

# Теории деятельности

---

Лекция и домашнее задание

# План

---

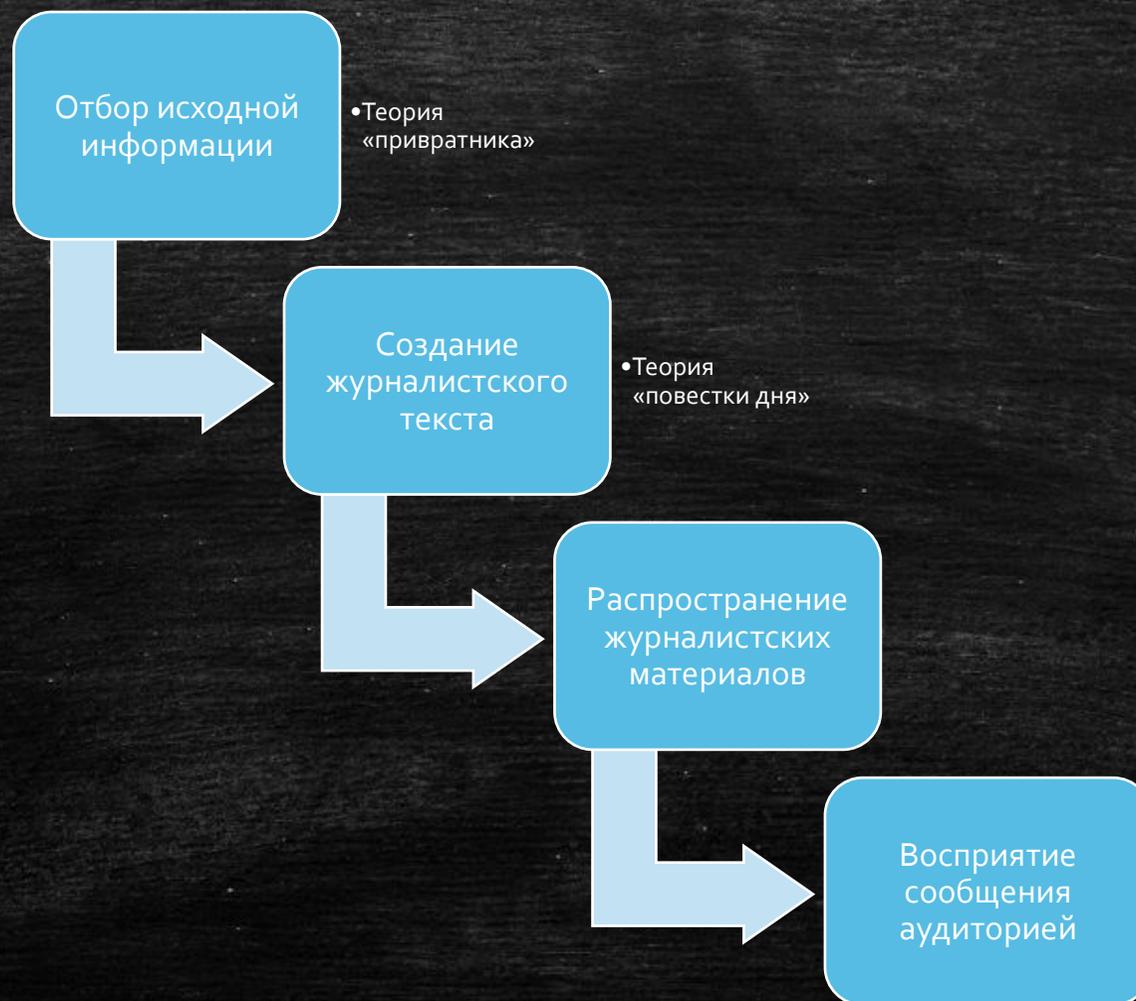
- Теория «привратника»
- Теория «повестки дня»

# Литература

---

- Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. СПб., 2003.
- Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2015.
- Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2007.
- Яковлев И. П. Современные теории массовой коммуникации. СПб., 2004.
- Казаков А. А. Теория установления повестки дня vs. фрейминг: к вопросу о соотношении подходов // Полития. 2015 № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-ustanovleniya-povestki-dnya-vs-frayming-k-voprosu-o-sootnoshenii-podhodov>

# Стадии массовой коммуникации



# Теория «привратника»

---

Первый вопрос

# Курт Левин

---



- Американский психолог
- 1890 – 1947 гг.
- Автор теории «привратника». Ввел в научный оборот понятие «привратник»

# Формирование теории

---

- Отбор – это процесс селекции, в результате которой из множества сообщений только небольшая их часть поступает в СМИ.
- Проблемы связаны с тем, кто отбирает, что отбирается и какие принципы лежат в основе отбора. Для обозначения субъекта отбора К. Левин предложил понятие «привратник».
- Левин проиллюстрировал свою теорию на примере отбора продуктов питания в семье. Не все члены семьи имеют равные возможности в отборе продуктов. Наибольшее влияние имеют те, кто делает выбор. Продукты поступают на обеденный стол по разным каналам – с фермы или из магазина. На всех этапах отбора имеются «калитки» (магазин, холодильник, стол), у которых стоят «привратники», блокируя или пропуская далее тот или иной продукт. На процесс отбора влияют позитивные и негативные факторы (вкусы, качество, цены).

