств выделяют также цепкую память.

Профессиональные умения складываются из владения широким набором методов, приемов, технических средств труда. Кроме традиционных методов – литературно-описательного изложения событий – современному журналисту требуется освоить основы экономического, психологического, политологического и в особенности социологического подхода к изучению действительности. В журналистике, далее, действует несколько систем стандартов: машинописных, оформительских, полиграфических и др. Свободное оперирование ими входит в набор профессиональных умений. Диапазон технических навыков простирается от владения редакторской корректурой и диктофоном до умения пользоваться компьютерными хранилищами информации.

Однако даже самые ошеломляющие технические достижения не избавят журналиста от обязанности развивать культуру речи, ибо литературный язык – основной рабочий инструмент прессы. Психологические и физические качества необходимые для журналистской деятельности. Карьера в журналистике.

Организации журналистов. В 1905 г. на волне демократического подъема, стали создаваться всевозможные союзы журналистов, редакторов, издателей, и тогда же прошел первый всероссийский съезд писателей и журналистов. В дальнейшем попытки объединиться в союзы неоднократно повторялись, особенно в годы революционных событий, но они не приносили прочных результатов. В послеоктябрьской стране Всероссийский съезд советских журналистов собрался в 1918 году. Его идейно-политической платформой явилась опубликованная незадолго до того статья Ленина «О характере наших газет». Но деятельность возникшего тогда объединения также

вскоре прекратилась. На постоянной основе стал работать только Союз журналистов СССР, созданный в 1959 г. Он строился, в соответствии с духом времени, как централизованная, монолитная организация.

Союз журналистов России (СЖР), Структурно он представляет собой конфедерацию более чем 80 региональных союзов журналистов, каждый из которых обладает широкой свободой творческой, хозяйственной и иной активности. Одновременно действуют и другие специализированные объединения: Ассоциация малой прессы, Ассоциация сотрудников пресс-служб, Ассоциация женской журналистики и др. Группа корреспондентов, регулярно выезжающих в районы вооруженных конфликтов, создала ассоциацию «Горячая точка». Свою межрегиональную ассоциацию организовали преподаватели и исследователи журналистики. В Москве действует Ассоциацию иностранных корреспондентов в России, объединяющая полторы тысячи членов, представляющих почти 600 СМИ.

Международная организация журналистов (МОЖ), центр которой расположен в Праге (1946 г.). Международная федерация журналистов (МФЖ). Существует еще более 50 неправительственных ассоциаций, фондов, федераций массово-информационного профиля.

Вопросы для повторения и самоконтроля:

1. Охарактеризуйте социальный статус журналиста.
2. Какие профессионально-квалификационные требования предъявляются к современному журналисту?
3. Какими идейно-нравственными качествами должен обладать журналист?
4. Назовите основные деловые качества журналиста.
5. Почему журналиста называют «просвещенным дилетантом»?
6. Что можно отнести к профессиональным умениям?
7. Назовите психологические качества, которыми должен обладать журналист.

8. Роль физического состояния здоровья журналиста в осуществлении профессиональной деятельности.
9. Что из себя представляет карьера в журналистике?
10. Назовите основные формы поощрения журналистов.
11. Назовите основные организации журналистов.
12. Как вы считаете, зачем журналистам необходимо объединяться?
13. Определите должностной статус журналиста.
14. По какому принципу осуществляется разделение труда в редакции?
15. Назовите плановые документы редакции СМИ.
16. Что такое долгосрочное и текущее планирование?
17. Что такое журналистка этика?
18. Какие существуют этические кодексы и какие положения они они содержат?
19. В чем заключается противоречие между гражданской и профессиональной ответственность.?
20. Какие юридические документы определяют правовое поле журналиста?

Задания для самостоятельной работы:

1. Составьте список профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист и попробуйте составить их рейтинг – от наиболее важных к наименее.
2. Напишите эссе на тему: Этика в повседневной деятельности журналиста: в помощь или в тягость?

