

СМИ XXI века: всё будет по-другому

Новости по телефону, статьи по радио, видеоряд в газете... Уже сейчас этим никого не удивишь. Набираешь комбинацию цифр на мобильнике - и слушаешь новости. Открываешь сайт радиостанции "Эхо Москвы" - и читаешь аналитику. Кое-какие газеты уже, говорят, размещают видеоматериалы в своих интернет-версиях.

Заведующая кафедрой ТВ и РВ факультета журналистики МГУ Анна Качкаева считает, что это - только начало великой конвергенции СМИ. Очень скоро, еще "при нашей с вами жизни" от специализации в СМИ не останется и следа. Телевидение, радио, пресса будут поглощены Интернетом и растворены в нем. Занять достойное место в этой тусовке сможет лишь тот, кто вовремя сориентируется и научится быть многостаночником. Средство массовой информации недалекого будущего должно быть и телевидением, и газетой одновременно, а до читателя доходить через компьютер.

В подтверждение своего прогноза Анна Качкаева приводит впечатляющие цифры. Для того чтобы приобрести миллионного потребителя, телефону понадобилось 38 лет, факсу - 10, мобильному телефону - 2 года, Интернету - 10 месяцев. Значит, не за горами и нечто новое. Что - пока непонятно, но предпосылки уже имеются.

Начнем с того, что изменился потребитель информации. Утренняя газета за завтраком уже не актуальна. ТВ-новости - еще да, но тоже в основном утренние. К вечеру продвинутый потребитель уже знает все. В основном - из Интернета. В крайнем случае - из радиоприемника в автомобиле. В совсем крайнем - из телефона. "Потребитель меняется концептуально, - говорит Анна Качкаева. - Во-первых, потому что он мобилен. Во-вторых, потому что он может выбирать. В-третьих, он абсолютный индивидуал. Все информационные продукты начинают выглядеть как некий фаст-фуд. Это быстро и дешево. Поел - выбросил стакан".

А еще потребитель информации как-то незаметно начал сам становиться ее поставщиком. Сегодня для того чтобы стать читаемым и цитируемым миллионами, не нужно ни заканчивать отделение журналистики, ни числиться сотрудником редакции. Написал, забросил в Сеть - и тебя уже читают. Открыл "живой журнал" - и ты уже редактор, издатель, коммуникатор. Тысячи людей общаются друг с другом, делают друг на друга ссылки и, что самое удивительное, они практически всегда выдают информацию оперативнее профессиональных СМИ. Они свободнее в комментариях, ссылках, оценках. Над ними нет совершенно никакой цензуры. Получается, вот она - настоящая свобода слова?

Все иркутские телеканалы несколько дней показывали одни и те же кадры, снятые на мобильный телефон, - первые минуты после крушения самолета 9 июля. И это уже в порядке вещей: Би-Би-Си и Си-Эн-Эн все больше используют съемки, сделанные людьми, не имеющими отношения к журналистике. Там и тут случаются события (крушения, цунами и т.д.), рядом с которыми оказываются случайные люди, снимающие их на мобильники или на случайно оказавшиеся под рукой камеры.

Интернет-телевидение уже существует. Полтора миллиона россиян вообще не видят ни одного канала телевидения (это официальные данные Минсвязи). А 65% россиян смотрят только от 2 до 4 каналов. А Москва, Питер и другие крупные города начинают смотреть телевидение по Интернету. В Москве за полтора года зафиксировано 5 млн. видео-просмотров. Это пока не каналы, а лишь возможность пользоваться скаченным видео, но возможности эти стремительно расширяются. Вы можете с элементарной системой видео-просмотра на вашем домашнем компьютере скачать видео любого ролика, любой программы, любого конкурсанта, который будет завтра.