# Формирование теории

---

- Впервые применил теорию Левина к коммуникациям ассистент автора теории – Д. Уайт.
- В 1950 г. он провел наблюдение за работой издателя ежедневной газеты, чтобы понять, как происходит отбор сообщений в газету. В итоге он выяснил, что в газету не попадает 90 % новостей. Часть из них отбраковывалась по субъективным причинам – просто не нравились или возникали сомнения в их достоверности. Другие не проходили по техническим причинам – не хватало места в газете или не было новизны в содержании.
- В 1956 г. исследователь У. Гибер выяснил, что на отбор влияют в основном не вкусы издателя, а технические причины, связанные с числом сообщений, их объемом, фактором времени и печатного пространства.

## Формирование теории

---

- В 1953 г. исследователь Т. Ньюкомб предложил теоретическую модель отбора сообщений одним коммуникатором, который посылает их другому. Роль «привратника» здесь играет первый коммуникатор.
- В 1957 г. исследователи В. Уистли и М. Маклеан усложнили эту модель, поместив между двумя коммуникаторами СМИ как еще одного «привратника». В этой модели информация поступает уже через две «калитки» с двумя «привратниками», каждый из которых имеет свою степень свободы в отборе информации.

# Современное состояние теории

---

- В настоящее время чаще всего говорят о пяти основных субъектах или уровнях отбора информации: Первый (индивидуальный) – отбор связан с интересами и вкусами редактора и издателя;
- Второй (технологический) – обусловлен техническими возможностями СМИ;
- Третий (организационный) – обусловлен нормами и правилами организации, выпускающей СМИ;
- Четвертый включает в себя социальную среду – правительство, рынок, группы интересов ...
- Пятый – уровень социальной системы общества с ее культурой.

# Теория «повестки дня»

---

Второй вопрос

# Уолтер Липпман



- Американский писатель, журналист, политический обозреватель.
- 1889 – 1974 гг.
- Автор книги «Общественное мнение» (1922).
- Считается интеллектуальным отцом теории «повестки дня».

# Основы теории

---

- Считается, что истоки теории «повестки дня» (установления повестки дня) находятся в книге У. Липпмана «Общественное мнение». В первой главе «Внешний мир и его образ в нашей голове» (по другой версии – «Внешний мир и его картина нашими глазами») автор утверждал, что именно под влиянием СМИ формируются «картины в наших головах».
- Развил эту мысль американский исследователь Бернард Коэн, заявивший в 1963 г., что СМИ далеко «не всегда удается внушить людям, что конкретно нужно думать по тому или иному поводу, но зато они с успехом навязывают то, о чем думать».

# Основы теории

---

- Авторы теории «повестки дня» – Максвелл Маккоумз и Дональд Шоу.
- В 1968 г. они провели исследование политической коммуникации, а в 1972 г. опубликовали результаты, свидетельствующие о наличии связи между тематикой СМИ и представлениями избирателей о том, что является важным и заслуживающим внимания. Их вывод – темы, к которым часто обращаются журналисты, постепенно начинают восприниматься аудиторией как приоритетные.
- Под «повесткой дня» понимается набор сюжетов и проблем, считающихся наиболее важными в тот или иной отрезок времени. Принято выделять разные уровни и виды «повестки дня».

# Основы теории

---

- Личная (внутренняя) «повестка дня» – наиболее важные для самого индивида социальные и политические проблемы.
- Межличностная – приоритетные проблемы, обсуждаемые с друзьями или в кругу семьи.
- Публичные или общественные «повестки дня» включают в себя наиболее важные проблемы для какого-то сообщества людей, например, горожан или граждан страны.
- По видам выделяют экономические, политические, культурные (...) «повестки дня».

# Основы теории

---

- По результатам исследований 1970 – 1980 гг. были выявлены тенденции:
- Наиболее подвержены влиянию СМИ те, кто нуждается в ориентации, особенно когда это касается жизненно важных интересов.
- Большинство людей акцентируют внимание на трех – пяти новостных темах.
- СМИ эффективно воздействуют на аудиторию тогда, когда работают с проблемами и сюжетами, по отношению которым у людей нет личного опыта.

# Основы теории

---

- Фрейминг. По одной версии – самостоятельная теория, по другой – дополнение теории «повестки дня», технология формирования структуры сообщения. С ее помощью стимулируется интерес аудитории к определенным темам.
- Фрейм – окружающая действительность в том виде, в каком она преподносится аудитории средствами массовой информации.
- Механизм фрейминга включает: определение сути проблемы, причины ее появления, моральную оценку и рекомендации по ее решению. Фрейминг приводит к тому, что СМИ не только привлекают внимание к определенным темам или вопросам, но и формируют точку зрения на них, а также способ решения.

# Теории деятельности

---

Домашнее задание

## Вопросы для самостоятельного анализа

---

- Российский исследователь А. Г. Квят утверждает, что «новые медиа разрушают «модель привратника»». Попробуйте прокомментировать данное высказывание.
- Что из себя, на Ваш взгляд, представляет текущая общероссийская политическая «повестка дня»?

kolodiev@inbox.ru

---

Санкт-Петербург, 2020.