

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

ДОЦЕНТ СОСНОВСКАЯ А.М.

СОСНОВСКА АЯ АННА МИХАЙЛОВ НА

- к. фл. н. доцент кафедры управления общественными отношениями СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, член Союза журналистов России, член Международного Союза журналистов, член Санкт-Петербургской ассоциации специалистов по связям с общественностью, психолог, бизнес-тренер.

- <https://vk.com/sosnovskayaannam>

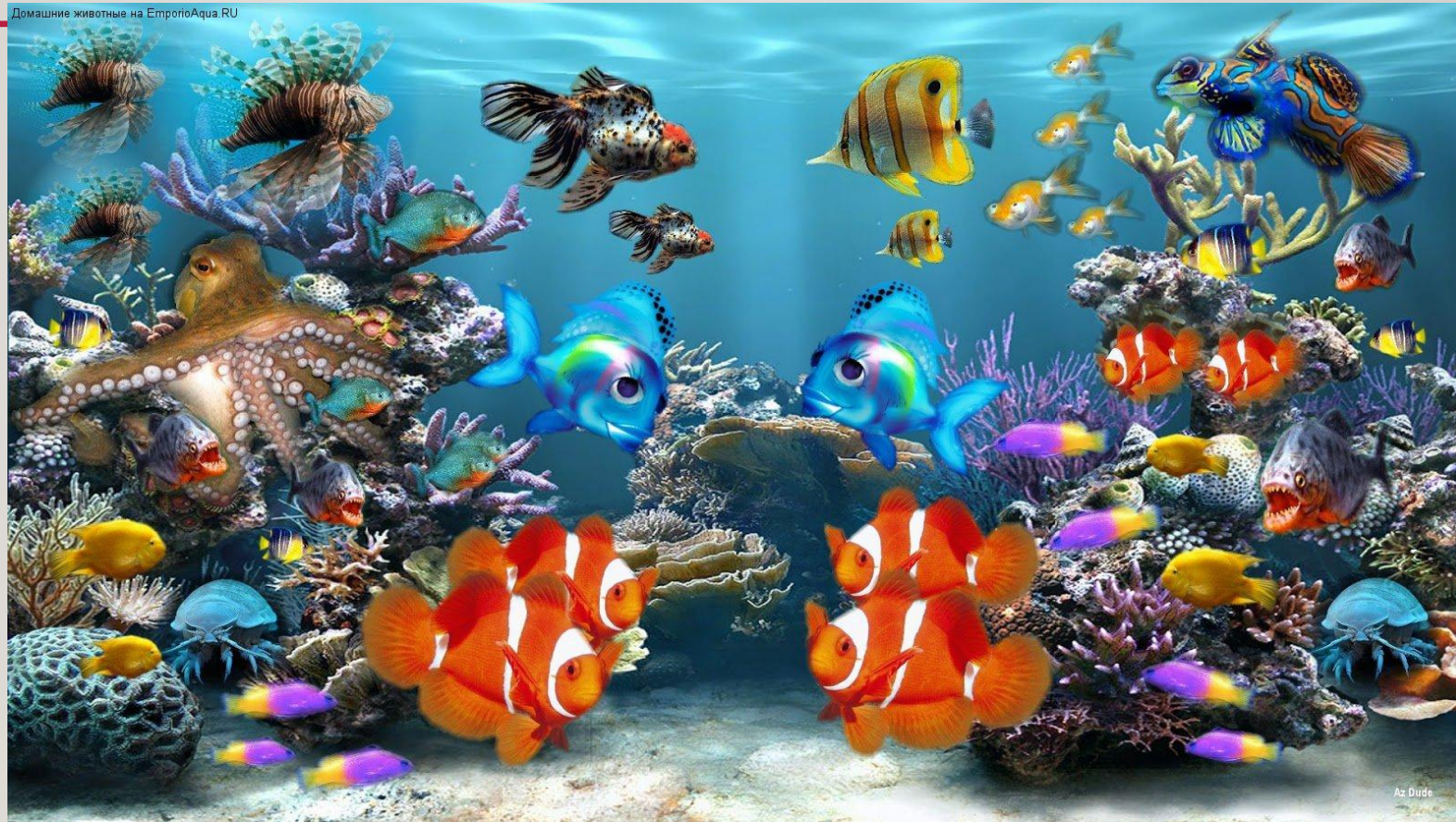
- <https://www.facebook.com/anna.sosnovskaya>