ЛИТЕРАТУРА:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста – М., 1999.
2. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб., 2001 –С.194-231.
3. Корконосенко С.Г. Основы журналистики – М., 2001 – С.108-142.
4. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество – М., 2003 – С.38-100.
5. Основы творческой деятельности журналиста – СПб., 2000 – С.168-219.
6. Право и этика в работе журналиста – Екатеринбург., 1996.

7. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики – М., 2003 – С.330-365.
8. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом – М., 2004 – С.234-245; 403-425.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Предмет, структура и задачи курса.
2. Пражурналистские явления. Возникновение журналистики.
3. Книжники Древней Руси. Понятие "книжности" как письменной формы отражения действительности.
4. Проповедь. Скоморошество. Юродство - как истоки публицистики, как устные формы отражения действительности.
5. Журналистика как фактор социального управления.
6. "Массовая информация" - центральная категория в теории журналистики.
7. Прагматическая адекватность журналистского текста.
8. Семантическая адекватность журналистского текста.
9. Синтаксическая адекватность журналистского текста.
10. Функции журналистики. Понятие. Общая характеристика функций журналистики (концепция Е.П.Прохорова).
11. Идеологические функции.
12. Культурно-образовательные, рекламно-справочные, рекреативные функции.
13. Непосредственно-организаторские функции.
14. Социальные и социально-психологические, утилитарные и функции эмоциональной разгрузки (концепция Н.Н.Богомоловой).
15. Журналистика как институт гражданского общества.
16. Политическая деятельность в журналистике.
17. Политическая культура журналиста. Политический анализ.
18. Формирование социальной позиции.
19. Социальная позиция и система принципов журналистской деятельности.

20. Система принципов журналистики.
21. Правдивость и объективность в журналистике.
22. Народность, национальная гордость, интернационализм в журналистике.
23. Патриотизм, космополитизм, демократизм, массовость журналистики.
24. Гуманизм (дегуманизм) журналистики.
25. Проблема принципиальности журналиста. Профессиональный и гражданский долг журналиста.
26. Журналистика как система СМИ.
27. Печать в системе СМИ.
28. Радиовещание в системе СМИ.
29. Телевещание в системе СМИ.
30. Инфраструктура СМИ (информационные, рекламные агентства, пресс-службы).
31. Результативность журналистики и ее формы.
32. Действенность журналистики и пути ее повышения.
33. Проблема эффективности журналистики.
34. Творческие факторы эффективности. Типы препятствий на пути к полному восприятию аудиторией. Классификация исследователя В.Радулец.
35. Свобода печати и журналистской деятельности. Свобода, необходимость, ответственность.
36. Экономические условия и факторы свободы СМИ.
37. Юридическая сторона свободы журналистики.
38. Цензура в прошлом, настоящем и будущем.
39. Государственная тайна.
40. Профессиональные качества журналиста.
41. Журналистская этика.
42. Гражданская ответственность журналиста.
43. Правовое положение журналиста.
44. Профессиональные организации журналистов.

45. Идеино-теоретические концепции свободы печати.
46. Социально-творческие факторы свободы печати.
47. Гласность и ее проявление в журналистике.
48. Виды и типы систем журналистики.
49. Журналистика как целостная социальная система.
50. Обеспечение информационной безопасности в сфере СМИ.
51. Виды журналистской деятельности.
52. Формирование информационной политики

ТЕСТ для самоконтроля

Инструкция. Тест содержит задания закрытой формы. На каждый вопрос даны четыре ответа, один из которых верный. Правильный, по вашему мнению, ответ отметьте знаком +.

1. Государственные или общественные организации, профессиональные и творческие союзы, ассоциации и общества, группы граждан и отдельные лица, создающие газетные и журнальные предприятия, теле- и радиокompании, продюсерские фирмы, агентства, пресс-службы, издательские фирмы, располагающие правами владельцев и/или руководителей соответствующих производителей и распространителей массово-информационных продуктов. Их называют...

А) олигархами; б) хозяевами; в) учредителями; г) руководящими органами.

2. Государственные органы, хозяйственные, профсоюзные и др. организации, партии, союзы, ассоциации, действующие в сфере распространения данного СМИ и деятельность которых обсуждается в произведениях журналистов с целью принятия ими определенных решений. Речь идет о...

