

АТТРАКТОРЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Аннотация: В статье рассмотрены основные тренды российской журналистики. Дан анализ технологических перемен в области современных СМИ.

Ключевые слова: медиаформат, инфотейнмент, hand-made журналистика, фейк, видеоблог.

Abstract: The article discusses the main trends of Russian journalism. The analysis of technological changes in the field of modern media is given.

Keywords: media format, infotainment, hand-made journalism, fake, vlog.

Мы все живем в эпоху медийной революции. И здесь речь идет не о радикальных технологических переменах, а в большей степени, об изменении социальной роли СМИ. Еще 20-30 лет назад они отражали то, что происходит в обществе, а сейчас их роль изменилась. СМИ больше не наблюдают за социальными процессами – они становятся их ключевым элементом. Мы попытаемся выделить и разобраться с основными трендами современной журналистики, нарисовать своеобразную карту сегодняшнего мира тотальной информации.

Клиповое сообщение vs большая история

На фоне общего увеличения потоков информации и увеличения скорости ее доставки многие издания сделали ставку на короткие и броские тексты. Меньшинство же продолжает работать по старинке, в жанре больших историй.

Сторонники клипового формата идут вслед за современным среднестатистическим читателем, который не в состоянии воспринимать и анализировать большие объемы информации, следить за мыслью и логикой автора. Пытаясь подстроиться под новое, клиповое поколение, большинство отечественных СМИ вывели себе следующий постулат: не грузи. Кто грузит читателя, тот проигрывает. Результат: диктатура «веселых картинок» (где форма доминирует над содержанием), обилие коротких и дробных текстов.

Тексты больше становятся похожи на слоганы, увеличивается громкость и броскость заявлений и, как побочный эффект, возникает скандальность – еще одно последствие клипового подхода.

Однако психологи не спешат ставить на человечестве клеймо «клиповости». «Люди пока еще не настолько деградировали, чтобы с ними нельзя было говорить длинными умными текстами. Читатель и сейчас может осилить восемь полос последовательного текста. Вопрос только в том, хочет ли», – считает Мухамед Кабардов, доктор психологических наук, завкафедрой общей психологии МГППУ [1].

Всегда есть и всегда будут люди, которые хотят получить полную и связную картину события, страны, мира, без мелькания и «пиксельности». В этом смысле «Русский репортер» – типичный пример успешного сопротивления тренду: наши читатели без труда воспринимают сложные многополосные тексты.

Новые медиаформаты vs традиционные СМИ

На смену газетам и телевидению в их традиционном виде приходят новые мультимедийные продукты.

С переходом аудитории в Интернет перед традиционными СМИ встал вопрос: как зарабатывать дальше? Сначала они предлагали платный контент в сети, а сейчас продолжают вырабатывать новые форматы «универсального СМИ», в котором продукты будут с текстом, видео и картинками. И пока сильно уступают новому формату журналистике – видеоблогерству. В России влогеры снимают программы на самые разные темы: от обучающих по физике и астрономии до компьютерных игр и моды и неплохо на этом зарабатывают. Youtube делится с самыми популярными авторами частью рекламных доходов.

SMART-репортер vs профессионал

В эпоху социальных сетей любой обладатель компьютера или смартфона может составить конкуренцию традиционным СМИ. Однако «золотые перья» стали цениться еще больше.

Hand-made журналистика родилась почти одновременно с социальными сетями – в самом конце 90-х. По мере развития интернета и электроники она вторгалась в мир самых разнообразных СМИ. И сейчас любой блог, аккаунт фейсбука или твиттера может считаться частью гражданской журналистики, если автор посвящает свои записи информации или ее анализу [1,2].

Но по мере того как все больше людей втягивается в интернет-журналистику, возрастает ценность профессионалов. Да, у обывателя есть шансы первым найти и рассказать новость. Но профессиональный репортер с богатым опытом может увидеть больше и рассказать об этом интереснее, в силу профессиональных качества. Интернет для него – площадка для использования новых форматов и большей независимости от редакции и спонсоров.

Пример – крадусорсинговые проекты вроде проекта Аркадия Бабченко «Журналистика без посредников», где люди добровольно переводят ему деньги за выложенные в «ЖЖ» статьи.

Лжеобъективность vs социальная навигация

«Не надо держать читателя за дурака. Ему нужны только факты, в остальном он сам разберется» – такой подход стал доминирующим в

постсоветских редакциях уже в начале 90-х. Однако вскоре выяснилось, что такая «объективная журналистика» в состоянии манипулировать сознанием ничуть не хуже, чем «субъективная» советская пресса. Интерпретация события не обязательно выражается в навязывании авторской точки зрения. Выбор тем, подбор экспертов, статус размещения, ракурс фото или видео, тактика акцентов и умолчаний – все это является гораздо более эффективным и циничным методом для манипуляции [1].

