1.**Средства** **массовой** **информации**: **становление** **основных** **понятий**

Средства массовой информации (СМИ) представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам - это относительно самостоятельная система, характеризующаяся множественностью составляющих элементов: содержанием, свойствами, формами, методами и определенными уровнями организации (в стране, регионе, на производстве). Отличительные черты СМИ – это публичность, т.е неограниченный круг пользователей; наличие специальных технических приборов, аппаратуры; непостоянный объём аудитории, меняющийся в зависимости от проявленного интереса к той или иной передаче, сообщению или статье.

Средства массовой информации рассматривают в последнее время не столько в качестве средств общения, с помощью которых происходит передача сведений от человека к человеку или массам людей, сколько в облике института демократии, охраняющего интересы личности, общества и государства. Подобный акцент обусловлен, прежде всего, необходимостью дополнительной поддержки таких социальных ценностей, как свобода выражения мнений и убеждений, политический и идеологический плюрализм, свобода мысли и слова и т.п., которые гарантированы Конституцией РФ.

Под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле- или видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации. Средства массовой информации должны соответствовать следующим критериям:

- массовость получателя (в отличие от разного рода изданий, предназначенных для конкретного лица или группы лиц);

- периодичность – для признания издания средством массовой **информации** необходим его неоднократный выход через определенные промежутки времени;

- форма изложения материала – печатное издание радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма.

В основу использования средств массовой информации положен принцип свободы массовой информации, который получил правовое закрепление в ст. 1 Закона « О средствах массовой информации». Согласно данной статье в РФ не подлежат ограничениям, за исключением случаев, установленных законодательством о средствах массовой информации:

- поиск, получение, производство и распространение массовой информации;

- учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими;

- изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации.

Среди функций СМИ обычно выделяют следующие:

- информационную (сообщение о положении дел, разного рода фактах и событиях);

- комментарийно-оценочную (часто изложение фактов сопровождается комментарием к ним, их анализом и оценкой);

- познавательно – просветительную (передавая многообразную культурную, историческую, научную информацию, СМИ способствует пополнению фонда знаний своих читателей, слушателей, зрителей);

- функцию воздействия (СМИ неслучайно называют «четвёртой властью»: их влияние на взгляды и поведение людей очевидно, особенно в периоды так называемых инверсионных изменений общества или во время проведения массовых социально-политических акций, например, в ходе всеобщих выборов главы государства);

- гедоническую (речь здесь идёт не просто о развлекательной информации, но и о том, что любая информация воспринимается с большим положительным эффектом, когда сам способ её передачи вызывает чувство удовольствия, отвечает эстетическим потребностям адресата).

**Контрольные вопросы**

1.Какие отличительные черты СМИ? Выберите 1 неправильный ответ:

1) публичность;

2) наличие специальных технических приборов, аппаратуры;

3) непостоянный объём аудитории;

4) малое количество участников.

2.СМИ поддерживают социальные ценности? Выберите 2 неправильных ответа:

1) не поддерживают;

2) совсем не поддерживают

3) дают дополнительную поддержку;

4) поддерживают.

3.Что понимается под средствами массовой информации? Выберите 1 неправильный ответ:

1) периодическое печатное издание;

2) радиопрограмма;

3) телепрограмма;

4) личное письмо.

4. Средства массовой информации должны соответствовать критериям? Найдите 1 неправильный ответ:

1) массовость получателя;

2) периодичность;

3) форма изложения материала;

4) отсутствие массовости получателя.

5. В основу использования средств массовой информации положен принцип свободы массовой информации, закреплённый законом? Выберите 1 неправильный ответ:

1) не положен;

2) да;

3) конечно;

4) закреплён в ст. 1 Закона «О средствах массовой информации».

6. У СМИ есть определенные функции? Выберите 2 неправильных ответа:

1) нет;

2) функции отсутствуют;

3) есть определенные функции;

4) конечно, есть.

7. СМИ называют « четвёртой властью»? Вы берите 2 неправильных ответа:

1) СМИ не называют «четвёртой властью»;

2) нет;

3) да, называют;

4) неслучайно называют.

