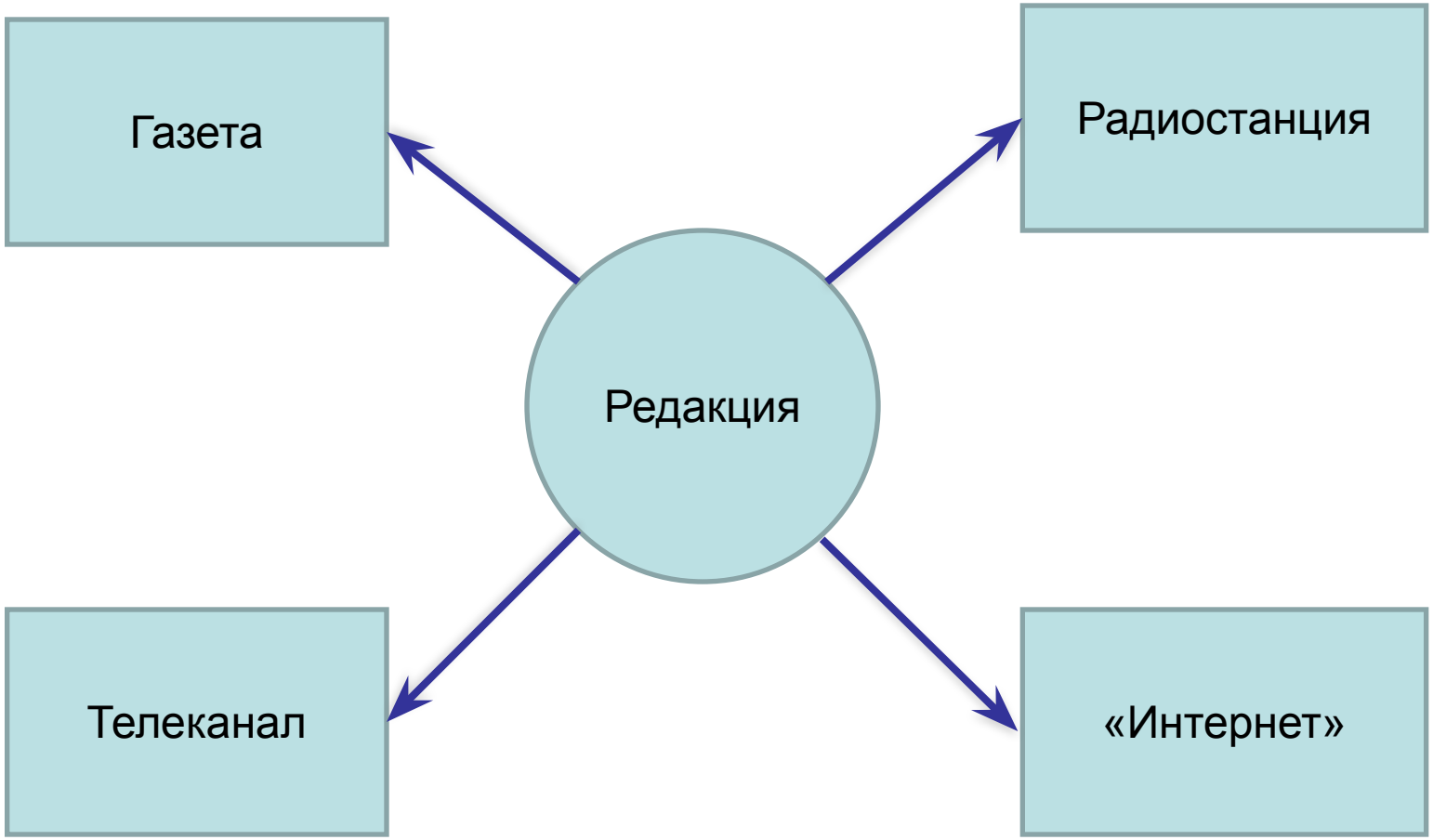
Фрагментация СМИ и социальных медиа

Александр Амзин

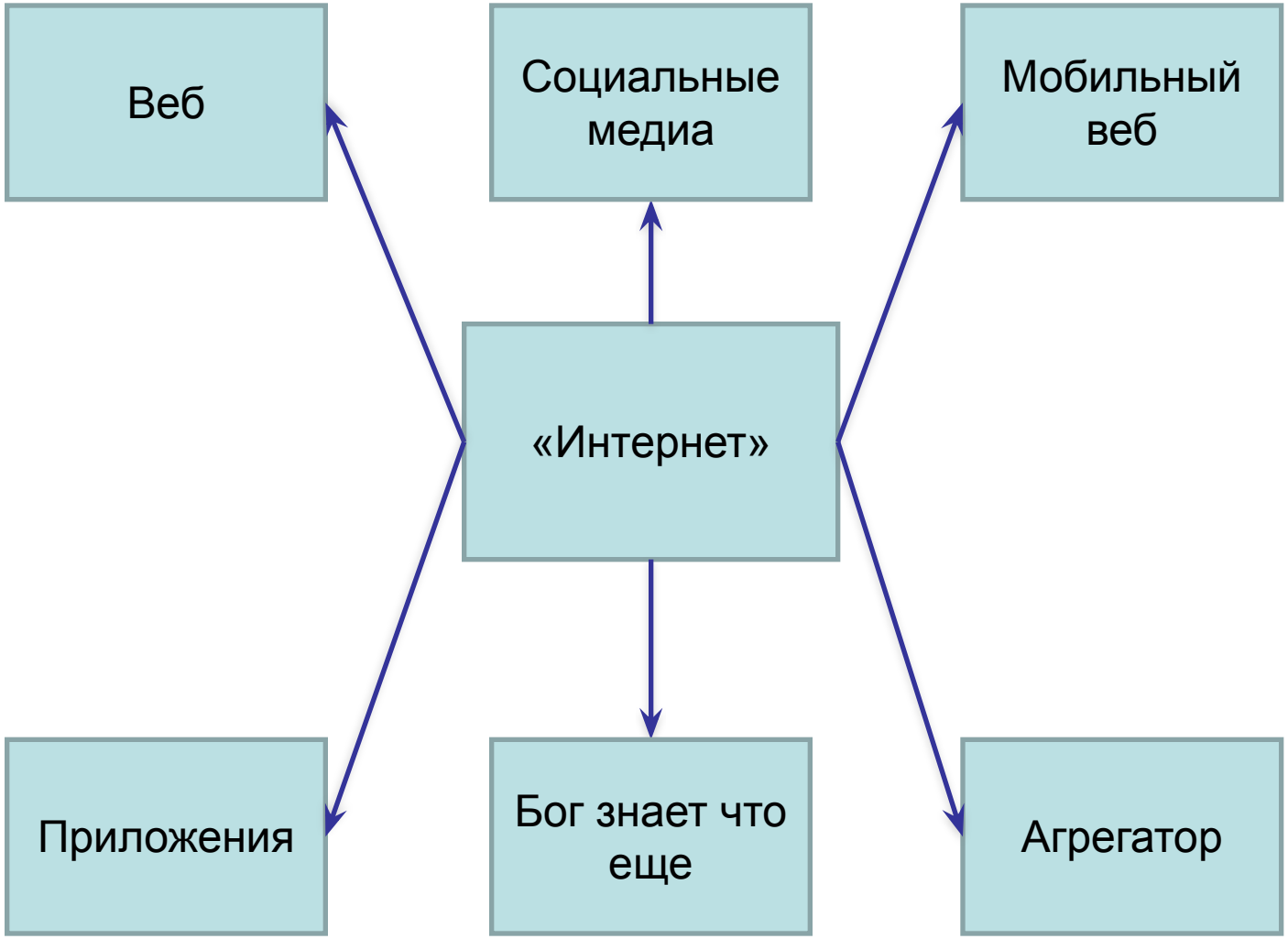
Цифры

- На январь 2011 года в РФ зарегистрировано около 94 тысяч СМИ (Роспечать);
- 73 тыс.– печатные; 17,5 тыс. – электронные
- В 2010 году число зарегистрированных электронных СМИ выросло на треть.

