



10 پیش‌بینی درباره روندهای رسانه‌های سال 2011

به نظر شما چه موضوعی به بحث داغ دنیای رسانه‌های سال 2011 تبدیل می‌شود؟ روزنامه‌های دیجیتال، کامپیوترهای تبلت، گزارشگری هلوگرافیک یا ویکی‌لیکس؟

همشهری آنلاین - ترجمه رشید عسگری: به نظر شما چه موضوعی به بحث داغ دنیای رسانه‌های سال 2011 تبدیل می‌شود؟ روزنامه‌های دیجیتال، کامپیوترهای تبلت، گزارشگری هلوگرافیک یا ویکی‌لیکس؟

به نظر بسیاری سال 2010 را باید سال موبایل برای رسانه نام گذاری کرد. سال 2010 ابزارهای موبایل و قابل حمل، دنیای رسانه‌های را متحول کردند. با عرضه کامپیوترهای تبلت به بازار روزنامه‌های سنتی و خبرگزاری‌ها برای انتشار نرم‌افزارهای مخصوص تبلت تلاش زیادی کردند.

رسانه‌های اجتماعی نیز بخش زیادی از نرم‌افزارهای مخصوص کامپیوترهای تبلت و گوشی‌های موبایل هوشمند را تشکیل می‌دهند.

در سال 2011 تمرکز رسانه‌ها بر روی رسانه‌های موبایل و ابزار قابل حمل معطوف می‌ماند. از طرف دیگر به زمینه وب اجتماعی باز یا Open Social Web توجه بیشتری خواهد شد.

در زمینه اخبار؛ رویکرد کاربران از جستجوی محض اخبار به سوی به اشتراک گذاشتن خبرها از طریق شبکه‌های اجتماعی تغییر خواهد کرد. در سال پیش رو، تمرکز رسانه‌های خبری توسط شخصی سازی اخبار برای خوانندگان و تأثیر این رسانه‌ها بر روزنامه‌نگاری تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

در ادامه لیستی از 10 پیش‌بینی تحولات برتر دنیای رسانه‌های سال 2011 را می‌خوانید:

1. اخبار افشاگرانه

در سال 2010 شاهد جنجال‌هایی بودیم که وب‌سایت ویکی‌لیکس به راه انداخت. در اواخر سال 2010 شاهد دستگیری جولیان آسانژ رئیس این وب‌سایت و کاهش فعالیت‌های آن بودیم. در سال جدید حتی اگر ویکی‌لیکس به طور کلی تعطیل شود باز هم شاهد به وجود آمدن وب‌سایت‌های خبری افشاگرانه خواهیم بود. همانطور که به تازگی شاهد راه اندازی وب‌سایت‌هایی نظیر، Openleaks، Brusselsleaks و Tradeleaks بودیم.

2. خرید و فروش‌های شرکت‌های خبری و رسانه‌ها و ادغام آن‌ها با یکدیگر

سال گذشته شرکت‌های رسانه‌های زیادی تصمیم به خرید سایت‌های خبری و رسانه‌های کوچک‌تر گرفتند. شرکت AOL وب‌سایت خبری TechCrunch را خریداری کرد و نیوزویک با The Daily Beast ادغام شد. این شرکت‌های بزرگ از ارزش رسانه‌های شرکت‌های کوچک که موفق به جذب مخاطب شده‌اند، بهره می‌گیرند. در سال آینده نیز شاهد ادامه این روند خواهیم بود. [نیوزکورپ روزنامه مخصوص آی‌پد منتشر می‌کند]

3. انتشار اخبار تنها بر روی تبلت و دستگاه‌های موبایل

افزایش مصرف خبر در سال 2010 توسط کاربران بر روی دستگاه‌های موبایل و کامپیوترهای تبلت باعث شد که تقریباً تمام رسانه‌های بزرگ انتشار اخبار و محتوی بر روی این دستگاه‌ها را جدی بگیرند. The Daily، نیویورک تایمز و نیوزویک همگی نرم‌افزار خبری برای آی‌پد طراحی کردند و نیوزکورپ نیز قصد دارد یک شبکه خبری گسترده برای آی‌پد طراحی کند.

گفتنی‌است که تنها در سال 2010 حدود 15.7 میلیون تبلت در سراسر جهان به فروش رفت و آی‌پد 85 درصد این میزان را تشکیل می‌دهد و با افزایش این میزان پیش‌بینی ادامه این روند منطقی به نظر می‌رسد.

4. انتشار و مصرف خبر براساس موقعیت جغرافیایی

در سال 2010 شرکت‌هایی نظیر Gowalla، Foursquare و SCVNGR سرویس‌های انتشار خبر براساس موقعیت جغرافیایی کاربران عرضه کردند. این روند در حوزه‌های دیگر توسط گوگل و فیس‌بوک دنبال شد. برای مثال فیس‌بوک سرویسی به نام Places

راه‌اندازی کرد که به کاربران براساس محل فعلی آن‌ها پیشنهادهای مختلفی ارائه می‌دهد.

البته در سال گذشته تنها 4 درصد کاربران آنلاین از این سرویس‌های استفاده کردند ولی پیش‌بینی می‌شود در سال 2011 این روند با افزایش کیفیت سرویس‌ها رشد چشمگیری داشته باشد.