2. **Публицистический** **стиль** в **системе** **функциональных** **стилей** **современного** **русского** **языка**

Говоря о публицистическом стиле, следует упомянуть о жанрах, в которых он находит своё проявление:

- статья;

- очерк;

- репортаж;

- фельетон;

- интервью;

- памфлет;

- ораторская речь.

Публицистический стиль воздействует на людей посредством СМИ (газеты, журналы, телевидение, афиши, буклеты), характеризуется наличием общественно-политической лексики, логичностью, эмоциональностью, оценочностью, призывностью. Он включает в себя использование нейтральной лексики, специальной лексики, высокой лексики и фразеологии, эмоционально окрашенных слов, употребление коротких предложений, рубленую прозу, безглагольные фразы, риторические вопросы, восклицания, повторы и др.

Цель публицистического текста – оказать желаемое воздействие на разум и чувства читателя, слушателя, настроить его определенным образом. Информация освещённая в данном стиле, предназначается для широких слоев общества, воздействуя как на разум, так и на чувства адресата. Принято выделять две основные функции публицистического стиля:

- Информационная – стремление в кратчайший срок сообщить людям о свежих новостях; данная функция присуща всем стилям речи. Специфика информационной функции в публицистическом стиле заключается в характере информации, её источниках и адресатах. Данная функция предполагает наличие сведений интересных и необходимых для адресата, а не только для самого автора. Этические нормы предполагают достоверность и точность информации. В случае отсутствия таковых, материал является информационно пустым.

- Воздействующая - стремление повлиять на мнение людей о какой- либо политической или социальной проблеме; цель публициста состоит в том, чтобы рассказать о положении дел в обществе, но и в том, чтобы убедить аудиторию в необходимости определенного поведения. Функция воздействия является для публицистического стиля системообразующей, именно она выделяет этот стиль среди других разновидностей литературного языка. Важная особенность функции воздействия - цель его не должна противоречить общественным интересам, а форма воздействия не должна восприниматься как грубое давление или навязывание субъективных оценок.

Кроме информационной и воздействующей, тексты публицистического стиля выполняют и все остальные присущие языку функции:

- коммуникативную;

- экспрессивную;

- эстетическую.

Проведя анализ представленной выше информации, выделим основные признаки публицистического стиля:

1. Использование клише, штампов: «играть роль», «непредсказуемые последствия» и др. Употребление стереотипных речевых формул значительно упрощает процесс коммуникации. В.В. Виноградов справедливо подмечает: «Большинство людей говорит и пишет с помощью готовых формул, клише».
2. Широкое употребление экспрессивных, выразительных, эмоциональных речевых средств, создание тропов и речевых фигур, применение логико-композиционных форм и приемов (заголовки, чередование повествования, описания и рассуждения, введение разных типов чужой речи и т. д.).
3. Активное пользование многообразием употребляемой лексики и фразеологии. В публицистическом стиле часто встречается общественно-политическая лексика (администрация, правительство, депутаты, кандидаты, избиратели и др.), заимствованные слова (президент, презентация, рейтинг, спонсор, клип, брифинг, саммит, коррупция, маркетинг, Вице-премьер и др.). Значительную часть составляют общелитературные слова и различные термины (экономические, политические, философские, военные, спортивные, литературы и искусства и т.д.), которые в определённом контексте переосмысливаются и получают публицистическую окраску (мобилизация, резерв, накладка, финишная прямая, агония, зажим и др.).
4. Совмещение слов, относящихся к высокой книжной лексике (отчизна, родина, патриотизм, претворять, гражданственность, свершения, созидание и др.), и к разговорной, сниженной, просторечной, иногда даже жаргонной лексике (баксы, беспредел, кайф, тусовка, кинуть, отстегивать, замочить, за бугром и др.).
5. Экономия языковых средств, лаконичность и популярность изложения при информативной насыщенности.

**Контрольные вопросы**

1.Публицистический стиль проявляется в определенных жанрах? Ниже перечислены некоторые. Выберите 1 неправильный ответ:

1) статья;

2) репортаж;

3) интервью;

4) реферат.