Медиаконвергенция



Настоящее интернет-СМИ



Список To Do типичного крупного интернет-СМИ

Вещательная версия – аудио- и видео

Редизайн

Сайт

Спецпроекты: новые форматы

Работа с другими СМИ

Мобильная версия

Форум

Твиттер

Планшетная версия на HTML5

Symbian

Встраивание в сайты.
Виджеты

Приложения

Работа с RSS и агрегаторами

Страница Facebook

iOS

Android

Главные ошибки офлайнового СМИ при выходе в онлайн

- Попытка перенести материалы в неизменном виде
- Попытка поддерживать ту же регулярность, что и у офлайнового СМИ
- Попытка натянуть одну модель потребления на другую

Те же самые ошибки сейчас совершают онлайновые СМИ, идущие в новые области

Модель потребления в зависимости от платформы резко отличается

Мы не смотрим фото- и видеогалереи на дисплее мобильника.

Не пишем длинные тирады на форумах, когда в руках планшет.

Не заходим на урезанную мобильную версию даже с ноутбука

Не слушаем аудиоверсию, если есть возможность быстро проглядеть текст

Не идем на сайт, если в агрегаторе приводится полный текст новости

Связи между материалами на разных платформах разные

Почему мы считаем, что человек хочет читать материалы в хронологическом порядке?

Почему мы не на всех платформах связываем материалы друг с другом?

Почему нет общей платформы, позволяющей указывать объекты - сюжеты, персон, места действия? (вернее она есть, но используется лишь крупными игроками)

Читатель:

"хочу новости" "хочу умную статью" "хочу зрелищную галерею"

При прочих равных НЕ "хочу новости на сайте X", "галерею на сайте Y".

В условиях увеличивающейся доли распространения поводов через социальные медиа, снижается лояльность к определенному источнику. Авторитет друзей сильнее.

Выводы:

1. Число платформ будет возрастать
2. Стоимость обслуживания и сопровождения увеличится
3. Кадровые издержки будут расти
4. Аудитория будет распыляться, терять критичность
5. Конвергенция пойдет на второй круг

Конец первой серии

Социальные медиа

- 142 тысячи записей в ЖЖ в сутки.
- 387 тысяч – в русскоязычный Twitter
- Миллионы – во все остальные сервисы.

Реакция на события

Домодедово

Диаграмма из блога юзера rokoto

16:32 Взрыв
16:37-16:38 Первые посты в ЖЖ и twitter
16:50-17:30 Интернет-СМИ
18:00 Пик хэш-тега #domodedovo
17:50-19:30 Телевидение
18:10(решение)-19:17(первый сервер заработал) domoded24.com
00:00 Запись с камер наблюдения

Domoded24.com

С отчета про domoded24.com на Хабре:

- За 24 часа посещений — 450 тысяч
- Уникальных пользователей — 150 тысяч
- Получено около 200 писем, обработано около 1200 комментариев на сайте.
- Цель выполнена?

Не совсем.

Развертывание заняло несколько часов

Проект зависел от СМИ, не от соцмедиа
(«Примерно в 21:00 Вести24 начали сообщать
о сайте в своих репортажах и пошли прямые переходы»)

Платформа собрана «на коленке», не продумана,
готового технического решения нет

Вопросы

Как узнать о событии?

Куда сообщить о событии или
залить имеющуюся информацию?

Где обмениваются данными очевидцы?

Где агрегируется информация?

Платформы для репортажей и новостного краудсорсинга

My Boss is a Robot

Cover it Live

Ushahidi

КАКУЮ ВЫБРАТЬ?

Google Wave (R.I.P.)

Wikinews

ScribbleLive

Фрагментация

Доступ к общим знаниям затруднен:

Неизвестно, где найти информацию

Требуется отслеживать несколько платформ

Социальные медиа пока не дотягиваются до многомиллионной аудитории (хотя ее имеют)

И, наконец, обычный человек не хочет «поведать миру»

Он хочет поведать друзьям и родственникам. Сказать, что все хорошо

Выводы

Пока нет единой платформы,
краудсорсинг и освещение силами толпы бесполезны

Пока у всех нет единого приложения для сбора данных,
информация будет сильно фрагментирована

Пока нет массового понимания терминов и договоренностей, поиск затруднен

За работу!
☺

КОНЕЦ

amzeen@yandex-team.ru