

#### 4. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ, СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 070 + 32.019.51

DOI: 10.29039/2413-1679-2024-10-2-194-200

##### НОВЫЕ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ В СОЗДАНИИ КОНТЕНТА И ДИЗАЙНЕ (НА ПРИМЕРЕ СМИ ПРИДНЕСТРОВЬЯ)

*Дабезжа В. В., Иовва Н. И., Ткаченко Ю. В.*

*ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко»*

*Тирасполь, Приднестровье*

*E-mail: dabezha2013@yandex.com, iovva.nata@mail.ru, julia-polia@mail.ru*

Авторы описывают основные тренды в развитии новых медиа, в первую очередь коллаборацию с социальными сетями и другими интернет-платформами, которые формируют повестку дня и влияют на поведение аудитории посредством эмоций. Среди других тенденций – забота о потребителе и превращение брендов в медиа. Кроме того, в работе описаны ключевые принципы формирования и распространения медиаконтента и основные тренды современного медиадизайна. Наблюдения показали, что все государственные и коммерческие средства массовой информации Приднестровья, а также пресс-службы министерств и ведомств используют различные современные технологии в своей работе: ведут официальные страницы в социальных сетях и мессенджерах, создают мобильные приложения. Актуализировалась тенденция создания собственных авторских медиапроектов с использованием современных трендов в дизайне, инструментов для создания и продвижения контента в различных форматах.

**Ключевые слова:** интернет, СМИ, новые медиа, медиакультура, медиасфера, медиаплатформа, медиадизайн.

##### ВВЕДЕНИЕ

Согласно определению Большой российской энциклопедии, новые медиа – это «коммуникационные средства, появившиеся в связи с развитием цифровых технологий. К ним относят не только электронные СМИ, но и блоги, социальные сети, мессенджеры, компьютерные игры и др.» [2]. Диджитализация коммуникативных процессов в современном медиaprостранстве приводит к трансформации аудитории новых медиа и, следовательно, к перестройке и модификации самих медиа: появляются новые инструменты (искусственный интеллект, иммерсивные технологии), расширяется палитра жанров и форматов, меняются модели дистрибуции контента.

Актуальность исследования заключается в том, что новые медиа сегодня можно сравнить с масштабным медиаконгломератом, оказывающим значительное влияние на все сферы жизни общества. **Целью** предлагаемого исследования является анализ основных принципов создания и распространения контента новых медиа в современных реалиях, а также изучение наиболее заметных трендов медиадизайна и медиапотребления. Материалом исследования стали публикации приднестровских новых медиа.

### ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Период зарождения новых медиа в Приднестровье пришелся на конец 1990-х годов. В 1998 г. появился официальный сайт приднестровского информационного агентства «Ольвия-пресс», позднее переименованного в «Новости Приднестровья» [6]. Статистика сайта фиксирует более 500 тыс. просмотров ежемесячно и более 8 тыс. просмотров ежедневно.

В сентябре 2003 г. был создан сайт Президента ПМР (<http://www.president-pmr.org>). Сетевая версия республиканского общественно-политического издания «Приднестровье» (<http://pridnestrovie-daily.net>) начала функционировать в 2005 г.

Начало 2020-х годов ознаменовано выходом традиционных СМИ и пресс-служб различных ведомств ПМР на новые медиаплощадки: социальные сети и мессенджеры. Сегодня все республиканские средства массовой информации (телеканалы «ТСВ» и «Первый Приднестровский», радиостанции «Радио 1» и «Интер ФМ», РИА «Новости Приднестровья», республиканские газеты «Приднестровье», «Адевэрул Нистрян», «Гомін»), а также местные издания активно осваивают функционал новых медиа, дистрибутируя свой контент на современных медиаплатформах.

В марте 2023 г. ГУ «Приднестровская газета» под руководством Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций ПМР запустило медиапроект «Приднестровский исторический портал» [7], который менее чем за год превратился в полноценное новое медиа, обладая всеми его характеристиками (интерактивность, мультимедийность, многонаправленность и возможность создания контента пользователями). Информация о пополнении портала публикуется в социальных сетях «Одноклассники», «ВКонтакте», Facebook, в телеграм-канале (<https://t.me/historypmr>) и вайбер-паблике. Видеоконтент портала размещается в YouTube (<https://www.youtube.com/@portalpmr2022>). Аудиторией портала в основном являются жители Молдовы (67 %) и России (22 %) [8].

Итак, процесс формирования новых медиа в Приднестровье занял около 15 лет. За это время массмедиа, используя новые технологические возможности, разработали широкую палитру инструментов для создания и продвижения контента в различных форматах. Увеличилась скорость распространения информации, однако вместе с этим снизилась эффективность фактчекинга. Возросла доля UGC (User Generated Content) – контента, созданного самими пользователями соцсетей и мессенджеров.