а) социальных институтах; б) аудитории; в) руководящих органах; г) учредителях.

3. Информация, рассчитанная на аудиторию, но не известно будет ли она ею воспринята, называется...

а) расчетной; б) потенциальной; в) реальной; г) содержанием.

4. Сообщение – это...

а) информация воспринятая аудиторией; б) содержание текста; в) событие; г) комментарий журналиста.

5. Состояние сознания человека, при котором он располагает всей «необходимой и достаточной» информацией, позволяющей ему верно ориентироваться в действительности и применять правильные решения, называется...

а) осведомленностью; б) информированностью; в) эрудированностью; г) культурой.

6. Прагматический аспект творчества журналиста заключается...

а) в наличии художественных образных средств; б) аналитическом разборе собранного материала; в) заботе об аудитории и о ее информированности; г) способности журналиста писать как велит редактор.

7. Декодируемость журналистского творчества – это...

а) текст в виде шифрограммы ; б) доступность сообщения; в) код к шифру – пониманию произведения; г) текст, представленный пресс-службой органа госбезопасности.

8. Совокупность обязанностей журналистики и выполняемых ею задач, способ жизнедеятельности в обществе называется...

а) Законом о СМИ; б) функциями; в) принципами; г) Кодексом профессиональной этики.

9. Реакция массового сознания на явления, события, процессы, тенденции, конфликты, персонажи современной жизни называется...

а) мировоззрением; б) мирозерцанием; в) поступком; г) общественным мнением.

10. По конкретному журналистскому материалу принято решение – это показатель...

а) эффективности работы; б) качества труда журналиста; в) действенности публикации; г) успеха.

11. Степень реализации целей, соответствующих потребностям в информации с учетом возможностей, которыми располагают и журналист, и аудитория, - называется...

а) функцией; б) эффективностью; в) мастерством; г) действенностью.

12. К творческим факторам эффективности можно отнести...

а) монолог; б) диалог; в) естественность; г) отстраненность.

13. Журналистика – это...

а) система массовой коммуникации; б) средства массовой коммуникации; в) средства массовой информации; г) публицистика.

14. Какое из перечисленных понятий не синонимично другим...

а) средства массовой коммуникации; б) средства массовой информации; в) масс-медиа; г) пресса.

15. Какое из перечисленных терминов ближе к понятию «газета»?

а) пресса; б) средства массовой информации; в) средства массовой коммуникации; г) публицистика.

16. Что в большей степени характеризует понятие «канал»?

а) средства массовой информации; б) средства массовой коммуникации; в) пресса; г) редакции газет, журналов, теле-, радиовещания.

17. Что представляет собой альманах?

А) неперiodическое издание; б) продолжающееся издание; в) периодическое издание; г) специализированное издание.

18. Что такое публицистика?

А) журналистика; б) жанр; в) род произведения; г) СМИ.

19. Что (кто) не относится к понятию коммуникатор?

А) учредитель; б) редакция; в) газета; г) журналист.

20. Какой тип коммуникации представляет семинарское занятие преподавателя со студенческой группой?

А) межличностная коммуникация; б) коллективная (публичная) коммуникация; в) массовая коммуникация; г) монолог.

21. Публичная коммуникация является...

а) симметричной; б) асимметричной; в) несимметричной; г) патетичной.

22. Какой характер носит процесс коммуникации во время выступления оратора на митинге?

А) ретиальный; б) аксиальный; в) анонимный; г) направленный.

23. Что отличает массовую коммуникацию от межличностной и коллективной (публичной) коммуникации?

А) наличие технического канала; б) наличие коммуникатора; в) наличие аудитории; г) наличие информации, повода для информирования.

24. Что является природным свойством журналистики как социальной системы?

А) информационно-коммуникативные отношения; б) массовая информация; в) средства распространения и доставки информации; г) наличие содержания.

25. Какой из факторов стал причиной появления в Риме (в I в. до н.э.) «гипсовых газет» - «Акта сенатус» и «Акта диурна»?

а) политический; б) идеологический; в) экономический; г) общественный.

26. Что изобрел Иоганн Гуттенберг?

