

И. Б. Устинова
г. Тула

КАК НОВЫЕ МЕДИА МЕНЯЮТ ЖУРНАЛИСТИКУ?

Аннотация. Новая журналистика – новые вызовы. Что такое «Новые медиа», как они влияют на традиционные форматы журналистики? Будут рассмотрены формы их взаимодействия вместе с отличительными ключевыми характеристиками новых медиа. Затронем будущее и поразмышляем над их развитием.

Ключевые слова: новые медиа, традиционные СМИ, журналистика, коммуникация, интерактивность.

I. B. Ustinova
Tula

HOW DO NEW MEDIA TRANSFORM JOURNALISM?

Abstract. New journalism – new challenges. What is "New Media", how do they influence traditional formats of journalism? The forms of their interaction will be considered together with the distinctive key characteristics of new media. The future of «New media» will be regarded too.

Keywords: new media, traditional media, journalism, communication, interactivity.

Словосочетание «новые медиа» сейчас у всех на слуху. Но что оно означает, понимает не каждый. В журналистике под этим термином подразумевается сравнительно недавно появившийся формат средств массовой информации, постоянно доступный на цифровых устройствах и подразумевающий активное участие пользователей в создании и распространении контента. Другими словами – это синтез традиционных СМИ с компьютерными и коммуникационными технологиями. Важную роль в создании новых медиа играют социальные сети. Существует огромное количество разноплановых сервисов, которые характеризуют те самые перемены в медиасфере. И реагировать на них можно по-разному.

Новые медиа – их также называют «новыми СМИ» – появились в конце XX века. Они предоставляют широкий доступ к различным видам информации, расширяют возможности обратной связи, являются более динамичными. И, несомненно, оказывают влияние на традиционные форматы. Каким же образом?

Размышляя над ответом и анализируя современный этап развития новых медиа, нельзя не упомянуть условия, в которых он происходит – коронавирусную инфекцию, главный тренд 2020 года, и вызванную ею пандемию, с последствиями которой мы имеем дело до сих пор. Именно в этот период тележурналистика и диджитал-сфера испытали небывалый рост аудитории благодаря «удалёнке», что сильно отразилось на рынке в целом. Существенно изменилась структура потребления медиа. Несмотря на все изменения и уход во всеобщую цифровизацию, в 2020 году, по данным исследовательской компании Mediascope, жители российских городов с населением более 100 тысяч человек в среднем смотрели телевизор (классический канал вещания) на 25 % дольше, чем в 2019 году. При этом наиболее заметным прирост оказался в утреннее и дневное время – с 09:00 до 17:00.

Во время карантина россияне стали чаще включать телевизор днем. Рост подобного «залипания» произошел не только в России, но и во всем мире. Существует мнение, что телевидение и интернет сумели лучше адаптироваться к внезапному кризису, а пресса и радио пострадали сильнее [2].

Произошла цифровая трансформация медиаканалов. Это случилось даже с теми из них, которые до недавнего времени оставались довольно консервативными. Гигантский толчок в развитии получили различные стриминг-платформы. Люди стали проводить больше времени дома, что значительно повлияло на их предпочтения. При этом огромные офлайн-медиа, которые сумели быстро перестроиться в диджитал-среде, сохранили свои привычные позиции. Например, именно цифровизация позволила радио за время пандемии нарастить аудиторию. Происходит трансформация аудиорекламы в формат диджитал-аудио как часть перформанс-кампаний. Телевидение же научилось по-новому создавать контент, что прибавило ему скорости и позволило конкурировать с диджитал-каналами. Форматы из Zoom и Google meet стали основными. Они делают ведущих с телеэкрана ближе к зрителю, а сюжеты – более живыми и реальными.

Не стоит забывать, что ключевой момент в идее новых медиа – интерактивность. Уже давно новые СМИ определили как коммуникационные технологии, обеспечивающие интерактивность как самому пользователю, так и между пользователем и информацией. Современному человеку, вынужденному жить в информационном мире, сложно воспринимать новые знания с лету. Поэтому в электронных медиа особенно распространен метод геймификации, благодаря которому можно завладеть вниманием пользователя с помощью интерактивной визуализации. Именно так новые медиа полностью меняют модель коммуникаций в обществе и способ общения людей друг с другом [3].

В 2020 году проявилась тенденция к консолидации новых медиа вокруг крупных игроков. Небольшие порталы просто не смогли пережить кризис. Они либо исчезли, либо были поглощены более крупными конкурентами. Стали выстраиваться экосистемы, ярким примером которых может служить Сбер. Банк обзавёлся собственными медиаресурсами и самостоятельно производит качественный контент. Развитие экосистем делает главным потребителя с его индивидуальным набором потребностей и пожеланий. На новый уровень выходит производство видеоконтента: теперь этим стали заниматься даже радиостанции, и их «картинка» уже не уступает телевизионным шоу. Параллельно усиливаются коллаборации с телевидением и онлайн-платформами. Реализуются кейсы, которые позволяют осуществлять совместный обмен контентом [1].