Можно выделить несколько основных трендов, которые сейчас наиболее актуальны в среде новых медиа, в том числе это касается и медиапространства Приднестровья.

*Бренд-медиа.* Слияние новых медиа и различных брендов стало массовым. Вместо обычных форм PR и контент-маркетинга используется сторителлинг: бренд рассказывает захватывающую историю о себе и своей социальной миссии (например, поддержке женщин, борьбе с дискриминацией и насилием и т. д.). Так на сцену в главной роли выходят ценности бренда. Чем выше заинтересованность аудитории в истории, чем больше совпадений в представлениях о ценностях, тем больше ее доверие и лояльность к бренду. В таком случае ставка делается не на количество контента, а на его глубину и эмоциональность.

*Журналистика одного взгляда.* Эта тенденция отражает наиболее значимые процессы современного медиапотребления. Количество производимого сегодня контента растет в геометрической прогрессии. Как отмечают А. А. Сорокин и В. И. Краус, «в условиях изобилия разнообразной информации человек пытается защитить себя и свою психику через клиповое мышление, чтобы не перегружать свой мозг» [3]. Glance-журналистика подстраивается под эти процессы, давая читателю сжатую информацию, которую можно «считать» буквально с одного взгляда. Наиболее ярким проявлением этого тренда можно назвать адаптацию СМИ под Apple Watch. Но в целом в современном медиaprостранстве мы можем наблюдать отдельные примеры, отражающие эту тенденцию, в частности такой жанр, как листикл (статья-список даёт возможность читателю пройтись беглым взглядом по заголовку и подзаголовкам), грамотно сделанная инфографика, уже с одного взгляда дающая определенное представление о теме, и короткие новостные посты в мессенджерах.

*Короткие видеоформаты (рилсы, шортсы, клипы и др.).* С одной стороны, учёные уже давно говорят о таком явлении, как визуальный поворот. Как отмечает С. И. Симакова, «визуализация средств массовой информации в эпоху дигитализации и конвергенции приводит к изменению основополагающих характеристик медиапродукта, среди которых зрелищность, наглядность, образность становятся ведущими» [4]. В то же время происходит сокращение времени на потребление одной единицы контента. В этом смысле короткие видеоформаты сегодня наилучшим образом попадают в потребность аудитории. Они позволяют в привлекательной визуальной форме дать зрителю концентрат информации. Более того, именно формат видео позволяет дополнить нарратив невербальными акцентами – жестами, мимикой, интонацией, а экранные средства выразительности (чередование планов, композиция кадра, свет и цвет, ракурс съёмки, фоновая музыка, звуковые эффекты, современные приемы монтажа, футаж, анимация и др.) помогают усилить воздействие информации, дополнить ее как на уровне содержания (смыслов, триггеров, эмоций), так и на уровне формы. Кроме того, именно короткие видеоформаты наилучшим образом справляются с актуальной для современных медиаакторов задачей совмещения так называемого полезного и развлекательного контента.

*Сторителлинг.* Приемы сторителлинга сегодня используются в журналистике, блогинге, рекламе, маркетинге – везде, где есть необходимость привлечь и удержать внимание читателя, вызвать определенные эмоции и сподвигнуть к определенным действиям. С точки зрения используемых технологических решений можно выделить несколько типов сторителлинга: мультимедийный, иммерсивный, геймифицированный, интерактивный и др. Одной из стратегий сторителлинга можно назвать репортажный подход в подаче информации. Сегодня жанр репортажа, можно сказать, переживает второе рождение благодаря блогингу. Именно блогерские приемы сегодня активно используют телеканалы и другие СМИ для освещения практически любых тем.

*Искусственный интеллект.* Одна из наиболее ярких тенденций в развитии современных медиа – это тестирование и внедрение нейросетей. Как отмечает Е. В. Виноградова, «каузальность медиакоммуникаций с искусственным

интеллектом представляет собой связь между взаимодействующими сторонами: технологии влияют на создание контента, работу профессиональных коммуникаторов, и при этом, запускается следующий этап изменений» [1]. В этом контексте важно понимать, что любая автоматизация медиапроцессов сегодня нуждается в профессиональном сопровождении – создании грамотных и корректных промтов, проверке, редактировании, фактчекинге и т. п. Кроме того, постепенное внедрение в редакционную работу искусственного интеллекта приводит к интенсификации развития авторской журналистики – тех жанров и форматов, основой которых является личность журналиста, его авторский стиль, авторитет, бэкграунд и т. д. (колумнистика, комментарийная и репортажная журналистика, интервью и журналистское расследование).