А) наборный шрифт; б) печатный станок; в) ксилографический пресс; г) печатную форму.

27. Как назывались рукописные листки, выпускаемые в Венеции в XVI веке и продаваемые за мелкую монету?

А) аввизо; б) газета; в) коранто; г) журнал.

28. Какую информацию преимущественно помещали первые рукописные газеты?

А) политическую; б) военную; в) экономическую; г) идеологическую.

29. В каком произведении наиболее ярко выражена идея свободы печати?
А) «Ареопагитика» Мильтона; б) «Левиафан» Гоббса; в) «Государство» Платона; г) «О свободе печати» Юма..
30. Кто из перечисленных философов и публицистов высказал самую радикальную точку зрения на необходимость свободы печати?
А) Джон Милль; б) Джон Мильтон; в) Джон Локк; г) Давид Юм.
31. Кто из перечисленных философов высказывался за введение цензуры?
А) Жан-Жак Руссо; б) Давид Юм; в) Вильгельм Вейтлинг; г) Георг Гегель.
32. Кто из перечисленных философов отрицательно относился к общественному мнению?
А) Георг Гегель; б) Томас Гоббс; в) Карл Маркс; г) Владимир Ленин.
33. Что стоит на первом месте в авторитарной системе журналистики?
А) индивид; б) общество; в) государство; г) СМИ.
34. Что стоит на первом месте в системе журналистики социальной ответственности?
А) индивид; б) общество; в) государство; г) СМИ.
35. Печать не могла быть в частных руках...
а) в царской России; б) в СССР; в) наполеоновской Франции; г) в США при Президенте Джефферсона.
36. Чем является пресса в либертарианской системе журналистики?

А) инструментом контроля над правительством; б) государственным инструментом;
в) трибуной общественной дискуссии; г) трибуна правительства.

37. Какая журналистика не носит коммерческого характера?

А) авторитарная; б) либертарианская; в) социалистическая; г) социальной ответственности.

38. Какой из элементов системы журналистики присутствует только в модели Е.П. Прохорова?

А) руководящие органы; б) социальные институты; в) массовая аудитория; г) канал.

39. Информация – это...

а) текст; б) жанр; в) сообщение; г) тема журналистского произведения.

40. Какой из элементов не входит в подсистему управления массовой коммуникации?

А) издатель; б) журналист; в) аудитория; г) контрольно-правовые органы.

41. Какая из перечисленных функций является порождением социально-политической организации общества?

А) интегрирующая; б) пропагандистская; в) информационная; г) рекреативная.

42. Какая из перечисленных функций является порождением фактора общественных интересов?

А) организаторская; б) контрольная; в) коммулятивная; г) пропагандистская.

43. Какая из перечисленных функций близка к функции релаксации?

А) гедонистическая; б) ориентирующая; в) когнитивная; г) рекреативная.

44. К вещным компонентам системы журналистики относятся...

а) массовая информация; б) коммуникатор; в) обратная связь; г) массовая аудитория.

45. К идейным компонентам системы журналистики относятся...

а) общественное мнение; б) редакция; в) аудитория; г) коммуникатор.

46. Какие из структурных элементов журналистики не назвал Аристотель среди элементов публичной речи?

А) канал; б) коммуникатор; в) информация; г) аудитория.

47. Какой новый элемент внес К.Шеннон в систему коммуникации?

А) источник шума; б) источник информации; в) обратная связь; г) коммуникатор.

48. Какой новый элемент ввел в структуру массовой коммуникации Гарольд Лассуэл?

А) эффект; б) шум; в) сообщение; г) коммуникатор.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Пояснительная записка	3
2 Материалы рабочей программы	6
2.1 Раздел 1. Предмет, структура и задачи курса	6
2.2 Раздел 2. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности	7
2.3 Раздел 3. Функции журналистики	9
2.4 Раздел 4. Журналистика как социальный институт	10
2.5 Раздел 5,6, 7	10
2.6 Раздел 8. Действенность и эффективность журналистики	11
3 Содержательная программа курса	12
4 Экзаменационные вопросы	70
5 Тест для самоконтроля	72