

Эстония сегодня

Издание поддерживают:
Европейский фонд интеграции
граждан третьих стран,
Министерство культуры
и Фонд интеграции и миграции
"Наши люди"



САМОЕ ВАЖНОЕ: Творческая идея остается главной при большом выборе каналов ее передачи

Медиа теперь всегда и везде

■ Известный в Эстонии теоретик массмедиа Андрес Ййэсаар никогда не работал журналистом, репортером. Тем не менее он хорошо разбирается сам и преподает студентам то, по каким каналам потоки информации проникают в наши головы. В феврале он с успехом прочитал в Нарвском колледже Тартуского университета лекцию об изменениях в потреблении различных медиаканалов и так называемых перекрестных медиа.

Илья СМЕРНОВ
smirnov@pohjarannik.ee

- Можно ли в рамках газетного интервью, то есть в общих чертах, обрисовать содержание лекции с такой мудреной темой?

- В принципе, это очень просто. Представьте, что мы где-то на морском берегу, хорошая погода, но видим на горизонте волну. И не знаем, это цунами или просто хорошая волна для серфинга. Некоторые останутся купаться, вторые побегут от берега, третьи приготовят доску, то есть будет важно, у кого какие навыки. Так же и с массмедиа: некоторые люди не умеют пользоваться ими, некоторые пользуются неправильно.

Мы сейчас видим, что традиционные медиаканалы - бумажные газеты, телевидение, радио - имеют некоторые проблемы понимания, как их читатели, зрители, слушатели реагируют на их позицию, где и когда они читают, смотрят, слушают.

Сейчас уже не те времена, когда люди приходили с работы домой и в определенный час начинали смотреть телевидение, когда новости строго в девять часов, и так далее. Такие же программы теперь можно смотреть в другое время и посредством других медиаканалов. Под рукой имеем смартфон, планшетный компьютер, и потребление медиа уже не зависит от того, есть ли в комнате телевизор. Медиа теперь повсюду, и для них уже не существует таких понятий, как "время" и "где" - они всегда и везде.

Следовательно, это очень большой вызов для медиаканалов - сделать такую программу, которая была бы интересна, независимо от времени и независимо от места потребления. Это очень трудное дело еще и потому, что возможных каналов передачи существуют тысячи, а в Интернете и того больше.

- Все это важно знать организатору, автору программы или также ее потребителю?

- Это, в первую очередь, для профессионалов. А потребители - они же независимые, делают что нравится.

Но потребителям тоже очень важно понимать, какие каналы они смотрят, слушают, читают. Особенно это важно, если говорим о новостях: каким каналам стоит доверять, а каким - нет.

- Когда потребитель получает столько медиапредложений, не падает ли цена новости как таковой?

- Тут важно определить, что есть новость. Если это "желтая" сенсация, то есть ли в ней новость? Очень многое из этого я отношу к категории "шум", то есть где в принципе ничего нет. Очень много шума!

- В чем заключается ваша сегодняшняя работа в Эстонской национальной вещательной корпорации - ERR?

- Моя работа связана с анализом аудитории. Мы смотрим: кто, где, что? Наши медиаканалы теперь - не только телевидение и радио, но также Интернет и все новое в нем. Сейчас появляются такие передачи, которые смотрят не на обычном телевидении. Например, передача "4x4" очень популярна именно в Интернете, а в рейтинге программ телевидения она очень высоко.

Современное изменение в том, что больше половины аудитории смотрят уже не телевизор, а компьютер. И тут важно понимать, какие передачи надо сделать для смартфона, а какие - для телевидения, кто и когда их скорее всего посмотрит. Вот это все и есть наши вопросы.

- Однако ERR - это не коммерческая организация, для которой доскональное знание аудитории есть залог прибыли.

- Думаю, знание аудитории для ERR даже важнее, чем для коммерческих каналов, потому что ERR - это наши с вами деньги. Было бы очень жалко делать программу, которая никому не нужна.

- Трансляция минувшей зимней Олимпиады нарисовала вам что-то интересное в картине аудитории Эстонского телевидения?

- Олимпийские игры - очень хороший повод для интеграции: русскоязычные зрители посмотрели очень много Эстонского телевидения...

- Да, им пришлось, так как у многих не было выбора.

- Но это значит, что люди хотя бы знают, на какой кнопке в их телевизоре находится Эстонское телевидение. Некоторые раньше говорили об обратном, и вот теперь это уже неправда. То есть если там есть хорошая программа, то люди найдут ее.

- Вторая ваша постоянная работа - в Балтийской



Андрес Ййэсаар изучает, как меняется роль медиа в повседневной жизни людей. Одновременно меняются также сами медиаканалы и их создатели.

школе кинематографии и медиа. Она, наверное, более интересная и творческая?

- Можно сказать и так, хотя обе работы важны. Просто работать с молодыми, студентами, действительно немного интереснее.

Мой предмет называется по-русски очень странно: "перекрестные медиа" (*ristmeedia*); можно назвать также "новые медиа". Смысл же в том, как автору представить свою историю на различных платформах, чтобы это везде было интересно.