*Информационный дизайн.* Как отмечает В. В. Тулупов, это «представление информации в структурированном и эстетическом виде – так, чтобы информация была удобной для восприятия, чтобы учитывались эргономические и психологические аспекты восприятия. От того, как выглядит сайт, веб-интерфейс, зависит эффективность потребления информации» [5, с. 21–22]. Инструментарий медиадизайнера очень изменился за последние десять лет. Раньше, чтобы создать контент, нужно было открывать текстовый редактор и писать код, чтобы сделать нужный шрифт, в определенном месте и особого цвета. Сейчас же все инструменты упростились, одним из самых популярных является блочный конструктор «Tilda», но к проектированию внешнего вида добавилось и создание поведения медиа, а именно их анимация. Но следует отметить, что одними только визуальными эффектами и возможностями дело не ограничивается. Все разработанное должно отлично работать и стабильно выполнять свои функции на всех устройствах, системах и браузерах, которыми пользуется аудитория.

В современной медиареальности для новых медиа характерно быстрое их появление, распространение и аккумуляция. Их чрезмерное количество провоцирует быструю потерю ценности контента, т.е. то, что вчера было актуально, «хайпово», модно и прибыльно в использовании, сегодня уже устарело и не в тренде.

Создание медиа, разработка дизайна, публикация мультимедийного контента, использование трендов всегда рассчитано на определенную аудиторию. Спустя несколько лет дизайн медиа будет сам изменяться под пользователя, ориентируясь на его предпочтения – цвет, размер, тематику и способ восприятия информации (текстовый вариант, аудио и т.д.) Это лишь вопрос времени.

Также необходимо учитывать, что аудитория не ограничена выбором девайсов, при помощи которых она может пользоваться социальными сетями и т.д. Если раньше это был стационарный компьютер, ноутбук, то сейчас это телефоны, планшеты, а также телевизоры, часы, экраны в автомобилях, очки виртуальной реальности и др. Современным медиа, а точнее медиадизайнерам, нужно уметь адаптировать материал под различные устройства, социальные сети и медиаканалы. Постоянное развитие технологий подталкивает создателей медиа, а также веб-дизайнеров к постоянной адаптации, а также изменению способов вещания на различных устройствах.

В наших реалиях дизайн – не просто красивое оформление, но и функциональное решение, которое также помогает приобрести индивидуальность и доверие к медиаресурсу благодаря привлекательности, самобытности и качеству. Современный дизайнер должен иметь опыт работы в различных сферах – маркетинге, программировании и т.д.

Аудитория интернета, а именно медиасреды, также формирует тренды в дизайне новых медиа. Сегодня визуальная коммуникация новых медиа является главным инструментом создания контента. СМИ Приднестровья используют все современные тренды дизайна оформления материалов на своих страницах в мессенджерах, социальных сетях, информационных порталах и т.д.

Использование ярких и пастельных цветов оформления публикации является актуальным в новых медиа. Часто в дизайне материалов новых медиа используется градиент, который служит отвлекающим элементом, но при этом создает своеобразную статичную подложку-фон для текста. Яркие визуальные градиенты являются отличным способом улучшить читаемость текста, подчеркивают детали контента, добавляют динамичность и запоминаемость публикации. В свою очередь, темные пастельные цвета чаще используют для официальной информации.

Еще одним трендом в дизайне является GIF-анимация – популярный подвижный формат изображений, который используется чаще всего для интерактивности. GIF-анимация публикуется на самых разнообразных ресурсах, порталах и мессенджерах Приднестровья, отображает географические, культурные, многонациональные традиции нашего края. Большое количество динамичной анимированной графики используется и при публикации развлекательного контента.

Также СМИ Приднестровья в новых медиа всегда используют фото-, видеоконтент, иллюстрации, типографику, сторителлинг для публикации самой разнообразной информации, что привлекает местных жителей и аудиторию за пределами Приднестровья, создает положительный имидж республике.

## **ВЫВОДЫ**

Под влиянием технологических инноваций мы можем наблюдать кардинальную трансформацию современного медиаландшафта. В этом контексте развиваются и СМИ Приднестровья. Все государственные и коммерческие средства массовой информации Приднестровья, а также пресс-службы министерств и ведомств используют различные современные технологии в своей работе: ведут официальные страницы в социальных сетях и мессенджерах, создают мобильные приложения. Актуальной становится тенденция создания собственных авторских медиапроектов, с использованием современных трендов в дизайне, инструментов для создания и продвижения контента в различных форматах.

Таким образом, новые медиа представляют собой мощный коммуникационный канал и в Приднестровье. Медиакультура ушла от традиционной модели общения «один со многими» и трансформировалась в симметричную двустороннюю коммуникацию «многих со многими», где автор и аудитория обладают равными правами и возможностями влияния друг на друга.