2. Публицистический стиль воздействует на людей посредством СМИ? Выберите 1 неправильный ответ:

1) воздействует;

2) воздействует, в частности, посредством газет;

3) не воздействует;

4) воздействует, в частности, посредством журналов, телевидения.

3.Публицистический стиль включает в себя эмоционально окрашенные слова? выберите 1 неправильный ответ:

1) включает;

2) не включает;

3) включает эмоционально окрашенные слова;

4) да, включает.

4.Сколько основных функций публицистического стиля принято выделять? Укажите 1 правильный ответ:

1) три функции;

2) четыре функции;

3) две основные функции;

4) пять функций.

5. Какие две основные функции публицистического стиля принято выделять? Выберите 2 неправильных ответа:

1) информационная;

2) воздействующая;

3) назывная;

4) математическая.

6. Сколько выделяют основных признаков публицистического стиля? Укажите 1 правильный ответ:

1) 2;

2) 3;

3) 6;

4) 5.

7. Встречаются ли в публицистическом стиле заимствованные слова? Выберите 1 неправильный ответ:

1) встречаются;

2) заимствованные слова встречаются;

3) нет, не встречаются;

4) да, встречаются.

**3.Информационные жанры публицистического стиля: заметка**

**Заметка** – это информационный жанр журналистики, подразумевающий краткое сообщение, в котором излагается факт или ставится конкретный вопрос. Тут нет ответа на вопрос и оценки данному событию.

**Признаки заметки:**

**-** Небольшой объём (около 2000 знаков)

**-** Материал подаётся в виде ответов на вопросы (что, где и когда произошло). Это 3 основных вопроса, на которые нужно ответить в заметке. Обратите внимание, здесь нет вопроса «Почему это произошло?» или «Какие будут последствия?»

**-** Идёт только событие без выводов и оценок. Не важно, что думает сам автор.

**-** Более подробно то или иное событие освещается в других жанрах. Например, в репортаже, комментарии или статье.

**-** Достаточно жёсткая структура.

**Структура заметки:**

Вот как выглядит структура заметки:

* + 1. Заголовок
    2. Подзаголовок (не всегда может встречаться)
    3. Лид (введение) – первый абзац с кратким содержанием текста
    4. Основной текст

**Виды заметки**

* + - 1. **Информационная заметка –** стандартный вид данного жанра, в котором излагаются только факты и сведения о событии. Часто используется в событийном поджанре.
      2. **Хроникальная заметка –** используется для описания различных историй. В определённой последовательности даётся хронология всех событий. К примеру, в поджанре мини-история такой вид может использоваться автором.
      3. **Расширенная заметка –** здесь подается значительно больше информации, чем в остальных видах. К примеру, если это событийный поджанр, то тут будет достаточно больше больше фактов и информации по данной новости. Если говорить о других поджанрах, то тут дополнительно может быть какое-то небольшое интервью или мини-вывод.

**Контрольные вопросы**

1.Заметка – это информационный жанр журналистики? Выберите 2 неправильных ответа:

1) нет, это не жанр журналистики;

2) да, это информационный жанр журналистики;

3) да;

4) это научный жанр.

2. Какой объём является признаком заметки? Выберите 2 правильных ответа:

1) большой объём;

2) очень большой объём;

3) небольшой объём;

4) небольшой объём (около 2000 знаков).

3. В заметке важно, что думает сам автор? Выберите 1 правильный ответ:

1) не важно;

2) очень важно;

3) важно, что думает сам автор;

4) важно мнение автора заметки.

4. Заметка имеет свою структуру? Выберите 1 правильный ответ:

1) имеет структуру;

2) структура отсутствует;

3) нет;

4) у заметки нет структуры.

5. В структуре заметки есть заголовок? Выберите 1 правильный ответ:

1) есть заголовок;

2) нет заголовка;

3) заголовок отсутствует;

4) нет.

6. Что такое лид в структуре заметки? Выберите 1 правильный ответ:

1) лид – это введение;

2) конец заметки;

3) завершение заметки;

4) лид – это основной текст.

7. Сколько существует видов заметки? Выберите 1 правильный ответ:

1) два вида;

2) пять видов;

3) 3 вида;

4) 6 видов.