

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-сми



БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ Я.С.

**Редактор отдела «культура и спорт»
«Областной газеты».**

**Аспирант Уральского федерального
университета имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина (УрФУ),
институт гуманитарных наук и искусств**



ОБЛАСТНАЯ ГАЗЕТА

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-сми

- Под «**МАССОВОЙ КУЛЬТУРОЙ**» мы будем понимать явление, характеризующее специфику производства и распространения культурных ценностей в современном постиндустриальном обществе
- **ЭЛИТАРНАЯ КУЛЬТУРА**, в противовес массовой, – это «высокая культура», противопоставляемая масскульту по типу воздействия на воспринимающее сознание, сохраняющего его субъективные особенности и обеспечивающего смыслообразующую функцию



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-сми

**«Печатные издания обязаны и в будущем сохранить за собой
традиционную роль поставщиков качественных новостей
и информации для граждан. Для решения этой задачи газетам необходимо
приняться за разработку бизнес-моделей, которые смогут успешно
функционировать и в цифровую эру»**

**Ларри Климан,
руководитель Всемирной газетной
и новостной ассоциации
(WAN-IFRA)**



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



**Уральский
федеральный
университет**
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-сми

«В России, возможно, **таблоиды увянут, едва успев расцвести**, по причинам не этическим, а финансовым. Всё меньше смысла в том, чтобы платить за скандальную информацию, которую Интернет генерирует бесплатно»

Андрей Жакаев,
обозреватель
«Коммерсанта»



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-сми

Как часто россияне читают печатные и электронные СМИ?

- **73 % опрошенных до сих пор не готовы отказаться от чтения печатной периодики.**
- **77 % с той или иной периодичностью просматривают печатную прессу**
- **5 % читают интернет-версии печатных СМИ**

Опрос ВЦИОМ, зима 2015 г.



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



**Уральский
федеральный
университет**
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-СМИ

«В Интернете «сидят» около 60 миллионов россиян (из 140 миллионов — жители России). И только **десять миллионов из них Интернет используют как СМИ** — то есть потребителями информации в Интернете являются не более 17% от населения страны. И если печатное СМИ закрывается, его читатели автоматически в Интернет не переходят»

Павел ГУСЕВ, главный редактор и владелец
«Московского комсомольца»,
председатель Союза журналистов Москвы,
член Общественной палаты РФ,
член Совета при Президенте РФ по развитию
гражданского общества и правам человека



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-СМИ

В чём преимущество традиционных печатных СМИ перед онлайн-СМИ?

- Печатные СМИ, проигрывая в оперативности, выигрывают в аналитичности.
- Печатные СМИ, занимаясь не сообщением факта, а анализом и обобщением, имеют возможность для широких публицистических средств выразительности.
- Печатные СМИ пользуются большим доверием у экспертов. Это приводит к эксклюзивности.



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



**Уральский
федеральный
университет**
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-СМИ

«Печатные СМИ, несмотря на развитие Интернета, остаются востребованными, нужными людям. **Газеты – классика журналистики**, а классика актуальна всегда»

Александр Мащенко,
собственный корреспондент
«Парламентской газеты» в Крыму



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина

Специфика освещения массовой и элитарной культуры в печатных и интернет-СМИ

СМИ, ориентированные на события массовой культуры, пытаются соперничать с Интернетом. Но, не имея собственной позиции, уникальности, они очевидно оказываются в более проигрышной ситуации. Аудитория, на которую они ориентируются, предпочитает уйти в Сеть. И если прогнозировать исчезновение печатных СМИ, то это произойдёт именно со вторым типом СМИ, так как они попросту **проиграют Интернету в борьбе за аудиторию**. Вот почему понимание специфики репрезентации событий в сфере культуры играет важную роль в определении статуса издания, его будущего, в самоопределении пути его развития.



ЯНА БЕЛОЦЕРКОВСКАЯ



Уральский
федеральный
университет
имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина