

**Проблемы современного медиaproстранства Новой Зеландии:
«национальные» последствия мировых тенденций в СМИ**

Бунтова Анастасия Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: apocalyptic07@yandex.ru

Глобализация, концентрация, мультимедизация - это мировые тенденции СМИ, которые так или иначе затрагивают национальную медиасистему каждой страны. Пытаться избежать их значит ограничить себя технически, изолировать идейно или идеологически, добровольно отказаться от вращения в глобальном информационном потоке. Путь сомнительный для развитого демократического общества, однако не бесосновательный. Например, сегодня российские СМИ вынуждены балансировать между самобытностью и универсальностью, формальной независимостью от иностранных капиталов и продолжающейся мировой контент-конвергенцией. Медиасистема Новой Зеландии - пример того, что происходит в сфере СМИ, когда, следуя глобальным тенденциям, такой баланс не соблюдается.

Свыше 90% новозеландских СМИ - иностранная собственность [1]. Несмотря на то, что в 1907 году страна добилась от Великобритании статуса доминиона, экономически она по-прежнему осталась зависимой от зарубежных инвесторов. Утверждённое в 1994 году законодательство ничего не предприняло для предотвращения 100%-ого оффшорного имущества на островах. Зарубежные корпорации в Новой Зеландии контролируют печать, радио, платное телевидение, и в каждом регионе создают собственные медиамонополии. Отсюда крайняя монополизация рынка, высокий уровень концентрации, но главное - снижение качества контента, протекающее параллельно с его мультимедизацией. СМИ начинает управлять мотив прибыли. Как следствие, рушатся профессиональные стандарты журналиста, государственная медиасистема с её общественным уставом.

Сегодня в пятёрке ведущих новозеландских медиаконцернов нет ни одного национального: APN/NZME (Австралия), Fairfax Media (Австралия), MediaWorks NZ (США), Sky TV (США), TVNZ (США) [2]. Общественные вещатели Radio NZ и Maori TV занимают шестую и седьмую позиции. Вместе с независимыми организациями (Scoop, Allied Press, BusinessDesk) они поддерживают конкурентоспособность медиасреды, вносят в неё разнообразие. Плюс: транслируют в прямом эфире парламентские заседания и служат рупором власти при чрезвычайных ситуациях в стране.

На островах издаётся 26 ежедневных газет [4], 3700 наименований журналов, насчитывается 212 радиостанций, 80 платных кабельных и 8 бесплатных эфирных телеканалов [1] - 80% новозеландцев (3,5 млн чел.) обращаются к их контенту по сети Интернет [5]. Из современных СМК наименее популярны в Новой Зеландии печатные. Они наименее прибыльны, поэтому монополисты не так заинтересованы в их массовом производстве, как, например, в региональном радиовещании. За последние десять лет в каждом городе осталось лишь по одной ежедневной газете; по-настоящему общенациональной прессы в стране нет до сих пор. Это происходит по двум причинам: стабильный спрос аудитории на еженедельную и воскресную прессу вместо прессы ежедневной; дороговизна транспортировки уже готовой печатной продукции по всей стране с последующим её региональным распространением. Особым успехом у населения не пользуется и подписка ввиду стоимости доставки.

Кроме мультимедизации контента и высокой концентрации прессы (сегодня все крупнотиражные островные издания в собственности двух компаний - APN News&Media (The New Zealand Herald) и Fairfax NZ (The Dominion Post, The Press)), в печатном секторе новозеландских СМИ наблюдаются тенденции к сокращению тиражей и росту спроса на бесплатные «общественные газеты». Удивительно, что журнальный рынок при этом остаётся одним из самых стабильных и прибыльных рынков национальной медиаиндустрии. За 2015 год общий тираж 107-и самых читаемых наименований составил 3 525 тыс. экз., практически не изменившись с позапрошлого года [4].

Что касается телевидения, то в доме даже с несколькими электронными устройствами телевизор по-прежнему основная платформа для получения аудиовизуального контента. С помощью ТВ-приёмников 97% новозеландцев (4,3 млн чел.) пользуются услугами телевещательных компаний, 92% (4,1 млн чел.) проводят за просмотром телепередач 20,5 часов в неделю [3]. Как и в печатном секторе, лидерами телевизионного вещания являются каналы зарубежных корпораций. Единственное исключение для национальной медиасистемы - радиыйный сектор. Среди 24 крупных зарубежных коммерческих радиостанций (возрастная категория 15+) станции общественно-национального концерна Radio NZ занимают ведущее место (2014). Их еженедельная доля слушателей составляет 564 тыс. чел. - 14% от населения 15+. Однако теперь радио и телевидение конкурируют больше не друг с другом, а с Интернетом. Причём не только в скорости и форме подачи информации, но и в степени доверия со стороны аудитории.

Сегодня в Новой Зеландии Интернетом пользуются 4,1 млн человек [5]. Но ещё в 2010 году 75% респондентов исследования «The Internet in NZ» (World Internet Project) назвали его основным источником информации, занизив при этом обычно высокие рейтинги ТВ, прессы и авторитетных личностей [1]. Сейчас традиционные новозеландские СМИ активно интегрируют с новыми медиа. Для них создаются собственные Интернет-ресурсы, брендовые мобильные приложения, сообщества в социальных сетях. Как результат: 73% новозеландцев используют Интернет хотя бы раз в неделю в качестве источника местных, национальных и международных новостей.

Таким образом, твёрдо следуя мировым тенденциям СМИ, тираж новозеландской прессы, качество журналистского контента и способность медиа влиять на общественное мнение падают. Зато растёт степень визуализации и упрощения информации, количество иностранной продукции на национальном медиарынке и прибыль международных инвесторов. Самое главное - неизменным остаётся желание массмедиа привлекать к себе потребителя. Пока оно таково, неизменна и прибыльность новозеландской медиаиндустрии.

Источники и литература

- 1) Bluck John. Mass media in New Zealand. Hot topics // The Churches' Agency on International Issues. Aotearoa New Zealand, 2010. Issue 11. P.1-8.
- 2) Merja Myllylahti. JMAD New Zealand Media Ownership Report 2015.
- 3) NIELSEN. New Zealand Multi-Screen Report 2015.
- 4) Audit Bureau of Circulation: <http://newspaper.abc.org.nz/audit.html>
- 5) Statistics New Zealand: <http://www.stats.govt.nz/>