### Список литературы

1. *Виноградова К.Е.* Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы // Гуманитарный вектор. – 2023. – № 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-iskusstvennogo-intellekta-i-transformatsiya-zhurnalistiki-novye-vozmozhnosti-i-vyzovy>. – (Дата обращения: 06.05.2024).
2. *Котенев А.А.* Новые медиа // Большая российская энциклопедия: [сайт]. – Режим доступа: <https://bigenc.ru/c/novye-media-eb906a>. – (Дата обращения: 07.05.2024).
3. *Сорокин А.А., Краус В.И.* Клиповое мышление // Теория и практика современной науки. – 2018. – № 11 (41). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie>. – (Дата обращения: 06.05.2024).
4. *Симакова С.И.* Визуальный поворот — новая философия образа в средствах массовой коммуникации // Вестник ЧелГУ. – 2018. – № 10 (420). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-povorot-novaya-filosofiya-obraza-v-sredstvah-massovoy-kommunikatsii>. – (Дата обращения: 06.05.2024).
5. *Тулупов В. В.* Уроки журналистики: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 95 с.
6. Новости Приднестровья: [сайт]. – Режим доступа: <https://novostipmr.com/ru>. – (Дата обращения: 07.05.2024).
7. Приднестровский исторический портал: [сайт]. – Режим доступа: <https://history.gospmr.org/>. – (Дата обращения: 07.05.2024).
8. Медиапроект «Приднестровский исторический портал» // Национальная премия «Хрустальный компас»: [сайт]. – Режим доступа: <https://rus-compass.ru/projects/8393/>. – (Дата обращения: 07.05.2024).

### References

1. *Vinogradova K.E.* *Razvitie iskusstvennogo intellekta i transformaciya zhurnalistiki: novye vozmozhnosti i vyzovy* [The development of artificial intelligence and the transformation of journalism: new opportunities and challenges]. *Gumanitarnyj vector*, 2023, no. 3. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-iskusstvennogo-intellekta-i-transformatsiya-zhurnalistiki-novye-vozmozhnosti-i-vyzovy> (accessed 06 May 2024).
2. *Kotenev A.A.* *Novye media* [New media]. *Bol'shaya rossijskaya enciklopediya*. Available from: <https://bigenc.ru/c/novye-media-eb906a> (accessed 07 May 2024).
3. *Sorokin A.A., Kraus V.I.* *Klipovoe myshlenie* [Clip thinking]. *Teoriya i praktika sovremennoj nauki*, 2018, no. 11 (41). Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie> (accessed 06 May 2024).
4. *Simakova S.I.* *Vizual'nyj povorot — novaya filosofiya obraza v sredstvah massovoj kommunikacii* [Visual turn is a new philosophy of image in mass communication]. *Vestnik ChelGU*, 2018, no. 10 (420). Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-povorot-novaya-filosofiya-obraza-v-sredstvah-massovoy-kommunikatsii> (accessed 06 May 2024).
5. *Tulupov V. V.* *Uroki zhurnalistiki* [Journalism lessons]. Moscow, Yurajt Publ., 2019. 95 p.
6. *Novosti Pridnestrov'ya* [Pridnestrovie News]. Available from: <https://novostipmr.com/ru> (accessed 07 May 2024).
7. *Pridnestrovskij istoricheskij portal* [Pridnestrovian Historical Portal]. Available from: <https://history.gospmr.org/>.
8. *Mediaproekt "Pridnestrovskij istoricheskij portal"* [Media project "Pridnestrovian Historical Portal"]. *Nacional'naya premiya "Hrustal'nyj kompas"*. Available from: <https://rus-compass.ru/projects/8393/> (accessed 07 May 2024).

**NEW MEDIA: KEY TRENDS IN CONTENT CREATION AND DESIGN  
(ON THE EXAMPLE OF THE PRIDNESTROVIAN MEDIA)**

*Dabezha V. V., Iovva N. I., Tkachenko Y. V.*

The authors analyze the main trends in the development of new media, primarily collaboration with social networks and other Internet platforms that shape the agenda and influence the behavior of the audience through emotions. Other trends include consumer care and the transformation of brands into media. In addition, the paper describes the key principles of the formation and distribution of media content and the main trends of modern media design. Observations have shown that all state and commercial media in Transnistria, as well as press services of ministries and departments, use various modern technologies in their work: they maintain official pages on social networks and instant messengers, and create mobile applications. The trend of creating your own original media projects, using modern design trends, tools for creating and promoting content in various formats, has become current.

**Keywords:** Internet, mass media, new media, media culture, media sphere, media platform, media design.