

Тема 6. Процес вибору новин

ПИТАННЯ:

1. Технологія вибору інформації
2. Інструменти подання матеріалу
3. Арифметика новин яку описав Г. Ф. Мотт.

Новини – нові відомості, вісті про найважливіші події в країні і у світі

Сьогодні багато західних видань застосовують **маркетинговий** підхід до відбору новин. В його основі – моніторинг і облік інформаційних інтересів, потреб, переваг і звичок аудиторії.

Новини відбираються з урахуванням реальних і потенційних інтересів аудиторії

за одну хвилину

відправляється
204 000 000 листів

за хвилину

переглядається
6 000 000 сторінок
на Facebook

кожну хвилину в
усьому світі
завантажується
47 000 додатків

за хвилину

Програється
1 300 000 роликів
на Youtube

на Фейсбуці, крім
сторінок, за хвилину
проглядається 20 млн
фотографій

Всього за 60 секунд
передається 640 Гб
даних

Якості новинного матеріалу, що привертають увагу аудиторії:

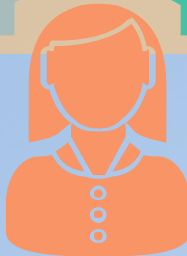
- близькість теми новини (просторова або тимчасова, асоціативна, близькість за інтересами і т. д.);
- своєчасність (адекватність повідомляються відомостей до загального контексту актуальних для аудиторії питань);
- вплив новини на подальші дії аудиторії (спроможність сполучення пробудити інтерес до порушеної теми, обумовити пошук додаткової інформації);
- конфліктність (наявність в повідомленні протиріччя, конфлікту в найширшому розумінні);
- неординарність (наявність в матеріалі незвичайних, курйозних фактів, розповіді про екстравагантних вчинках, інтригуючий сюжет);
- персоніфікація (згадка імен відомих людей, звернення безпосередньо до споживача інформації);
- інформаційна насиченість (вміння вкласти в мінімальний обсяг максимум інформації).

Три основні етапи отримання інформації

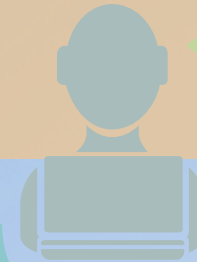
Пошук і
формування
самої
новини



Відбір
матеріалів
редакторами
Gatekeeping



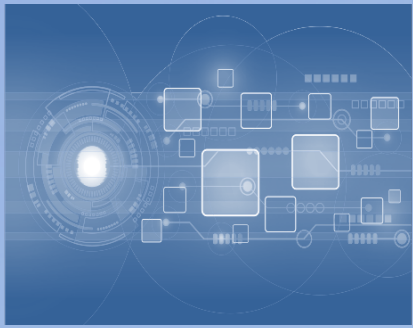
Формування
порядку
денного
Agenda
Setting





Теорія «Agenda-setting» або теорія порядку денного – теорія, згідно з якою засоби масової інформації справляють значний вплив на громадськість вже самим підбором тем, які вони висвітлюють.

Найкращим визначенням **agenda setting** є слова американського дослідника Бернарда Коена: *«Пресі переважно не вдається сказати людям, ЩО думати, але вона з великим успіхом каже їм, ПРО ЩО думати».*



«Гейткіпер» (привратник) – той, хто контролює потік новин, може змінювати, розширювати, повторювати, вилучати інформацію. Гейткіпери створюють у людей розуміння того, що відбувається в навколишньому їхньому світі. Вони займають позиції «експертів» (політики, вчені, соціологи, письменники) в певній галузі суспільства і мають завдання фільтрувати інформацію в конкретній сфері. Гейткіпери несуть велику відповідальність за неупередженість і достовірність інформації. У ролі гейткіпера також можуть виступати установи або організації.