- **Навыки личной эффективности (SoftSkills)**

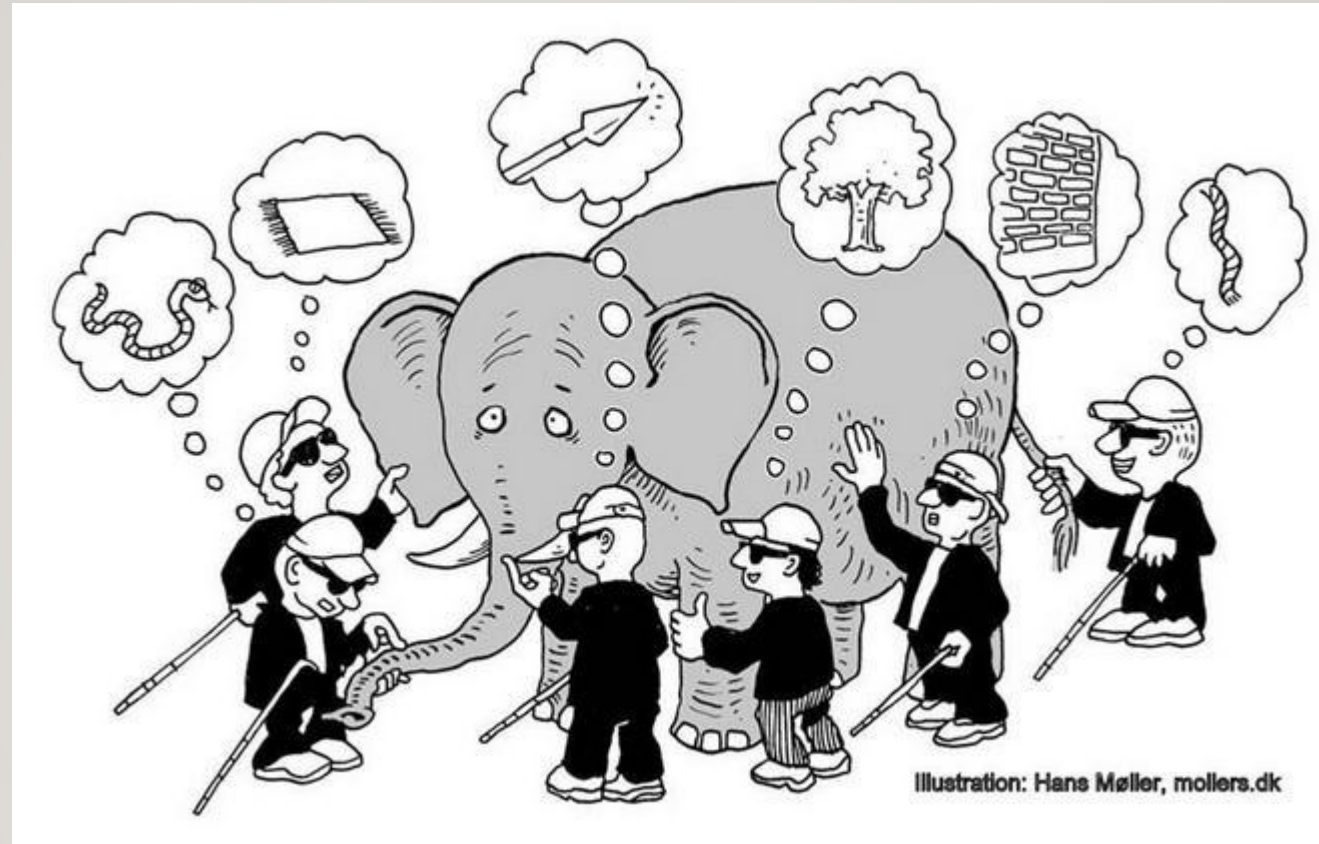
<https://www.youtube.com/playlist?list=PL9ek4vE3gGaTTcHONBYm2RRcmsl2xcZz7>

“WE DON'T KNOW *WHO DISCOVERED WATER*, BUT WE KNOW IT WASN'T THE *FISH*.” MARSHALL MCLUHAN

Домашние животные на EmptioAqua.RU



Az Dude



ДАВАТЬ ВСЕ – ОТБИРАТЬ ДЛЯ ВОСПИТАНИЯ

- Существует два основных подхода к пониманию роли журналистики в обществе. Сторонники **либеральной** подхода считают, что все, что происходит интересного и важного для аудитории СМИ, должно быть отражено в новостях.
- **Социально-ответственная журналистика** подразумевает использование СМИ для поддержания основ общества и воспитания людей с целью усовершенствования их как социальных субъектов. Такого рода подход характерен для обществ, где СМИ монополизировано государством. Критики этого подхода считают, что журналисты не могут выступать арбитрами, определяющими социальные ценности в обществе, в котором существуют различные точки зрения.

