Доклад

Журналистика нового века: вызовы и возможности печатных и телевизионных СМИ.

Актуальность выбранной темы обусловлена глобальными изменениями в медиасфере, вызванными цифровизацией, эволюцией потребительских предпочтений и появлением новых технологических решений.

Цель данной выпускной квалификационной работы – анализ вызовов и перспектив, с которыми сталкиваются печатные и телевизионные СМИ в условиях цифровой трансформации, а также разработка рекомендаций по адаптации традиционных медиа к современным реалиям.

Объект исследования – процессы трансформации традиционных СМИ в условиях цифровизации и изменяющихся медиапредпочтений аудитории.

Предмет – исследования вызовы и перспективы, с которыми сталкиваются печатные и телевизионные СМИ в новом медийном ландшафте.

Задачи исследования включают изучение влияния цифровых технологий на традиционные СМИ, выявление ключевых вызовов XXI века, исследование новых моделей монетизации и интеграции медиа в цифровую среду, а также определение роли социальных сетей и стриминговых платформ в распространении новостей. В рамках работы предлагаются рекомендации по эффективному взаимодействию традиционных СМИ с цифровыми платформами.

Результаты исследования могут быть полезны: медиакомпаниям – для адаптации бизнес-моделей и внедрения цифровых технологий. Журналистам – для освоения новых форматов работы и повышения конкурентоспособности. Исследователям – для дальнейшего изучения трансформации медиа в условиях цифровизации. Образовательным учреждениям – для разработки учебных программ по цифровой журналистике.

Выпускная квалификационная работа состоит из 3 Разделов и 8 подразделов, один из которых включает в себя практическую часть, а именно: создание онлайн - версии печатного журнала.

История развития массовой информации прошла несколько этапов: от рукописной книги до компьютера и Интерната.

Эволюция СМИ привела к созданию глобальных цифровых сетей, обеспечивающих мгновенный доступ к информации. Телевидение остается одним из самых влиятельных медиа, пройдя путь от технических экспериментов до цифровой эпохи, интегрируясь с интернетом и новыми платформами.

Основные каналы СМИ:

 - Периодическая печать – аналитика, сохранение информации;

 - Телевидение – доверие, эффект присутствия;

 - Радио – доступность, фоновое прослушивание;

 - Интернет – мгновенное распространение всех форматов.

Журналистика не только информирует, но и формирует общественное мнение, иногда переориентируя восприятие общества.

Цифровая реальность кардинально изменила медиаиндустрию, трансформировав способы потребления информации, взаимодействие аудитории со СМИ и бизнес-модели медиаорганизаций. В условиях цифровизации наблюдаются несколько ключевых тенденций:

1. Рост цифровых платформ: традиционные СМИ уступают место онлайн-ресурсам, социальным сетям и стриминговым сервисам, которые предлагают персонализированный контент.
2. Изменение медиапотребления: аудитория все чаще выбирает мультимедийный контент, короткие видео и подкасты, а также активно участвует в создании и распространении информации.
3. Влияние алгоритмов и искусственного интеллекта: автоматизированные системы персонализируют новостную ленту, но также могут создавать информационные пузыри и ограничивать доступ к альтернативным точкам зрения.

Газеты и телевидение теряют аудиторию, вынуждены адаптироваться к новым форматам и искать новые источники дохода, включая подписки и нативную рекламу.

Цифровая реальность не только изменила способы распространения информации, но и поставила перед обществом новые вызовы, такие как борьба с дезинформацией, защита персональных данных и регулирование цифровых платформ.

Современная аудитория медиа претерпевает значительные изменения под влиянием цифровых технологий и новых форматов контента.

 Платформы, такие как Instagram, TikTok и YouTube, становятся ключевыми каналами потребления информации и развлечений, а блогеры и инфлюенсеры играют важную роль в формировании предпочтений аудитории.

Алгоритмы машинного обучения анализируют поведение пользователей и предлагают им наиболее релевантный контент, что делает медиапотребление более индивидуализированным.

Снижение доверия к традиционным СМИ: аудитория все чаще предпочитает независимые источники информации, включая подкасты, блоги и специализированные онлайн-ресурсы.

Пользователи не просто потребляют контент, но и активно участвуют в его создании, комментируют, делятся и влияют на его распространение.

Эти изменения требуют адаптации со стороны медиаиндустрии, которая должна учитывать новые предпочтения аудитории и предлагать инновационные форматы взаимодействия.

Традиционные СМИ переживают масштабную трансформацию под влиянием цифровых технологий. Основные изменения включают:

Переход к мультимедийным платформам: газеты, телевидение и радио интегрируют цифровые каналы, создавая мультимедийные редакционные центры, которые работают одновременно с печатными, онлайн- и социальными медиа.

Изменение структуры редакций: внедрение облачных технологий и систем управления контентом позволяет журналистам быстрее реагировать на события и публиковать материалы в реальном времени.

Рост влияния новых медиа: сетевые СМИ и пользовательский контент становятся важными источниками информации, а аудитория активно участвует в создании и распространении новостей.

Адаптация форматов подачи новостей: традиционные СМИ используют новые методы, такие как короткие видео, инфографику и интерактивные материалы, чтобы соответствовать ожиданиям цифровой аудитории. Эти изменения требуют от медиаиндустрии гибкости и инновационного подхода к созданию контента.

В цифровую эпоху традиционные печатные издания сталкиваются с вызовами, связанными с изменением предпочтений аудитории и распространением онлайн-контента. Создание онлайн-версии позволяет расширить охват, повысить удобство потребления информации и внедрить современные технологии.

Завершая работу, отметим, что цель данной выпускной квалификационной работы была достигнута, благодаря анализу влияния цифровых технологий на традиционные СМИ, исследованы новые модели монетизации и адаптации СМИ к цифровой среде, определены роли социальных сетей и стриминговых платформ в распространении новостей, разработаны рекомендации по эффективной интеграции традиционных СМИ в цифровое пространство.

Практическая часть работы стала наглядным примером создания печатного журнала в формате Майкрософт Ворд. Для создания онлайн- версии моего печатного журнала необходимо уметь разрабатывать веб-страницы, обладать навыками верстки и программирования, а также для полноценного функционирования этой веб-страницы требуется монетизация проекта. Учитывая данные факты, я прибегла к более упрощенной версии презентации своего журнала и воспользовалась функционалом программы Павер Поинт.

Благодарю за внимание!