час

**рідкісність
факту**

відстань

**«Правила
наближення
інтересів»**

популярність

емоції

**специфічні
інтереси**

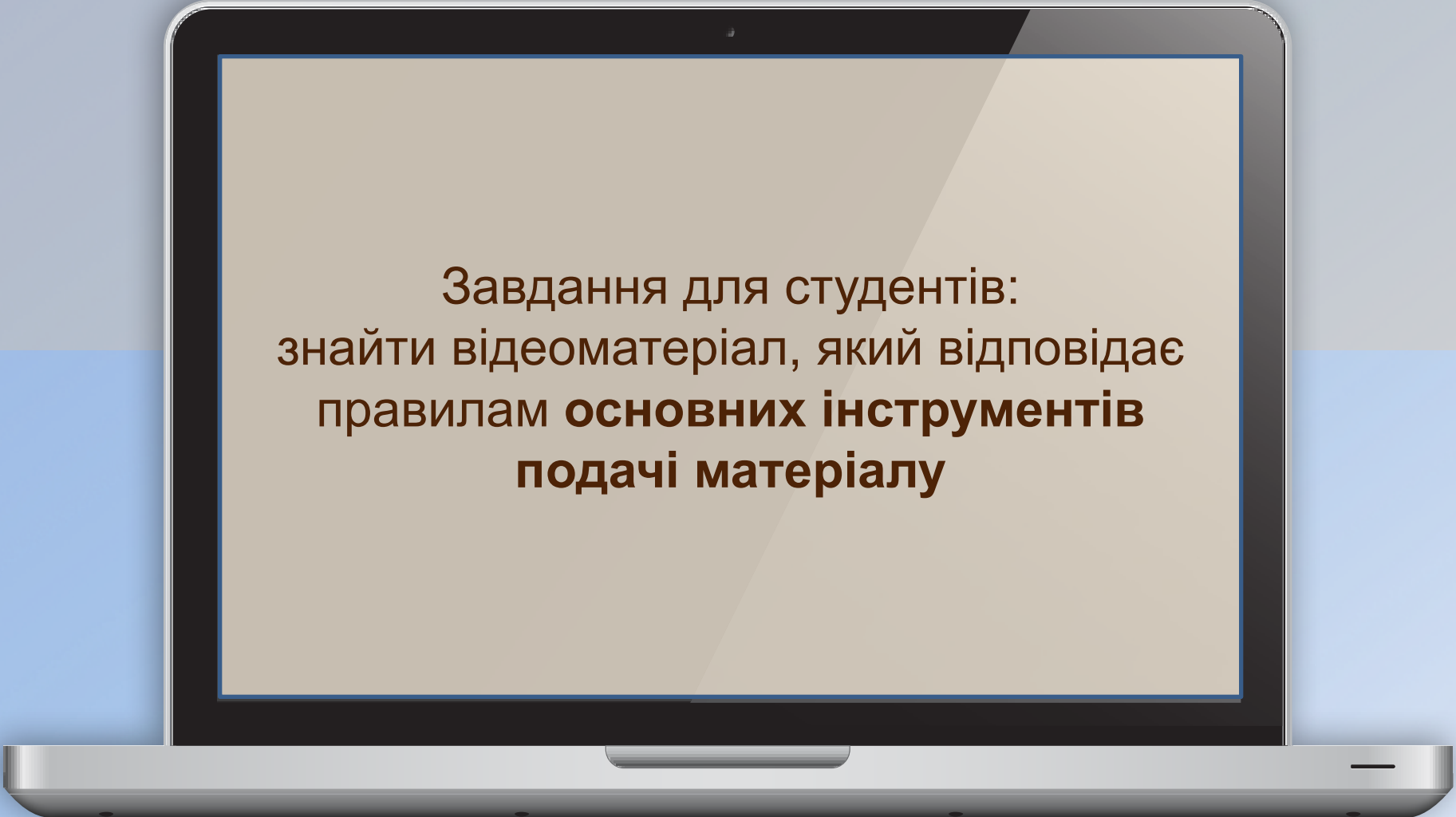
Основні інструменти подачі матеріалу

«правило хронологічного наближення»

тобто чим ближча подія до людини у часовому вимірі, тим більша ймовірність, що ця подія її зацікавить

«правило убивчих кілометрів»

коли для того, щоб зацікавити аудиторію якоюсь подією, що відбувається далеко від її основного місця проживання, потрібні вагомні аргументи, наприклад, велика кількість жертв

A silver laptop is shown from a slightly elevated front perspective, open. The screen displays a light beige background with a dark blue border. The text on the screen is centered and reads: "Завдання для студентів: знайти відеоматеріал, який відповідає правилам **основних інструментів подачі матеріалу**".

Завдання для студентів:
знайти відеоматеріал, який відповідає
правилам **основних інструментів**
подачі матеріалу

Правило сильних емоцій.
Більший шанс пройти фільтр редакційного відбору мають матеріали, які шокують аудиторію. Це повідомлення про смерті, катастрофи, трагедії, пов'язані з сексуальними та іншими насильницькими злочинами, скандалами тощо. Причиною відбору можуть стати й позитивні емоції.

Правило спільних інтересів.

Так, у шахтарському регіоні
більше шансів на появу в
медіа мають матеріали про
події в шахтах у далекому
Чехії, Китаї чи Мексиці.

Вибух метану стався на шахті у Чехії



Винятковість події

В журналістському середовищі постійно пам'ятають про те, що аудиторію більше цікавлять незвичні події. Наприклад, в Індії леопард забіг до школи.

В ІНДІЇ ЛЕОПАРД ЗАБІГ ДО ШКОЛИ



Загальнонаціональні лідери популярності
Редакторами помічено, що видатні спортсмени, діячі поп-культури посилено привертають увагу аудиторії. Наприклад, Еліна Світоліна є загальнонаціональним лідером думки для молодих дівчат-тенісисток (це активно використовується у рекламі). Тому повідомлення про їхню творчість, особисте життя (часто надумані) регулярно з'являються у різних медіа.



«АРИФМЕТИКА НОВИН»

одна звичайна людина +
одне звичайне життя = 0 новин

одна звичайна людина +
одна екстраординарна подія = **НОВИНА**

одна звичайна подія +
одна звичайна дружина = 0 новин

одна звичайна людина +
три дружини = **НОВИНА**

один банківський касир + одна дружина + семеро дітей = 0 новин

один банківський касир – 100000 доларів = **НОВИНА**

одна звичайна людина + звичайне 79-річне життя = 0 новин

одна звичайна людина + звичайне 100-річне життя = **НОВИНА**