5. تلاش رسانه‌ها برای تطبیق با شبکه‌های اجتماعی

در سال 2010 رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان بی‌سابقه‌ترین رشد خود را تجربه کردند. فیس‌بوک تنها در آمریکا 25 درصد بازدیدها از صفحات وب و 10 درصد از مراجعات به اینترنت را تشکیل می‌دهد. در 2011 رسانه‌های خبری به جای هماهنگ کردن فعالیت خود با موتورهای جستجو، برای نفوذ به شبکه‌های اجتماعی بیشتین تلاش را خواهند کرد.

آمار نشان می‌دهد بسیاری از وبسایت‌های خبری ترافیک خود را از شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و توییتر دریافت می‌کنند. در حال حاضر فیس‌بوک و توییتر 10 تا 15 درصد این ترافیک را تشکیل می‌دهند ولی میزان رشد سالانه این میزان قابل توجه است.

این امر برای وبسایت‌های خبری نوپا بسیار بیشتر از خبرگزاری‌ها و روزنامه‌های قدیمی و با سابقه است.

6. پایان عمر "خبرنگاران برون‌مرزی"

موسسه مطالعات روزنامه‌نگاری رویترز در مطالعه‌ای می‌گوید به زودی روزنامه‌نگاری شهروندی جای خبرنگاران برون‌مرزی رسانه‌ها را می‌گیرد. از طرفی محدودیت‌های مالی این تغییر را سرعت می‌بخشد.

پیش‌بینی می‌شود در سال 2011 مطالب تولید شده توسط مردم به صدر خبرهای خارجی رسانه‌ها نفوذ کنند.

7. تحول در زمینه خرید و فروش محتوا

در سال 2011 دیگر خبرهای تکراری روی سایت‌های مختلف نمی‌بینید. بازار محتوا از هم گسیخته شده است. رسانه‌های خبری به جای استفاده از محتوای تولید شده خود محتوای خاص خود را تولید می‌کنند.

نام‌های خبری با سابقه با وجود مشکلات مالی و کاهش خبرنگاران تحت فشار تولید حجم زیادی از محتوا، خود تولید کننده محتوا و استفاده از آن‌ها به عنوان اخبار خواهند بود.

همچنین تولید کننده‌های محتوا به عنوان شرکای خبری رسانه‌ها عمل خواهند کرد. این اتفاق اکنون در وبسایت‌هایی مثل سی‌ان‌ان و نیویورک تایمز دیده می‌شود. بخش اخبار فن‌آوری این دو وبسایت شامل تیترهای خبری و محتوای منتشر شده از رسانه‌های تولید محتوایی هستند که تنها به عنوان همکار و شریک انحصاری محتوا برای آن‌ها تولید می‌کنند.

8. نقل اخبار از رسانه‌های اجتماعی

در سال 2010 مطالب تولید شده از شبکه‌های اجتماعی بخشی از خبرهای منتشر شده خبرگزاری‌ها را تشکیل دادند. در بعضی شرایط منبع خبر شبکه اجتماعی بود. در سال گذشته خبرخوان‌های اجتماعی مثل Flipboard و Pulse معرفی شدند و طرفداران زیادی بین کاربران تبلت‌ها و دستگاه‌های قابل حمل پیدا کردند. در سال 2011 نه تنها این روند ادامه پیدا می‌کند، بلکه شرکت‌های شبکه اجتماعی خود راوی اخبار و منتشر کننده آن‌ها می‌شوند و سرخ‌های خبری را از بین میلیون‌ها محتوای تولید بیرون می‌کشند.

9. رسانه‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی هوشمند می‌شوند

در سال 2010 رسانه‌های خبری به اهمیت شبکه‌های اجتماعی پی بردند و حتی بعضی از آن‌ها سردبیرهای مخصوصی برای این بخش استخدام کردند. وبسایت USA today به تازگی فردی را به عنوان سردبیر بخش رسانه اجتماعی منصوب کرده است.

در سال 2011 سازمان‌های خبری بیشتری به مدل‌های غیر متمرکز رسانه اجتماعی روی خواهند آورد و به جای استفاده از یک روزنامه‌نگار و سردبیر از چندین فرد برای این منظور استفاده خواهند کرد.

در سال 2010 تلویزیون اینترنتی برای اولین بار به جهان معرفی شد. بعد از آن رسانه‌های مختلفی iTV، Google TV و Boxee Box را معرفی کردند و حتی شرکت‌های تولید کننده تلویزیون مثل سامسونگ، ال جی و سونی سیستم‌های تلویزیون اینترنتی خود را منتشر کردند. در سال 2011 مفهوم تلویزیون به مدد تلویزیون تعاملی به کلی عوض می‌شود و دیگر تلویزیون ابزار پخش صوت و تصویر نخواهد بود. با یک کلیک کنترل تلویزیون می‌توانید فیدهای خبری را مرور کنید، از شبکه اجتماعی خود فید دریافت کنید و ویدئوهای یوتیوب را مشاهده کنید.

در حال حاضر آمریکایی‌ها که به علاقه شدید به تلویزیون معروف هستند به طور میانگین زمان مساوی برای استفاده از اینترنت صرف می‌کند و نیمی از آمریکایی‌ها زمان برابری برای تماشای تلویزیون و استفاده از اینترنت صرف می‌کنند.

Ten Predictions for the News Media in 2011

Vadim Lavrusik