Радио. считает Анна Качкаева, сама один из авторов "Эхо Москвы", сумеет быстрее других приспособиться к новым стандартам. MP-3-плееры уже есть практически у всех, кто в них нуждается, но на смену им приходят новые системы - айподы. С их помощью можно скачивать не только музыку, но уже и информацию, и видео. "Это означает, - говорит Качкаева, - что у вас больше нет зависимости от расписания. Вы абсолютно свободны в выборе - где и когда вам слушать свое любимое радио или свою любимую музыку".

А само радио постепенно превращается в нечто большее. Гостей, которые приходят на радиоэфир,

фотографируют и размещают снимки на сайте - вместе с расшифровкой беседы. На этом же сайте помещаются фото с происходящих событий, о которых идет речь в эфире. Аналитики пишут комментарии. И люди уже не только слушают, они читают и смотрят радио. "Мы радио по-прежнему? - задает риторический вопрос Анна Качкаева. - Я уже не знаю..."

Крупнейшие журналы и газеты мира - "Гардиан", "Таймс" и др. - уже начинают размещать на своих порталах и сайтах видео или афиши, короткие видео-интервью со знаменитостями. "Они продолжают оставаться печатной прессой? - продолжает эксперт. - Наверное, да. А может быть - и нет".

"Все это я называю конвергентной журналистикой, хотя окончательно и до конца никто не может сформулировать, что же это такое", - подводит она итог своим размышлениям.

В будущем, по мнению Анны Качкаевой, будет важен сюжет, а не средство массовой информации. Уже не важно, какой газете или какому каналу вы привыкли доверять более других. Совсем скоро это станет неактуально. Не важно, каким будет носитель, важно - кто добыл и выложил информацию быстрее, интереснее, полноценнее. .

Редакция будущего СМИ - какой она будет, никто пока не знает. Понятно лишь то, что она станет иной. Триста лет складывалась структура редакционной деятельности современных печатных СМИ, 70 лет - радиальных, 50 лет - ТВ. Увы, очень скоро все рухнет. Две медиа-корпорации уже перешли на новый формат. Одна из них - датская вещательная корпорация, где радио и телевидение работают в конвергентной среде. У них больше нет разных информационных служб - есть единая информационная служба. Такая же структура создана недавно в Хорватии.

Ни одна большая корпорация не рискнула перейти на новый тип работы, потому что там слишком сильны традиции вертикального управления. В небольших странах, в небольших коллективах, в небольших компактных, локальных медиа это сделать сейчас легче. Так говорят специалисты.

Как будут работать журналисты конвергентной редакции? Главными, очевидно, станут те, кто сумеет овладеть максимумом технологий: так называемые журналисты-полевики, рюкзачные журналисты, которые научатся очень быстро перемещаться в пространстве, оперативно выходить в прямой эфир по радио, снимать и быстро (прямо на месте) монтировать картинку, отправлять короткое видео, по ходу писать текст. Рюкзачными их называют потому, что все необходимое оборудование: камера, магнитофон, компьютер, средства связи - все это укладывается за спину. Такие люди уже есть - пока не в российской информационной среде. Но они реальны и востребованы.

На первом этапе от людей и редакций, разумеется, потребуется серьезная технологическая подготовка. "Но чем дешевле и проще будут становиться средства связи, - говорит Анна Качкаева, - тем больше будет востребовано то, что всегда требовалось: умение быстро думать, добывать информацию, быть ответственным и хорошо писать. Но главное - думать".

Еще одна проблема, которую обозначила в своем выступлении Анна Качкаева - глобальные сокращения в СМИ. В Би-Би-Си уже говорят, что к 2016 году то они сократят свои штаты до 3-х тысяч человек. Но люди, которые готовы к изменениям, будут востребованы всегда.

Автор: Елена Веселкова © Агентство "Телеинформ" ОБЩЕСТВО, РОССИЯ 👁 2473 04.08.2006, 09:37 ↻ 139

URL: <https://babr24.com/?ADE=31769> Bytes: 7227 / 7227 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)