

Перспективы новых медиа: аудиторные, редакционные, дистрибуционные, монетизационные.

Перспективы контента новых медиа.

Начнем с того, что определим понятие контента. Контент – это содержание, это та начинка, которая состоит из ничего, но которая безумно востребована на рынке товаров. Удивительно, как все меняется. Раньше люди покупали товары, физически осязаемые, потом на рынок вышли услуги. То есть раньше продавались предметы и помощь в каких-то сферах, а теперь продается ничто. Продается что-то не осязаемое, без запаха и вкуса. Контент – совокупность картинок, фото, музыкального сопровождения, текста, графики – средств передачи информации. По сути контент и есть запакованная информация, которая в современном обществе стала продуктом потребления номер один.

Уже давно интернет стал источником такого рода контента – тексты, музыка, картинки, аудио, видео – все это являлось инструментами сети с самого начала. Что же изменилось? Меняется форма подачи. Перечисленные мною пункты – это, по сути, ингредиенты, от пропорций сочетания которых зависит вкус конечной продукции, а от способа приподнесения – интерес аудитории. Подача не становится лучше или хуже, она становится более приспособленной к тому времени, в которое она актуальна. На моей памяти была эпоха дневников. Именно дневников, я вижу разницу между ними и современными блогами. Тогда это была более искреннее увлечение, люди писали в сети о своих мыслях, переживаниях, о своем дне просто. Если кому-то не нравилось – его не читали, если кому-то это было интересно, если кого-то **интересовала жизнь другого человека** – он читал его дневник. В дневнике основной упор был, разумеется, на текст. Плюс к этому предоставлялась возможность прикладывать к текстам фотографии, иметь свой плей-лист, френдить интересных тебе людей. Мне нравились дневники. Там ты мог говорить, зная, что потом тебя послушают. Не просто кто-то, а люди, которым ты интересен, причем весь ты – с твоими переживаниями насчет уходящего школьного времени, с первыми разочарованиями в людях, с первыми влюбленностями, с юношеским

максимализмом в суждениях, с размышлениями о насущном. Ты интересен, хоть и не несешь никакой пользы. Это же так по-настоящему! Сейчас на пике эпоха блогов. Казалось бы, почти то же самое. Но в действительности все, на чем можно делать деньги – начинает производить деньги. От этого видоизменяется, уродуется с какой-то нравственной точки зрения. И вот теперь перед нами блоги, в которые пишут, потому что это отличный способ позиционирования, отличный способ подачи себя, продажи себя. Так круто сейчас жить, ты даже можешь продать себя по интернету. А почему тебя читают? Потому что интересна твоя жизнь, ты не безразличен людям? Нет, ты же пишешь не о том, как жалко, что умер твой любимый пес, и как вы в детстве играли, и он для тебя как родной, как брат, как же тебе больно! Ты пишешь о темах насущных, о которых модно разговаривать, которые вообще существуют пока о них разговаривают. И читают тебя те, кто интересуется модной темой, о которой разговаривают. Ты пишешь с осознанием того, что можешь быть всеми услышанным, известным, массовым. Тебя читают, ощущая себя частью единого механизма, единой системы, в тренде. То есть модно читать модное. А отставать от трендов людям 21 века не положено – выделиться из толпы, белой вороной станешь, чего доброго. Так и живут все, как надо. Искренне? Нет. Но только об этом не задумываются, просто следуют общей тенденции. Дневники как средство самовыражения перестали существовать. Блоги стали инструментом ведения борьбы, стали контентом, стали тем, что можно раскрутить, купить, продать, поставить в один коровник с социальными сетями и доить, пока это возможно. Людьюми можно управлять с помощью информации. Блоги – один из источников информации, предназначенной для управления людьюми. Быть интернетозависимым сейчас в тренде, поэтому люди с радостью потребляют информацию. Перспективы вполне очевидны. Законом запрещено употребление наркотиков, при этом в массы продвигается один из наиболее опасных из них. Интернет поглощает людей, делает их восприимчивость к реальности тусклой, представляя им цифровой вариант жизни, более яркий, насыщенный, состоящий сугубо из той начинки, которая интересна.

Если говорить о социальных сетях, то в первую очередь в голову приходят такие названия как “ВКонтакте”, “Одноклассники”, “Фейсбук”. Их особенность в том, что они передают комбенированный контент именно в тех пропорциях и на те тематики, которые тебе интересны. Свою новостную ленту в социальных

сетях каждый пользователь настраивает лично, подписываясь на обновления в интересных его группах, а также на обновления на страницах интересных ему персон. Социальные сети совершили прорыв в обществе, когда только появились. Казалось бы, в одном месте ты можешь потреблять аудио-визуальный контент, постить свой, подчеркивая свою индивидуальность или просто демонстрируя вкусовые предпочтения и интересы, а также общаться с множеством людей: друзьями, приятелями, коллегами по работе. Заводить новые знакомства и всячески ощущать причастность к социальной среде, где ты всегда находишься в курсе новостей, как масштабных, так и интересных узкому кругу людей. Все зависит только от твоих интересов. Очень удобно, на мой взгляд. Хотя я придерживаюсь позиции, что общество, заменяющее реальное общение и реальную жизнь на жизнь в просторах Сети, не ждет ничего хорошего. Но и эту сферу постигли изменения в плане формата подачи. Образовались такие социальные сети как твитер и инстаграм. По сути, обе эти социальные сети являются раздробленными составляющими одной полноценной социальной сети: в инстаграмме контент специализируется на фото, а в твитере на коротких емких сообщениях. Никакой лишней информации, меньше затраты по времени. Сейчас все запаковывается как можно более компактно. Сейчас люди спешат, у них нет времени на то, чтобы ждать загрузки страницы целую секунду, они хотят ждать пол секунды. Зачем? Чтобы потом с пользой потратить сэкономленное время. Все сжато, емко, быстро, вот только не реально. Интернет меняет сознание людей и вызывает зависимость, заставляет незаметно для себя менять реальную реальность на виртуальную. Людей заботит не их место в обществе, не то впечатление, которое они производят на людей при встрече, а их образ в социальных сетях, их подписчики, количество лайков и ретвитов. Все больше погружаясь в социальные сети люди становятся все менее социальными. Фразы покороче, да попроще, безграмотность. Редко встретишь адекватного человека, еще реже – умеющего адекватно выразить свои мысли. Мельчает народ.

Дальнейшее развитие медиа предопределено. Люди начнут выходить в интернет с любой поверхности. Сенсорным станет все – столы, стены, все. Мир вокруг превратится в единую точку доступа в параллельную реальность, виртуальную. Сейчас для выхода в интернет наиболее востребованы планшеты, телефоны, переносная техника небольших размеров. В будущем не придется с

собой ничего носить, поскольку доступ будет везде. Когда это осуществится, грань между реальной жизнью и интернетом, и без того зыбкая, окончательно сотрется.