

Олена Балалаєва

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та мовної комунікації,
(Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ)

ВПЛИВ WEARABLE-ТЕХНОЛОГІЙ НА СТВОРЕННЯ НОВОГО МЕДІАКОНТЕНТУ

На думку дослідників, двійковий код, який започаткував цифрову революцію – рядок нулів і одиниць – трансформує та змінює медіаландшафт у ХХ столітті. Л. Д'Воркін, який створив успішне онлайн-видання журналу *Forbes*, зазначив в інтерв'ю, що для того, щоб вижити, редакторам і репортерам доведеться заново винайти свою роботу і переосмислити свою роль у збиранні та розповсюдженні новин. Реальність є такою, що журналістика повинна розвиватися, щоб відповідати потребам платформ і пристроїв, які споживачі використовують для отримання новин. Він наголосив, що останні 20 років газети адаптували свої статті під екрани ноутбуків. Але сьогодні 50% контенту споживається на мобільному телефоні. Це пред'являє вимоги до традиційного шаблону статті, який так довго служив джерелом натхнення для журналістики. Тепер він має змінити формат [1].

Розвиток цифрової технології *Wearable* (електронні предмети, одяг, аксесуари, які людина носить на тілі, або імплантовані обчислювальні та сенсорні пристрої, які можуть реєструвати будь-яку інформацію, що виходить від носія та/або його оточення, аналізувати середовище та взаємодіяти з ним) зумовив виникнення нових напрямів у журналістиці.

Журналістика одного погляду (*glance-journalism*) – це течія в цифровій журналістиці, яка передбачає споживання контенту в максимально короткий термін. Після випуску розумного годинника *Apple Watch*, формат для виробництва та розповсюдження новин зазнав змін. Найбільш помітною та значущою особливістю цих мініпристроїв є різке скорочення розміру екрану, що започаткувало нову «glance»-течію в цифровій журналістиці.

На зміну довгим, важким для читання і сприйняття текстів прийшли короткі заголовки новин, що передають головну інформацію й основний зміст. Спочатку цей термін був згаданий журналістом Д. Шенофом. У статті під назвою «Wearables could make the glance a new subatomic unit of news», автор заявляє, що сьогодні користувач хоче, щоб інформація була стислою, доступною і не забирала багато часу, а контент був коротким, відформатованим, зручним [2].

Журналістику одного погляду давно застосовують різні інтернет-видання. Одним із перших є *The New York Times*. Інтернет-видання розробило новий вид передавання інформації, яку читач здатний поглинути за лічені секунди, використовуючи лише екран годинника *Apple Watch*. Ряд новин розділений на кілька актуальних для користувача тем: бізнес, політика, наука, технології та мистецтво. Крім веб-застосунків, на розумному годиннику також цілодобово транслюються «екстрені новини». Крім *The New York Times*, мобільні програми

адаптовані під *Apple Watch* також створили *CNN*, *Національне Громадське Радіо США* та *The Guardian*.

Технологія *Wearable* сприяє розвитку журналістики, що розвиває можливість надавати контент у скорочених форматах, не втрачаючи суті історії. *Wearable* технології (від окулярів до одягу) швидко стають споживчими товарами та реальністю. Ці нові технології намагаються спонукати громадськість взаємодіяти з професійними ЗМІ більше, ніж будь-коли раніше. Традиційні медіа поступово усвідомили, що цивільні журналісти також починають створювати новини й що ця роль більше не належить лише професіоналам і визнали користувальницький контент необхідним та затребуваним у сучасному світі журналістики.

Платформи *Seen TV*, *Hashtag Our Stories* дозволяють пересічним громадянам створювати та розповідати власні історії, адже користувальницький контент є необхідним і затребуваним у сучасному світі журналістики. Метою проєктів є допомогти більшій кількості громадян стати ефективними оповідачами та громадянськими журналістами.

Команди *Seen TV* та *Hashtag Our Stories* відвідали близько 40 країн з низьким рівнем доходу й навчили невеликі спільноти тому, як розповідати свої історії за допомогою мобільних пристроїв. Далі команда редагування перетворює ці кадри на контент, який можна показати в інтернеті. Понад 5 мільйонів людей стежать за програмами і шоу *Seen TV*. Як альтернативу створено лінзу з функцією доповненої реальності, яку можна відправляти користувачам через соціальні мережі (*Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Snapchat*) з інструкціями, як знімати якісний контент. У проєкті є команда журналістів, які перевіряють факти та верифікують контент, перш ніж перетворювати його на мільйони історій. Проєкт спонукає звичайних людей розповідати про свої історії, які часто залишаються непоміченими в основних ЗМІ, і доводить, що громадянські журналісти та професіонали можуть працювати разом і спільно ділитися новинами.

Отже, цифрові технології інтегруються в усі сфери суспільства, зокрема і в процеси створення і поширення інформації, виробництво нового медіаконтенту, орієнтованого на сучасного споживача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Digital technologies and the future of journalism. UNC Hussman School of Journalism and Media . URL: <https://www.cislm.org/digital-technologies-and-the-future-of-journalism/> (date of access: 17.03.2023).

2. Shanoff D. Wearables could make the glance a new subatomic unit of news. NiemanLab. 2014. URL: <https://www.niemanlab.org/2014/09/wearables-could-make-the-glance-a-new-subatomic-unit-of-news/> (date of access : 17.03.2023).