

НИШЕВЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Кострикина Т.А., Константинова Н.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

Nadejdakonstantunova2015@gmail.com

Контент – это ключевое понятие в информационном пространстве сегодня. Современная цифровая аудитория не согласна довольствоваться материалами универсальной тематики о всех сферах жизни, ей нужна сегментация, соответствие контента точечным интересам. Культура становится все более нишевой, поэтому медиа должны стать узкоспециализированными, донести это до читателей, и только тогда они смогут развиваться.

Нишевые СМИ представляют целевой аудитории данные определенного сегмента какого-либо тематического профиля. В этом их основное отличие от медиа общего интереса. Аудитория для нишевого СМИ – люди определенного возраста, пола, точечных интересов. Примерами таких нишевых медиа являются отечественные проекты «Vgudok», «Купрум», «Свои» и «Цех».

«Vgudok» – это медиа, которое не только разбирается в общественном транспорте, но и доступным языком объясняет суть работы метрополитена, трамвайных депо и вагонов. «Vgudok» не относится ни к крупным СМИ, которым сложно угнаться за всеми инфоповодами, ни к корпоративным медиа, которые не затрагивают компрометирующие темы, потому что не хотят конфликтов с руководством. Благодаря этому у корреспондентов медиа получается смело говорить о невыполненных задачах РЖД, проблемах с шумозащитными экранами и причинах схода вагонов с рельс. С РЖД у этого медиа развернулась настоящая информационная война. У медиа «Vgudok» есть аккаунты в социальной сети «Instagram», а также официальный сайт в сети «Интернет». Уже два года медиа осваивает «Яндекс. Дзен», но пока самой успешной платформой остается Telegram – 14 000 подписчиков [4].

Все мнительные люди, озабоченные своим здоровьем, могут спать сладко: теперь у них есть «Купрум», в котором недомогания разбирают с научной точки зрения. По словам редакции, они сотрудничают с врачами и учеными, которые помогают журналистам, выступая в качестве экспертов. Сколько нужно воды организму? Что делать если укачивает? Ответы на эти вопросы есть в издании, и даже есть рубрика «стесняюсь спросить», где простым языком отвечают на неловкие вопросы. На сайте есть справочник самых запрашиваемых в интернете диагнозов: простуда, почечная недостаточность и другие. У издания есть подкаст «Без шапки» со средней оценкой 4.8/5 в Apple Podcasts [1]. Среди остальных медиа в этой подборке охват у «Купрума» больше всего, что вполне объяснимо – ниша медицинской журналистики пустует, а проблемы и вопросы к здоровью у людей с каждым годом лишь набирают обороты.

Для тех, кому интересно знать все о доме и комфортных отношениях с соседями, предпринимательская компания «Самолет» создала журнал «Свои». Все стороны жизни обитателя многоквартирного дома на сайте медиа разбиты на шесть рубрик: еда, уют, деньги, права, семья и соседство [2]. Как стать гуру по выживанию в многоэтажке? Что нужно знать перед арендой квартиры? Как пережить ремонт? Обо всем этом расскажет журналистка Светлана Дучак, которая является автором всех статей сайта. Над проектом также работают верстальщик, дизайнер, иллюстратор и четыре издателя. Компания «Самолет» – пример предпринимателя, который ради продвижения бренда, создал медиа, имеющее все шансы завоевать признание читателей. Ведь СМИ редко пишут о быте, отношениях в семье и о соседях.

О качествах достойного руководителя, возможностях нервной системы и манипуляторах расскажет «Цех» – медиа «о непрерывном образовании взрослых людей» [3]. Редакция берет на себя роль поставщика бесплатной, а главное – полезной образовательной информации. В медиа публикуются материалы о саморазвитии, а по

четвергам выходят подборки курсов, книг, которые помогут разобраться в своих чувствах. «Цех» верит, что вполне возможно построить мир без психологического насилия над собой и окружающими.

Таким образом, нишевые СМИ – не вспомогательная ветвь медиа, не продукт, не бизнес. Это новый подход к традиционным СМИ. Нишевые медиа представляют собой инновационную модель распространения информации. Узкоспециализированные СМИ созданы по новым правилам, они соответствуют запросам аудитории, публикуя лишь те материалы, которые востребованы. Этим обусловлена популярность нишевых медиа сегодня.

Список литературы

1. Купрум. URL: <https://cuprum.media/> (дата обращения: 08.11.2021)
2. Свои. Журнал группы самолет. URL: <https://svoi.io/> (дата обращения: 08.11.2021).
3. Цех. URL: <https://zeh.media/>(дата обращения: 08.11.2021).
4. Vgudok. Интернет-портал о железнодорожном транспорте, логистике и перевозках. URL: <https://vgudok.com/> (дата обращения: 08.11.2021)