

УДК 007 : 304 : 070

Тонкіх І.Ю.¹

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ПОШИРЕННЯ НОВИН У КРОСМЕДІА

Останнім часом відбувається перехід від моноплатформних медіа до мультиплатформних. Цей процес обумовлений дигіталізацією та швидким розвитком технологій інформаційно-комунікаційної галузі. Як наслідок, усі традиційні ЗМІ переходять на нові платформи та розширюють мовлення за рахунок нових каналів розповсюдження інформації. При цьому кожен з таких каналів надає свої переваги для повідомлення новин, що часто стає першочерговим завданням кросмедіа. Саме тому дослідження закономірностей цього процесу набуває на сьогодні особливої актуальності.

Мета роботи – визначити трансформаційні процеси у поширенні новин, спричинені переходом на мультиплатформні канали мовлення.

Сьогодні більшість традиційних ЗМІ стрімко втрачають аудиторію. Відтак, для того, щоб зберегти конкурентоспроможність, вони опановують нові канали поширення інформації. Якщо телебачення ще декілька років тому утримувало найбільшу аудиторію серед усіх видів ЗМІ, сьогодні воно вже поступилося місцем інтернет-медіа. Перехід з аналогового на цифрове мовлення прискорило інтеграцію телебачення й радіо в інтернет-простір.

Разом з тим, опанування традиційними ЗМІ нових каналів мовлення детерміноване й змінами в інформаційних потребах аудиторії, стрімкою еволюцією технологій та тенденціями сучасної медіакультури. Виникнення багатофункціональних гаджетів дозволяє скоротити час на пошук необхідної інформації та споживати її за допомогою одного пристрою, що раніше було неможливим. Відтак, завдяки конвергенції на різних рівнях її втілення – від злиття технологій до злиття ЗМІ – реципієнт може отримати у смартфоні чи комп'ютері ті самі обсяги інформації, які раніше розповсюджувались у пресі, на радіо і на телебаченні.

Значну кількість часу щодня користувачі інтернет проводять у месенджерах та соціальних мережах, які останнім часом перетворюються із

засобу міжособистісного спілкування на засоби масової інформації та комунікації. Медіасегмент мережі розширюється завдяки публічним каналам, персональним або корпоративним, які журналісти створюють з метою повідомлення суспільно значущої інформації масовій аудиторії. Відтак, соціальні мережі та месенджери, разом із сайтами інтернет-видань, стають платформами для кросмедіа.

Новинна журналістика, або «журналістика фактів», завжди зберігала в інтернет-медіа домінуючі позиції, що обумовлено декількома факторами. По-перше, інтернет-технології дозволяють поширювати новини в режимі реального часу, завдяки чому досягається найвищий рівень оперативності, порівняно із традиційними ЗМІ. По-друге, мобільність нових пристроїв дозволяє отримувати інформацію будь-де – у транспорті, на вулиці тощо. При цьому користувачі не мають змоги витрачати на читання багато часу та встигають лише переглянути останні новини. Лаконізм та інформаційна насиченість матеріалів у цьому випадку стають головними перевагами.

Повідомлення новин залишається і головним пріоритетом кросмедіа. Завдяки використанню різних каналів поширення інформації журналісти мають змогу доносити актуальну інформацію максимально широкій аудиторії з надзвичайною швидкістю. Якщо на сайті інтернет-видання користувачі можуть побачити певну новину не одразу, то в соціальних мережах або месенджерах вони напевно швидше її помітять, оскільки відвідують свої сторінки та відкривають особисті повідомлення щодня.

Останнім часом аудиторія часто шукає альтернативних джерел інформації, більш неупереджених та незалежних, ніж традиційні ЗМІ. Тому багато користувачів мережі переглядають новини у соціальних мережах та блогах. З одного боку, це дійсно збагачує інформаційну картину світу, з іншого – наражає читачів на небезпеку, адже саме на цих платформах часто поширюють фейки.

Хоча зміст інформації, яка передається різними каналами кросмедіа, залишається незмінним, форма її подання трансформується залежно від обраної платформи та визначається її специфікою. Так, наприклад, у месенджерах «Telegram» або «Viber» використовують переважно жанри новини-хроніки або короткої хронікальної замітки та не перевантажують повідомлення великою кількістю зображень. У соціальній мережі «Instagram» або на відеохостингу «YouTube» домінуючою стає візуалізована інформація, в інших соціальних мережах, а також на сайтах інтернет-ЗМІ та у блогах вербальний та візуальний контент можуть використовуватись у рівних пропорціях.

Спільним для усіх сучасних каналів кросмедіа є те, що новини завжди подаються у мультимедійному форматі, що визначається загальними

тенденціями розвитку інтернет-журналістики та специфікою сприйняття електронного тексту.

Отже, поширення новин на сьогодні може стати максимально оперативним та ефективним за масштабом охоплення аудиторії лише у тому разі, якщо відбуватиметься за допомогою мультиплатформного мовлення, тобто кросмедіа. Каналами розповсюдження інформації при цьому стають, окрім традиційних ЗМІ, соціальні мережі, месенджери, блог-платформи та відеохостинги. Перспективою подальших досліджень може стати з'ясування переваг і проблем їх використання у журналістській діяльності.