

Меняется аудитория, значит, меняется и журналистика...

Я студентка - журналистка. Рассматриваю Интернет как свой хлеб и место работы. Всемирная сеть - это широкое, но не однозначное поле реализации моей творческой жизни.

Что такое Интернет для современной журналистики, то есть для моего будущего и настоящего? Стоит ли стремиться в информационные глобальные сети? Однозначного ответа нет.

Печатные СМИ, телевидение, радио, интернет-СМИ, разумеется, совершенно разные каналы для получения информации. Каждый из них выполняет свои особые функции, но так или иначе они перетекают в Интернет-пространство. На мой взгляд, очевидна причина этого процесса. Поменялись люди, запросы и самое главное – увеличилась скорость жизни.

Способ потребления информации ныне существенно изменился и продолжает быстро меняться, значение использования цифровых форматов, включая социальные сети, растет, но традиционные СМИ не только сохраняют но и успешно демонстрируют свою жизнеспособность... В качестве источника информации на телевидение приходится 60%, на газеты около 30% (в нашей стране в два раза больше), на социальные сети приблизительно 29% и еще 19 % - на радио (сумма не равняется 100 % поскольку люди могут узнавать информацию из разных источников).

«Важно то, что времена абсолютного доминирования прессы в информационном пространстве и на рекламном рынке давно миновали, а вот сомнения в устойчивом будущем печатных СМИ в цифровую эпоху никак не рассеивается... Но практика доказывает, что даже спустя 15 лет после начала цифровой революции, издатели периодики так и не сумели найти замену выручке от печатных газет и журналов», - считает Геннадий Кудий заместитель начальника Управления периодической печати, книгоиздания и

полиграфии. В подтверждения своих слов он утверждает, что интернет из помощника превратился в эксплуататора, который мешает исполнению специалистами своих функций. Врачи тратят больше времени на отчеты в различные фонды, чем на лечение больных.

Есть те, кто считает, что мы все в скором времени уйдем в интернет, кто-то утверждает, что не бывать этому в природе.

Владелец крупнейшего американского инвестиционного фонда «Bershire Hathaway» Уоррен Баффет считает бизнес модель интернет-СМИ с бесплатным контентом нежизнеспособной и впредь намерен инвестировать только в печатные издания.

Если построить диаграмму «Типичная структура доходов муниципальных газет России в 2012 году, % от всего объема», то станет ясно видно, что доход газет от дохода сайта газет составляет всего 1 %.

Так или иначе, но Интернет все больше входит в нашу жизнь. Читатели все глубже уходят в социальные сети. Время - самый дорогой ресурс нашего века, люди жаждут узнать наиболее полные и свежие новости. Интернет, на мой взгляд, позволяет утолить эту жажду.

«Аудитория уже не привязана к брендам, она ищет информацию, а не СМИ, пользователь ходит по ссылкам в социальной сети и ему, в сущности, не важно - на какой сайт он попал. Не аудитория приходит к СМИ, а СМИ идет туда, где аудитория, отсюда все эти представительства в facebookе, «В контакте» и т.д. Вчера задачей СМИ было искать новости и сообщать их аудитории. Сегодня СМИ должно отфильтровать, проверить факты, выделить главное объяснить, что происходит и рассказать все это хорошим языком», - считает Наталья Лосева, заместитель главного редактора РИА «Новости».

Постоянно держать руку на пульсе, следовать за читателем позволяют так же современные технологии.

Конечно, наиболее жизнеспособным «переносчиком» цифровой версии сегодня можно назвать планшетные компьютеры. В отличие от смартфонов, на планшете удобно просматривать страницы журналов и газет - «яблочные» экраны и экраны его наиболее популярных конкурентов по соотношению сторон приближены к печатным форматам стандарта ISO 216 (серия А4, А3 и др.). И даже для издателя размеры диагонали позволяют избежать дополнительной верстки под приложение – лайнеры, врезки, фотографии, комментарии вполне умещаются в 9,7 дюймах рабочего пространства экрана. Планшеты делаются как печатные форматы изданий, за счет этого очень удобно создавать онлайн-контенты печатных изданий.

Как пишет Дмитрий Янов, сегодня социологи отмечают рост доверия к веб-информации. iPad отличается от интернета. В нем простой механизм: купил – читай, купил подписку - читай долго. Он сравнивает развитие цифровых киосков с появлением электронных писем на фоне обычной почты. В России уже реализовано от 2 до 5 млн iPad... Если какой то журнал решит публиковаться в Newsstand, то он получает прирост аудитории практически без лишних затрат, потому что это приложение есть в каждом приложении Apple и его цифровые полки еще довольно свободны.

Интернет делает читателя двигателем главных новаторских идей и новых представлений, тем самым, подкупая его. Интернет стирает расстояние между журналистом и аудиторией. За счет этого соцсети являются отличным ресурсом для увеличения потенциальной аудитории.

«Мы получаем из соцсети около 60 тысяч человек... Сейчас перед нами, как и перед всеми электронными СМИ, одна и та же проблема – мы замечаем, что народ уходит в социальные сети и не возвращается. У нас достаточно большие группы в ведущих соцсетях, посетители там ведут себя активно... Не хочешь ты работать на интернет – ну, не работай. Работай на телевиденье или

радио. Но ты не сможешь ускользнуть от мультимедийности в нашей редакции. Потому что это главное требование к журналисту - быть современным репортером, который обслуживает читателя на всех платформах», - делится наблюдениями заместитель главного редактора "КП" Ольга Носова.

Интернет - это свободный полет творчества. Я особенно ценю именно это его качество. Я далеко от центра России, но Интернет-ресурсы дают мне возможность участвовать в конкурсах, получать нестандартную информацию. Интернет стирает границы и помогает чувствовать себя причастным к чему-то глобальному.

«Плюсы интернета - это возможность избежать штампов или условностей. Пример можно привести такой - дочерний проект W-O-S, который использует современные технологии, интерактивные решения и пишет на темы, за которые другие СМИ попросту не берутся. Такого понятия как «формат» в редакции нет вообще - каждый материал уникален и неповторим. Возможно, именно такими проектами будет вымощена дорога от новых медиа к новейшим», - говорит главный редактор проекта Екатерина Герасичева.

Этот проект делает ставку на социальные сети. Как утверждает Екатерина, материалы ее сайта распространяются в соцсетях как вирус и секрет такого успеха прост - людям нравится быть участниками событий, уйти от чувства отрешенности и найти полноту творчества совместно с людьми из любой точки мира.

Вписать все «за» и «против», все факты тенденций развития современной журналистики в стройную концепцию мне представляется сложной задачей. Концепция слишком нестабильна. В наш век все меняется за

считанные часы. Поэтому хочу закончить цитатой Константина Эрнеста, генерального директора Первого канала:

«Будем ли мы распространяться аналоговыми передатчиками, цифровыми сетями, через интернет, либо другими способами – это совершенно не важно. Каждое десятилетие будет приносить новый вид транспорта. Нам надо будет просто учиться ездить на новой лошади».