За поиском правды массы хлынули в сеть. Здесь появились миллионы блогеров, а вместе с ними возник новый тип медиасообщения: минимум информации, максимум эмоций, домыслов и субъективной харизмы. Возникла другая крайность – нехватка объективности.

В таких условиях в обществе растет запрос на реальное смысловое качество. Люди готовы платить не тем, кто предоставит им максимум новостей или развлечений, а тем, кто избавит их от шума, лишней информации и эмоций.

Можно предположить, что в ближайшее десятилетие на медиарынке выиграют те СМИ, которые, сохранив высокие стандарты журналистского труда, смогут стать для своей аудитории социальным навигатором, то есть силой, которая будет формировать законченную версию мира.

Информационная толерантность vs альтернативный взгляд

Ведущие западные СМИ формировали единую информационную мировую повестку дня, но в последние годы у них появились конкуренты.

До распада СССР мировое информационное пространство было биполярным. Советский союз и США представляли два идеологически окрашенных, отличных друг от друга взгляда на окружающую действительность. Общая картинка формировалась на стыке этих взглядов. С начала 90-х большая часть планеты начала смотреть на мировые события «одним глазом». Какие новости смотреть и как их интерпретировать, стали определять несколько телеканалов и информагентств. Новости, не попавшей на CNN или в ленту агентства Reuters, для остального мира не существовало.

Первым разрушил эту информационную монополию телеканал «Аль-Джазира», созданный в 1996 году. Затем появилась «Аль-Арабия». «Аль-Джазире» при помощи своих корреспондентов, а также Усамы бен Ладена с его передвижной телестудией удалось изменить ситуацию [1].

Сегодня свой вклад в мировую повестку пытаются внести еще и англоязычные китайские телеканалы, и российский Russia Today.

Инфотейнмент vs чистая политика

Развлекательное почти победило политическое в российских СМИ, но бурный политический год вернул в журналистику живую политику.

Максимальная деполитизация эфира началась с переходом канала НТВ под контроль «Гаспрома». По новой концепции канала новости становятся объектом любопытства, зрителя уводят от проблематики и серьезного обсуждения политического.

В то же время новым образцом отечественного инфотеймента становится общественно-политическая программа «Намедни». Ее создатели говорят, что ориентировались на американские образцы: отказ от строгого разделения тем на внутривнутриполитические, экономические и международные, уход от традиционной иерархии сюжетов, образность в трактовке событий, повышенный интерес к «неглавным» деталям.

Но после смерти «Намедни» в 2004 году отечественный инфотейнмент потерял былую целостность и гармоничность: часть программ ушла в откровенный треш, то есть в чернуху, другая – в чистый интертейнмент [1].

Однако на исходе нулевых положение стало меняться. В эфир вышел круглосуточный новостной канал «Россия 24» – отечественный аналог CNN и BBC. После декабрьских выборов 2011 года на федеральных каналах появился целый ряд ток-шоу и аналитических программ, призванных удовлетворить внезапно вернувшийся спрос на политику [1].

И наконец, неожиданно выстрелил интернет-телеканал «Дождь». Его содержание, по сути, является возвращением к классическому инфотейнменту [1].

Фейки vs верификаторы

Новому витку информационных войн способствует развитие технологий, но оно же позволяет легче разоблачать фальсификаторов.

Новый виток информационных войн начинается и в России. И связан он с резким возрастанием медийной значимости интернета. И вот уже Алексей Навальный в своем блоге разоблачает злоупотребления крупных государственных компаний, причем совсем не исключено, что делает это на основе намеренного слива информации. В свою очередь государственные СМИ отвечают по старинке – фильмами вроде «Анатомии протеста» на НТВ, в которой авторы не брезгают склейками, монтажом, откровенной фальсификацией [1].

Но с тем же Интернетом журналистские разоблачения сегодня стало значительно легче проверить. Когда несколько лет назад блогер-единоросс Владимир Бурматов опубликовал фотографии якобы с тушения лесных пожаров, его быстро поймали на фотомонтаже. Вот и сегодня противники Навального регулярно указывают на частые нестыковки в его публикациях [1].

Информационные войны на новом этапе, очевидно, будут осложнены значительно большей продвинутостью аудитории, на которую они рассчитаны. Однако избежать их совсем явно не удастся.

Библиографический список:

1. Веселов А., Дятликович В., Карцев Д., Константинов А., Мильчин К., Офицерова Е., Нагибина Е., Старобинец А., Соколов-Митрич Д. Дивный информационный мир. 7 главных трендов в медиа, журналистике и общественной коммуникации. Режим доступа:

http://expert.ru/russian_reporter/2012/35/divnyij-informatsionnyj-mir/ (дата обращения 09.01.2020)

2. Хруль В.М. Телеология журналистики: от анализа целей – к пониманию эффектов. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1545> (дата обращения 09.01.2020).