**Введение**

Не все в мире печати, радио, телевидения относится к той журналистике,

проблемами которой занимаются факультеты журналистики. Ведь

печать, радио, телевидение, Интернет используются и для специальных

целей (служебная радиосвязь, промышленное и учебное телевидение,

специальная информационная продукция, в том числе журналы,

рассчитанные на специалистов различных областей науки, техники,

бизнеса и т.д.). Поэтому важно уточнить тот круг специфических явлений

журналистики, законы которых рассматриваются в курсе и к которым

обращается наука о журналистике.

Практическое задание

**Источник №1:**
**"Ровно год назад в женском фигурном катании снова была написана**
**новая глава, автором которой стала непревзойдённая Александра**
**Трусова. Год назад, на Контрольных прокатах сборной России в**
**Челябинске, Саша представила миру свою новою, олимпийскую**
**произвольную программу «Круэлла», совершив невозможное и**
**исполнив пять четверных прыжков в одной программе".**

Источник: <https://t.me/teamtrusova_official>Источник №2:
"Российская фигуристка Александра Трусова в соцсетях
поздравила возлюбленного, фигуриста Марка Кондратюка, с днем рождения. Сегодня, 3 сентября,
спортсмену исполняется 19 лет.
Девушка опубликовала совместноефото с фигуристом.
«С днем рождения, Марк»,— подписала снимок Трусова".

Источник: <https://www.sport-express.ru/figure-skating/news/trusova-pozdravila>kondratyuka-s-dnem-rozhdeniya-1969245/

Задание: определить, какой текст мы можем отнести к журналистике?
Ответ: **первый текст** опубликован в фан-аккаунте российской фигуристки, его структура не соответсвует жанрам журналистики, присутствует оценочная лексика, выражающая оценку автора. **Второй текст:** соответствует такому жанру журналистики, как новостная заметка: в нем присутствует авторский заголовок и SEO-заголовок, лид, основная часть. Также в тексте отсутствует лексика, выражающая отношение автора к материалу. Текст опубликован на сайте спортивного издания автором, имя которого известно читателям, у издания "Спорт-Экспресс" есть учредитель, штатные и внештатные сотрудники, постоянное название, а также периодичность выпуска новостей (раз в 15 минут).

Итог

После обсуждения совместно с участники мы формируем термин "Журналистика". «Журналистика» (фр. journal —
«дневник», jour — «день»; лат. основа diurna — «поденный») - система средств массовой
информации.

**«Действующими силами» изучаемой системы являются**

**Учредитель (У)** — государственные или общественные организации, профессиональные и творческие союзы, ассоциации и общества, группы граждан и отдельные лица, создающие газетные и журнальные предприятия, телекомпании, продюсерские фирмы, агентства, пресс-службы, издательские фирмы и т.д., располагающие правами владельцев и/или руководителей соответствующих производителей и распространителей массово-информационных продуктов.

**Руководящие органы (РО)** — государственные институты, которые в соответствии с конституционными нормами уполномочены принимать, изменять, отменять различные акты (прежде всего законы), регламентирующие деятельность журналистики. В силу своих политико-правовых функций РО правомочны определять права и обязанности всех участников массово-информационных процессов.

 **Журналист (Ж)** — штатные и внештатные работники редакций (от корреспондента и работника отдела писем до руководителя корреспондентской сети и главного редактора), которые ведут авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номера газет и журналов, программы радио и телевидения, выпуски агентской информации и.т.д., реализуя редакционную (информационную) политику данного СМИ.

**Тексты (Т)** — произведения журналистов, официальные документы, сообщения агентств, рекламные и другие информационные материалы, предназначенные для публикации, отобранные, отредактированные и скомпонованные в номера, программы, выпуски.

**Канал (К)** — используемые журналистами средствами массовой информации (газеты, еженедельники, журналы, альманахи, бюллетени, программы радио и телевидения, сайты Интернета различных типов и уровней со сложной системой редакций, дирекций, отделов и т.д.), предназначенные для «доставки» журналистских «текстов» их адресатам.

 **Массовая аудитория (МА)** — та часть общества, на которую специально ориентировано определенное издание (или программа) и к которой оно постоянно обращено (расчетная аудитория) или которая действительно сформировалась вокруг данного издания и считает его «своим» (реальная аудитория), или которую можно привлечь дополнительно (потенциальная аудитория).

**Социальные институты (СИ)** — государственные органы, хозяйственные, профсоюзные и другие организации, партии, союзы, ассоциации, даже отдельные лица, функционирующие в сфере распространения данного средства массовой информации и деятельность которых обсуждается в произведениях журналистов с целью принятия ими определенных решений.

**Действительность** при этом выступает источником сведений и конечным объектом воздействия журналистики.