



**Современные тренды
в сфере массовых
коммуникаций - 2011**

К.ф.н., доцент Быкова Е.В.

главные проблемы современных СМИ- 2011:

- Медийное поле переместилось в Интернет.
- Снижение лояльности к брендам традиционных СМИ.
- Повышение лояльности к новостной ленте в социальной сети.
- Актуализация новых способов чтения газетного материала
- Устаревание инструментария управления общественным мнением
- Конкуренция традиционных СМИ с блогерами



Новая стратегия взаимодействия

- создавать новые способы упаковки информационных сообщений в цифровом формате
- разрабатывать новые технологии создания информационных фильтров в виртуальном формате
- осваивать новые технологии подачи текстовых материалов в цифровом формате, новую смысловую структуру сообщений.



Кто лидер: блогосфера или РИА «Новости» и «Интерфакс»

- блогеры заявляют, что они лидируют в оперативности передачи информации по сравнению и Интерфаксом и РИО «Новости».
- Традиционные СМИ заявляют, что оперативность блогеров иллюзорна, поскольку подсчет оперативности выкладки информации не учитывает контента на платной новостной ленте
- Пользователи Сети доверяют новостям в социальных сетях больше, чем он-лайн СМИ, особенно в кризисных ситуациях (Япония. Землетрясение. Трагедия на АЭС)
- Традиционные СМИ заявляют, что пользователи доверяют РИА (200 тыс. переходов на ria.ru из соцмедиа во время известных событий у Киевского вокзала в декабре 2010-го).



«Исход в цифру» СМИ -2011

Причины и результат

ПРИЧИНЫ

- финансовые проблемы
- маркетинговые стратегии
- размещение рекламы

РЕЗУЛЬТАТ

- рекламный характер он-лайн СМИ
- потеря трафика в пользу блогосферы и социальных сетей
- блогеры институализируются через СМИ



Усиление влияния блогеров и социальных медиа на СМИ в 2011 году

- количество обращений традиционных СМИ к материалам блогов за последние 5 лет увеличилось почти в 30 раз.
- В течение только 2010 года печатные СМИ цитировали сообщения блогосферы более 6 тыс. раз.
- блоги превратились из маргинального феномена в значимое явление российского информационного пространства



Основные тенденции в медийном пространстве

- читательские аудитории ведущих новостных ресурсов в Сети вполне сопоставимы с ежедневной аудиторией ведущих печатных СМИ.
- цифровой формат позволяет опережать выход номера печатного периодического издания, выход в эфир телевизионных новостей.
- отсутствие коммуникационных фильтров и официальных комментарии происходящего



Рейтинг самых активных спикеров от блогосферы: (данные исследования Public.Ru)

- Алексей Навальный (Navalny) – 250 цитирований.
- Артемий Лебедев (Tema) – 129 цитирований
- Рустем Адагамов (Drugoi) – 95 цитирований.
- Александр Почкин (top-lap) – 68 цитирований.



Преимущества СМИ

- Более строгая структура материалов, позволяет работать сразу со всем объёмом текста.
- Возможность дать объёмную картину события
- Красивые привлекательные иллюстрации
- Эмоциональная составляющая: ощущение «живой» бумаги.
- За материалами стоит живой автор
- Экспертный контент, компетентность



Преимущества интернета

- Интернет — это открытая площадка
- Мультимедийные и интерактивные возможности, слабые ограничения на формат
- Оперативность, максимальные возможности для размещения пользовательского контента
- Свобода от цензуры
- Более низкие затраты на организацию редакции, отсутствие затрат на дистрибуцию, возможность организации виртуальной редакции



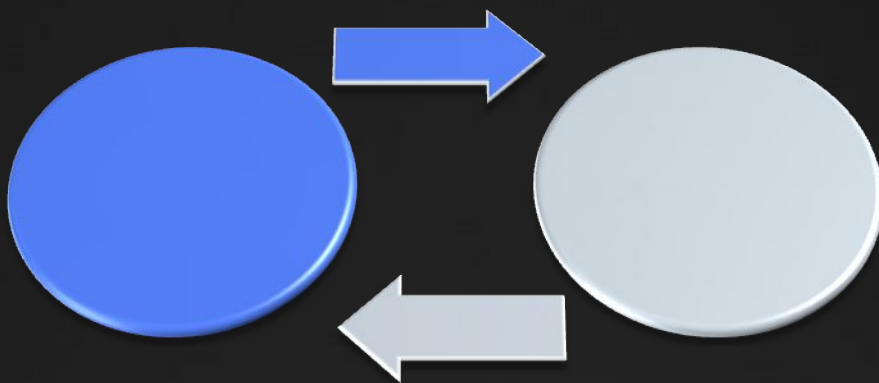
Новейшие тренды массовой коммуникации:

- Фактическая информация пока остается в ведении профессиональных журналистов.
- Формирование общественного мнения по тем или иным событиям, переходит в пользовательский контент. Интерес к новости зачастую определяет правильно написанный комментарий к контенту.



Смещение акцента с информационного повода на комментарий пользователей сети

- Необходимо создавать образцы для работы блогеров, чтобы направлять пользователей в нужную сторону.
- Интерес к информационному поводу определяет вовремя и правильно написанный комментарий к контенту.



Управляемые глобальные коммуникации

- Создавать новые нелинейные коммуникационные модели для формирования общественного мнения в глобальном пространстве.
- Перестраивать структуру документов для публикации в Интернете.
- Обучать иным принципам редактирования материалов с учетом системы гиперссылок
- Обучать принципам написания профессионального комментария к контенту.
- Постоянно работать на принципе обратной связи, быть активным пользователем: не только потреблять, но и создавать контент (если не новостной, то оценочный)



Спасибо за внимание



Список литературы и источников

- LiveJournal, <http://www.livejournal.com/>
- 9 июля 2003, Яндекс. Новости как зеркало российских СМИ, http://company.yandex.ru/news/press_releases/2003/0709.xml
- <http://www.odnoklassniki.ru/cdk/st.cmd/helpAdvertise/tkn/9520>
- http://download.yandex.ru/company/figures/yandex_on_twitter_march_2010.pdf
- Facebook Drives 3X Traffic to Broadcast Than Google News, http://www.readwriteweb.com/archives/facebook_drives_3x_traffic_to_broadcast_than_googl.php
- Увеличение роли социальных сетей в медийном поле, http://www.noravank.am/rus/articles/detail.php?ELEMENT_ID=4623