СИЛЫ ВЛИЯНИЯ НА ЖУРНАЛИСТА

- Владельцы
- Рекламодатели
- Правительство
- Законодатели
- Элиты: какие?
- Медиакратия
- Аудитория

ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ (ПРОХОРОВ Е.П. ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ ЖУРНАЛИСТИКИ)

Коммуникативная. Это исходная функция – функция общения, налаживания контакта. Журналистика устанавливает контакт с аудиторией и социальными институтами, «знакомит» их друг с другом и проводит свою информационную политику.

Непосредственно-организаторская. Журналистика - «четвертая власть» в обществе. Публикации в авторитетных СМИ могут оказать серьезное влияние на общество и социальные институты;

Идеологическая (социально-ориентирующая). Журналистика занимается информационным обслуживанием массового сознания, формирует общественное мнение, влияет на мировоззренческие основы аудитории;

Культурно-образовательная. Журналистика формирует культурно-поведенческие нормы, этикет, культуру досуга и т. д.

Рекламно-справочная. Журналистика удовлетворяет утилитарные запросы, связанные с миром увлечений различных слоев аудитории (сад, огород, туризм, и т. д. и т. п.)

Рекреативная. Журналистика формирует способ снятия напряжения, развлечения. Кроме того, журналистские тексты должны читаться с удовольствием – так они реализуют выполнение других функций.

ОБЯЗАННОСТИ=ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ (ЛАЗУТИНА Г.В. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ЖУРНАЛИСТА)

- **Давать членам общества адекватную информацию о действительности**, обо всех ее существенных изменениях — как на очевидном уровне (события), так и на неочевидном, постигаемом усилиями мысли (проблемы), причем независимо от того, хотят этого или не хотят институты власти;
- **Служить ареной свободного обмена мнениями среди граждан**, позволяя самоопределиться общественному мнению, — подчас вопреки желанию власти это мнение направленно формировать;
- **Насыщать массовые информационные потоки общества** материалами, несущими самые разные варианты знаний, норм и ценностей, создавая возможности для их конкуренции и стимулируя нравственные, духовные искания людей. Благодаря этому достигается развитие массового сознания общества и в то же время сохраняется необходимый уровень его преемственности, общей значимости.

РОЛИ ЖУРНАЛИСТИКИ (КОРКОНОСЕНКО С.Г. ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ)



ЧЕТЫРЕ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ В ОБЩЕСТВЕ (ВАРТАНОВА Е.Л. О СОВРЕМЕННОМ ПОНИМАНИИ СМИ И ЖУРНАЛИСТИКИ)

- ❑ **Информационное обеспечение функционирования политической сферы**, без которого невозможно существование демократического общества. Сферой СМИ обеспечивается коммуникация между двумя группами интересов: политиками и обществом.
- ❑ **Информационное обеспечение функционирования экономической сферы.** Журналистика информирует акционеров и инвесторов, а также потребителей – с помощью рекламы, тем самым обслуживая рыночную экономику.
- ❑ **Удовлетворение культурных потребностей общества.** К примеру, выстраивание общей культуры, общих ценностей, и т. д. – через язык и СМИ.
- ❑ **Формирование идентичности и интеграции общества.** Журналистика стимулирует создание наций и поддерживает их существование.

4 МОДЕЛИ ПРОЦЕССА СОЗДАНИЯ НОВОСТЕЙ

- **Зеркальная модель** подразумевает, что новости должны отражать реальность. Сторонники этой модели не создают новости, а **сообщают о них**. Критики этой модели справедливо заключают, что СМИ не в состоянии отразить все события, происходящие в мире. События, которые попадают в СМИ, **становятся более значимыми, чем они есть на самом деле**, а события, не отраженные в СМИ, словно и не существуют. Профессиональные фотографы знают, что сфотографировав небольшую кучку людей, можно выдать ее за целую толпу.
- Сторонники **профессиональной модели** представляют журналистов как опытных профессионалов, которые создают увлекательный коллаж событий, **отбирая их по степени значимости**, привлекательности для аудитории, соблюдая баланс между различными элементами. Основным критерием отбора служит внимание публики, поскольку СМИ экономически заинтересованы в расширении своей аудитории.
- Сторонники **организационной модели** акцентируют свое внимание на самом **процессе создания новостей**: межличностные отношения в коллективе, профессиональные нормы, технические возможности, расходы, связанные с получением новостей, ориентация на прибыль, законодательные ограничения.
- **Политическая модель** базируется на том, что любые новости являются продуктом деятельности людей, имеющими определенные **идеологические воззрения**, а также, создаются под давлением политического окружения, в котором находится организация, делающая новости. В поле зрения СМИ попадают люди, имеющие высокий статус в обществе, а остальные большей частью игнорируются. Те, кто поддерживают существующую систему, изображаются как «хорошие парни», а те, кто выступает против, — как «плохие парни».