Примечательно, что основным экраном, через который большинство медиа управляют продуктом, стал смартфон. На совершенно новый уровень вышла работа с большими данными. Если раньше она являлась делом нишевых медиа, то сейчас, в том числе благодаря крупным контент-мейкерам, которые имеют расширенные данные, она стала доступной для большого количества СМИ.

А что ждёт нас в ближайшем будущем? Каковы тенденции развития новых медиа? Аналитики считают, что платформы, которые были призваны выступить альтернативой традиционным медиа (крупные соцсети), все больше будут становиться заложниками собственных корпоративных или политических амбиций. Придерживаться нейтральности будет всё сложнее. Но хитрая манипуляция информацией приведет к резкому снижению доверия к соцсетям. Также ожидается продолжение роста интереса к аудиоформатам ввиду все большего распространения голосовых помощников и голосового поиска. Они уже есть во всех смартфонах и даже в колонках. В геометрической прогрессии растет аудитория подкастов. На фоне постепенного проникновения 5G-сетей (хотя пока не в России) ожидается стремительный скачок использования в новых медиа таких технологий, как виртуальная и дополненная реальность, повышение интереса, например, к виртуальным турам. Сильнее и ярче будет выражен пользовательский запрос на качественный и проверенный контент – все уже порядком подустали от фейков и вбросов. Не исключено, что аудитория, которая научилась платить за развлекательный контент, начнет платить и за текст, который будет достоверным.

Не вызывает сомнения, что еще большую ценность в новых медиа приобретут искренние человеческие чувства. Наблюдая за чужой звёздной и «идеальной» жизнью в соцсетях, люди приходят к выводу, что их собственная жизнь недостаточно хороша и успешна. На этом грустном фоне контент, показывающий живую, реальную жизнь с её сложностями, но и успехами, будет цениться и, как следствие, расширяться. Можно будет ожидать появления новых медиа одного человека. Такой персонаж станет запоминающимся, поскольку не будет «хайпить» и разводить подписчиков на участие в бесполезных онлайн - марафонах ради прибыли, а искренне посоветует что-то полезное. Появятся проекты, не претендующие на сверхдоходы, но имеющие собственное видение и, возможно, собственный стиль, ставящие перед собой чёткие цели и понимающие, как их достичь, вырабатывающие свою честную тактику и неукоснительно следующие ей.

Наша повседневная жизнь неустанно насыщается и даже перенасыщается результатами прогресса, и людям просто необходимо иметь возможность регулярно прибегать к «успокоительному» в таком непредсказуемом мире. Новые медиа с успехом могут им стать, предлагая и развивая новейшие оригинальные жанры, например, сладкие воспоминания или рефлексивную философию. Так рождается запрос на новую эмпатию.

Неоспорим тот факт, что новые медиа имеют огромное влияние на современную журналистику. Примечательно, что прогресс дал право на существование различным и разнообразным её вариациям при сохранении классических функций привычных средств массовой информации. И можно быть уверенным, что традиционные СМИ не умрут в ближайшее время. В нашей стране телевидение до сих пор занимает первое место как канал распространения информации. Как в докоронавирусный период, так и сейчас это во многом обусловлено преобладанием возрастного населения, предста-

вители которого не умеет пользоваться Интернетом. Несмотря на это, новые медиа уже завоевали свою аудиторию и продолжают целенаправленно и успешно наращивать её. Этому способствует увеличение количества форматов и путей создания контента, в том числе прорыв в диджитал-аудио. Тенденция к созданию честных брендов будет только усиливаться в дальнейшем, людям особенно понадобится объективная и правдивая информация, и новые медиа будут её оперативно предоставлять.

Оценивая вышеописанное влияние новых медиа на журналистику, можно сказать, что это несомненный прорыв. Однако его последствия нам только предстоит узнать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Медиарынок 2020: пандемия, e-commerce и трансформация контента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gipp.ru/overview/ekspertnye-obzory/mediarynok-2020-pandemiya-e-commerce-i-transformatsiya-kontenta>. – Дата доступа: 01.10.2021
2. Телеаудитория выросла на четверть в апреле 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediascope.net/news/1139341>. – Дата доступа: 04.10.2021
3. Что такое Новые медиа, или digital-глобализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amdг.ru/blog/new-media>. – Дата доступа: 04.10.2021

REFERENCES

1. Media Market 2020: pandemic, e-commerce and content transformation [Electronic resource]. – Access mode: <https://gipp.ru/overview/ekspertnye-obzory/mediarynok-2020-pandemiya-e-commerce-i-transformatsiya-kontenta>. – Access date: 01.10.2021
2. The TV audience grew by a quarter in April 2020 [Electronic resource]. – Access mode: <https://mediascope.net/news/1139341>. – Access date: 04.10.2021
3. What is New media, or digital globalization [Electronic resource]. – Access mode: <https://amdг.ru/blog/new-media>. – Access date: 04.10.2021