Допустим, если есть книга - это одно дело, а если сделать с этой же историей фильм, то в него надо добавить что-то дополнительное, чтобы не было скучно, а если еще компьютерную игру - то она должна стать еще лучше, чем книга и фильм.

И так можно сделать очень многое - миллион возможностей передавать свой рассказ аудитории.

- Технических возможностей действительно множество, но хватит ли автору интересного содержания, то есть собственно истории?

- Это очень важный вопрос! Без креативной идеи техника - ничто. И мы со студентами это обязательно учим.

- Кстати, многие современные медиаканалы все равно стекаются в гигант-

АНДРЕС ЙЙЭСААР

* Родился в Таллине в 1959 году.

* Первое профессиональное образование получил в 1982 году в Таллинском политехническом институте - по инженерной специальности "точная механика".

* В 2005 году получил звание магистра, а в 2011-м - доктора наук в Тартуском университете по специальности "медиа и коммуникации".

* С 1982 года работал в цифровом центре Эстонского радио- и телевидения, а с 1989 по 1994 год - на Эстонском телевидении, где в конце возглавлял коммерческий отдел ЭТВ.

* С 1994 года работал на эстонских коммерческих каналах и закончил этот этап в 2000 году в должности директора "ТВ 3".

* С 2001 года входил и длительное время возглавлял совет Эстонской национальной вещательной корпорации (ERR), откуда ушел в 2011 году, оказавшись виновником трагического ДТП.

* Одновременно с работой в совете ERR до 2011 года занимал одну из руководящих должностей в штате мобильного оператора "Теле2".

* Сегодня возглавляет отдел ERR по медиаисследованиям, а в Балтийской школе кинематографии и медиа при Таллинском университете возглавляет отдел т.н. перекрестных медиа.

скую реку под названием Фэйсбук - и зачастую находят нас с вами именно там. Его засилье вас лично не пугает?

- Мое мнение, что это сейчас просто мода. Смотрю на западные тренды, и там социальные медиа уже не есть самое главное. Идет что-то новое, но что это будет - я сейчас не знаю.

Иногда я спрашиваю в школе и гимназии, кто и по сколько раз в день заходит в Фэйс-

бук. Год назад в ста процентах ответов было - как минимум десять раз в день, а сейчас отвечают, что, мол, это уже не то, и только примерно 70 процентов отвечающих бывают в Фэйсбуке. Что они делают, когда не в Фэйсбуке? - Социализируются, но используют уже другие приложения...

Важно, что коммуникация у людей есть, они общаются. Ну а мне, конечно, очень интересно знать, какими каналами они пользуются и зачем.

ПЕРЕДАЧА

К ПОПУЛЯРНОЙ РУБРИКЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО "DELFI" "Я, ЖУРНАЛИСТ" МОЖЕТ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ КАЖДЫЙ
Для главного редактора само-го читаемого в Эстонии русскоязычного медиаканала "Delfi" Юлии Родиной любимой рубрикой портала является "Я, журналист", где ждут интересного сотрудничества со всеми читателями.

Насколько известно, русскоязычный "Delfi" - наиболее читаемый русскоязычный медиаканал в Эстонии. "У нас разноликая редакция - у нас редакторы новостей, культуры, развлечений и спорта; мы стараемся предлагать самое большое количество самых разнообразных новостей о культуре и развлечениях, спорте и автомобилях, а также о политике и социальной сфере. Я могу и "Delfi" охарактеризовать так, что мы в максимальном объеме передаем информацию, стараемся представлять взгляды максимального числа участвующих сторон на проблему, причем стараемся делать это максимально актуально и максимально оперативно", - говорит главный редактор русского "Delfi" Юлия Родина.

Хотя редакция русского "Delfi" состоит номинально из восьми человек - репортеров и редакторов, количество авторов можно и нужно считать все же в несколько раз большим, ведь популярность обрела рубрика "Я, журналист", где ждут интересного сотрудничества со всеми читателями.

- Часто я и сама реагирую на присланные в эту рубрику тексты. У нас образовалась группа постоянных авторов, читать которых очень интересно. От них я слышу о новых для себя вещах - например, об интересных уголках Эстонии. Мне нравится, что эти авторы работают очень активно и постоянно присылают оперативные материалы. Иногда бывает, что никто из нашей редакции и не слышал о случившемся, а читатели дают об этом знать! Вообще кажется, что будущее за гражданской журналистикой, когда люди сами участвуют в создании новостей, - говорит Родина.

Популярнейшей частью русскоязычного "Delfi" являются, однако, по словам главного редактора, новости из России. "Ясно, что для многих русскоязычных читателей Россия - историческая родина, и они хотят быть в курсе происходящего там. Россия - наш большой сосед, и надо знать, что там происходит и как это может повлиять на отношения между нами. Читают, конечно, также новости развлекательного характера - люди порой устают от политики и хотят почитать что-то более легкое, например, новости о звездах, фото-репортажи", - говорит Родина.



Юлия Родина.

Ильмар СААБАС/АРХИВ