

## ПРОБЛЕМА ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**Аннотация:** В статье рассмотрены современные цифровые изменения и их влияние на федеральные и региональные медиа.

**Ключевые слова:** социальные сети, федеральные СМИ, региональные СМИ, контент, формат.

**Abstract:** The article discusses modern digital changes and their impact on federal and regional media.

**Keywords:** social networks, federal media, regional media, content, format.

Современное массово-информационное общество претерпевает постоянные изменения. Появляются новые информационные платформы. Аудитория СМИ «перетекает» в социальные сети. В связи с этим традиционные медиа вслед за потенциальными потребителями вынужденно трансформируют свой контент [1, с. 63].

Распространение новых технологий в массово-коммуникационной сфере вынуждает региональные СМИ активно осваивать новые пространства и формы взаимодействия с аудиторией, что ведет к организационным изменениям в редакциях и форматах подачи материала.

При современных цифровых изменениях региональные и федеральные СМИ становятся игроками на одном поле. Однако их возможности совершенно различаются по уровню финансирования и состоятельности населения [3, с. 164].

Так региональные средства массовой информации становятся специфическим социокультурным феноменом. Так как они в не меньшей мере, чем центральные издания подвергаются трансформации под влиянием новых технологий, потому что глобальный тренд требует равной степени реализации на федеральном и региональном медиарынках.

Региональные СМИ наравне с федеральными в борьбе за аудиторию вынуждены активно использовать различные формы подачи контента (лонгрид, прямые трансляции, опросы, тесты и т.д.). Это делается для увеличения интереса аудитории.

Также региональные медиа активно осваивают возможности адаптации своего контента под формат социальных сетей. Благодаря этому СМИ стараются стать «своим» для читателя и, в конце концов, привести его на свой сайт. Появляются новые форматы: ссылка на публикацию с сайта; прямая ссылка без комментария; фотографии с комментариями; видео; опрос; тест; GIF-вставка; репост, поиск героя, флешмоб. Такая активность в социальных сетях приводит к расширению охвата читателей.

Однако эксперты отмечают снижение значения социальных сетей в деятельности региональных СМИ. Медиа, с одной стороны, становятся многоканальными, а с другой стороны, находятся в постоянной борьбе с платформами, которые сегодня становятся более могущественными и получают больше трафика [2, с.190]. Но при этом СМИ не выгодно отдавать свой контент этим платформам, так как региональные медиа не получают прямого перехода на сайт своего издания и теряют доходы от рекламы. Это противоречие мешает развитию инноваций в региональных СМИ. Поэтому на вопрос о том, могут ли СМИ полностью уйти от сайта и существовать только на платформе соцсетей, эксперты дают отрицательный ответ.

В наше время изменения происходят слишком быстро. В целом, количество нововведений, которые сегодня можно применить в области медиа больше миллиона. Социальные сети дают лишь небольшую часть прибыли, рост медиа, в большей степени, идет за счет поисковых систем.

### **Библиографический список**

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. - Екатеринбург: Гуманитарный университет. - 2016. - 304 с.
2. Копылов О. В. Самоорганизация журналиста в мультимедийной редакции: проблемные зоны и методы планирования (на примере ид «алтапресс») // Вестник вгу. Серия: Филология. Журналистика. - 2012. - №1. - С. 188-191.
3. Пургин Ю.П. Трансформация региональных печатных СМИ в условиях изменения коммуникативной парадигмы массовой информации // 75 лет журналистскому образованию на Урале. - 2011. - С.158-165.