4 МОДЕЛИ ПРОЦЕССА СОЗДАНИЯ НОВОСТЕЙ

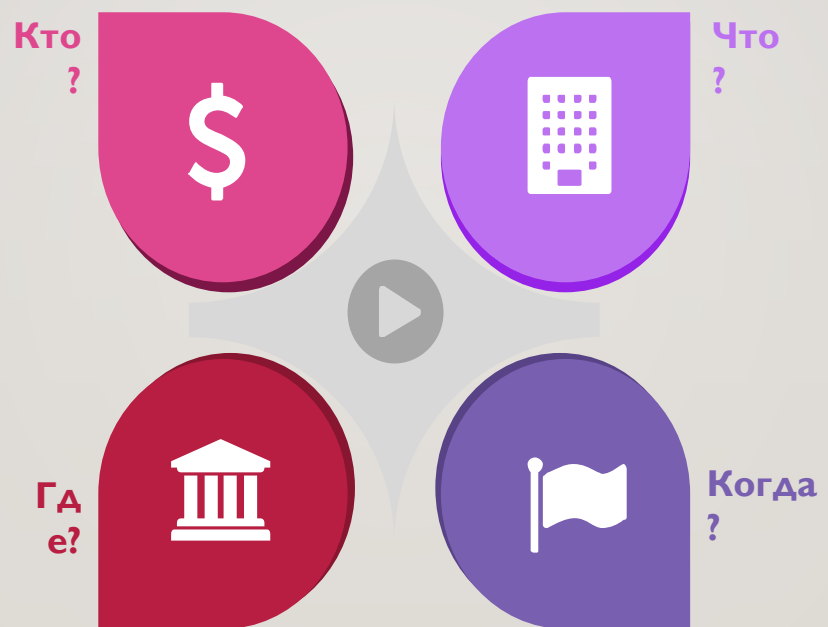
институт, идеология	журналисты
Отражение, факты, объективность	Конструирование. Создание контента

НОВОСТЬ

- у каждой важной новости должен быть свой главный герой
- значимое событие должно быть наполнено драматизмом, борьбой интересов, борьба, конфликт
- значимое событие должно содержать какое-либо активное действие, нечто приковывающее внимание зрителя, быть кратким и динамичным
- новизна и степень отклонения от общепринятых норм
- возможность привязки события к темам, которые в данный момент уже активно разрабатываются СМИ

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СОБЫТИЯ

4 первых вопроса лида новости



15

КАК?

- последовательность, участники
- реконструкция события

НУ И ЧТО? ПОСЛЕДСТВИЯ СОБЫТИЯ - В
НАСТОЯЩЕМ. ВАЖНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ. ЧТО
БУДЕТ ДЕЛАТЬ СОЦИУМ ПО ЭТОМУ ПОВОДУ?

ПИШЕМ НОВОСТЬ

один из признаков качественно написанной новостной заметки -
амбивалентность восприятия происходящего.

ПОЯСНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ - КТО ВИНОВАТ? ЧТО ДЕЛАТЬ?

- требования:
- компетентность,
- независимость

ИЗЛАГАЕМ ПОЗИЦИИ СТОРОН

- читатель сам решит кто прав или виноват;
- докладываем о невозможности связаться с одной из сторон, и что было сделано.

ПОКАЗЫВАЕМ РЕАКЦИЮ НА СОБЫТИЕ

20

- в случае отсутствия реакции, можно спровоцировать - спросить популярных спикеров - что надо было бы сделать, чтобы избежать случившегося?

ПРЕДЫСТОРИЯ И СТАТИСТИКА

- распространенность явления, бэкграунд вписывает событие в контекст, сравнение, исторические примеры.

The home
of Russian
intelligentsia

www.visit-petersburg.ru

Saint
Peters
burg

Saint Petersburg Government Committee for Tourism Development

The home
of Russian
revolutsia

www.visit-petersburg.ru

Saint
Peters
burg

Saint Petersburg Government Committee for Tourism Development

The home
of Russian
dusha

www.visit-petersburg.ru

Saint
Peters
burg

Saint Petersburg Government Committee for Tourism Development