

Секция «Политические науки»

Трансляция политических представлений и ценностей в российском городском глянце и деловой прессе

Семенова Ольга Михайловна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия
E-mail: MissSolga@rambler.ru*

Тема исследования способов трансляции политических представлений и ценностей актуальна по ряду причин, особенно следует выделить две. Первая, это несомненный рост интереса к политике, наблюдаемый в последнее время, в обществе. У него появилась потребность в регулярном получении информации и экспертной оценки о тех или иных политических событиях. Вторая причина, это появление на рынке СМИ большого количества медиа разных типов, теперь, благодаря появлению новых форм коммуникации, у них есть возможность постоянно трансформироваться и адаптироваться под свою аудиторию и ее запросы.

Стоит сразу отметить, что как проект «Сноб», так и все проекты ИД «Коммерсант», можно отнести к Новым Социальным Медиа. Новые медиа от обычных средств массовой коммуникации отличает определенный набор признаков и свойств, таких как: интерактивность, возможность обратной связи между производителем и потребителем, цифровые и сетевые ресурсы открытого доступа для потребителя, минимальные временные затраты на подготовку и публикацию информации (1). С политологической точки зрения к их свойствам можно отнести своеобразную демократизацию процесса создания контента и возможность видеть реакцию потребителя без цензуры, а так же во многом стоит отметить возрастание роли персонификации контента. Всеми этими признаками и обладают «Сноб» и «Коммерсант».

Проект, создаваемый в 2008 Владимиром Яковлевым, кстати когда-то же основавшим и издательский дом «Коммерсант» в 1990, сразу позиционировал себя как «проект для международного сообщества успешных профессионалов» и проект «Сноб» стал включать в себя печатную версию журнала и интернет-площадку для дискуссий, которую наполняет авторский контент из постов, видеороликов, различных репортажей. ИД «Коммерсант» в свою очередь имеет ряд крупных печатных изданий, сайт с интерактивной площадкой для открытых дискуссий и постоянно расширяет и модифицирует свои приложения для портативных устройств с выпускаемым контентом.

В основу нашего исследования стоит заложить два вопроса: на сколько способы трансляции контента будут схожи? Будет ли подвержено изменениям ценностное содержание контента, в связи с разными способами трансляции?

Отвечая на этот вопрос, стоит исследовать контент не с точки зрения его попадания в медийное пространство, а скорее в другой его плоскости – содержательной. Проанализировать непосредственно тексты и другой контент с точки зрения стилистики, жанровой принадлежности, персонифицированности, наличия творческих элементов, свободы выражения идей.

Для примера сначала сравним «интерфейсы» изданий, а потом две статьи на одну тему.

Авторы проекта «Сноб» сразу заявляют, что основная цель издания это отбор самых интересных авторский материалов по определенным темам. На официальном сайте проекта в первую очередь заявлены не темы повестки дня, а авторы! Содержание блока «Политика» выглядит так: «выбор модератора», «самое обсуждаемое», «самое популярное», «популярные авторы», при этом же сам блок претендует на роль новостной ленты, получается, что издатели «Сноба» предлагают для потребителя «авторские» новости, право выбирать «кого» читать из предложенных остается за потребителем, в тоже время издательство не берет на себя ответственность за достоверность. Интерфейс ИД «КоммерсантЪ» прямо противоположен. Во-первых, новостная лента представляет собой анонсы событий, фамилии авторов подписаны внизу статей, если автор приглашен и не является членом редакции, то имеется сноска, что за его мнение редакция не несет ответственность.

Теперь сравним две конкретные статьи из блоков «Политика».

Статья проекта «Сноб» это авторский репортаж-статья Егора Путилова «Что происходит во Львове?», с прилагаемым к ней фоторепортажем.

Статья ИД «КоммерсантЪ» это новость часа «Беркут» штурмует Майдан Незалежности в Киеве», так же с фотоматериалами.

Обе статьи посвящены теме украинского Евромайдана и событиям, разворачивающимся в Украине в последние часы, а также обе содержат оценку действий как оппозиции, так и представителей действующей власти.

Автор из «Сноба», в первую очередь дает личную эмоциональную оценку происходящему: «В условиях информационного вакуума слухи распространяются, подобно пожару. После убийств львовских активистов в Киеве доверие к центральной власти окончательно подорвано» (3).

Статья «Коммерсанта» (2) представляет из себя поминутную хронологию событий последних трех суток, вместе со вставленными цитатами и сносками от непосредственных очевидцев, главного редактора «КоммерсантЪ Украина», скриншоты из других источников сети (в основном это твиттеры участников или официальные страницы Евромайдана в Фейсбуке»), цитаты из официальных заявлений власти и представителей оппозиции. Но при этом данная лента не имеет автора, то есть он не указан, а имеет сухое представление информации в реальном времени.

Делая выводы и отвечая на поставленные выше вопросы, можно сказать, что: способы трансляции контента несомненно различны, причем глобально, и ценностное содержание контента попадает в зависимость от способа его трансляции. В случае с деловой прессой, оценка и интерпретация журналиста максимально стираются, есть претензия на объективность и наиболее широкое представление информации, и так же стиль и жанр тоже опускаются, на их выбор влияет один критерий – быстрая подготовка и эффективность, поэтому в нашем случае был выбран метод описания хронологии событий. В той хронологии, что представляет нам автор «Сноба» наоборот имеет значение авторское представление информации, подбор им же сделанных фото и интерпретация событий через призму его личных представлений, подобный формат дает ему больше свободы для выражения своих представлений. Но важно напомнить, что и тот, и другой материал по сути своей представляет из себя новостную ленту.

В итоге, можно отметить, что технология сбора и способы трансляции контента, могут и сами являться выражением определенных ценностей и идей, так накладывают

свой смысловой отпечаток.

Литература

1. Александр Градюшко СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В СИСТЕМЕ ИНТЕРНЕТ_КОММУНИКАЦИЙ. [Электронный ресурс] URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/16643/1/Hradiushka.pdf>
2. Текстовая онлайн-трансляция «Ъ» «Беркут» штурмует Майдан Незалежности в Киеве» URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2410967>
3. Егор Путилов «Что происходит во Львове?» URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/71378>

Слова благодарности

Выражаю благодарность своему научному руководителю Селезневой А. В. за терпение и всегда интересную совместную работу!