

**Анализ медиапотребления контента в период с 2020 по 2024 гг. в ОАЭ,
Катаре и Саудовской Аравии: сравнительный анализ**

Научный руководитель – Николайшвили Гюзелла Геннадьевна

Стоянова Дарья Алексеевна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

E-mail: dariastoyanova@yandex.ru

Медиаиндустрия в настоящее время находится в процессе трансформации, влияние на которую оказывает множества факторов, включая изменение потребительских предпочтений, увеличение значимости цифровых технологий и инструментов и разрастание онлайн-платформ. Аналогичные изменения наблюдаются с определенной степенью интенсивности и в медийном пространстве стран Персидского залива, к которым относятся анализируемые в настоящей работе Катар, ОАЭ и Саудовская Аравия [4]. Анализ медиапотребления в данных странах имеет особую значимость, поскольку он позволит не только выявить общие черты, которые присущи развитию информационного пространства анализируемых стран, относящихся к единым региональным общностям (страны Персидского залива, арабо-мусульманские страны, страны Ближнего Востока и Северной Африки), но и обозначить между ними различия, чему, в частности, в научной литературе уделяется меньше внимания.

В первую очередь, следует сказать, что во всех трех странах, а равно и во многих других государствах, пандемия COVID-19 внесла многие изменения, сформировав некую «новую нормальность» (англ. New Normal), в которой сегодняшнее медиапространство сохраняется. Речь идет не только о появлении новых феноменов медийной жизни, но и о катализации начавшихся в допандемийный период трендов, но развивавшихся медленными темпами в силу отсутствия «толчка», который им дал COVID-19 [3]. В частности, речь идет о цифровой трансформации и укреплении позиций виртуального пространства. В то же время, например, укрепление интернет-ресурсов стало складываться на Ближнем Востоке еще до пандемии (рис. 1).

С точки зрения медийной сферы ключевое наследие пандемии заключается в том, что цифровые форматы получили новый виток развития. Спрос на цифровые медиа в период пандемии значительно увеличился. В настоящее время данный тренд сохраняет свою актуальность. Так, например, до 2030 года в Саудовской Аравии ожидается прирост рынка цифровых медиа со среднегодовым темпом роста в 11,7%, в ОАЭ – 12,2% (данные по Катару недоступны) [5].

Нами было проведено интервью с шеф-корреспондентом телеканала Asharq News в Москве, которая подтвердила, что в настоящее время наблюдается повсеместное смещение в сторону социальных сетей. В частности, традиционные медийные институты, следуя за новыми участниками информационного пространства, все сильнее проникают в социальные сети, преобразовывают свой контент из горизонтального в вертикальный формат, чтобы адаптировать его к использованию на пространстве социальных медиа, обращаются к форматам, соответствующим социальным сетям (подкасты, онлайн-трансляции и т.д.), привлекают блогеров.

В то же время, несмотря на усиление цифровых платформ, это не означает, что они со временем вытеснят традиционные медиа. Несмотря на уникальные преимущества сетевых ресурсов (мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, персонализа-

ция, таргетированность, общедоступность, безграничность, бесконечность [1]), традиционные СМИ продолжают пользоваться популярностью и распространенностью. Так, например, популярность телевидения в арабских странах, хоть и сократилась, но все равно сейчас сопоставима с распространенностью интернета.

Что касается особенных черт развития медийной сферы в рассматриваемых странах, то можно отметить, что курс общественного развития в ОАЭ является более демократичным, чем в Катаре и Саудовской Аравии. Это отражается и на работе медиаресурсов. В частности, внешний вид репортеров и журналистов, выступающих по телевидению, в Катаре и Саудовской Аравии в большинстве случаев соответствует традиционным ценностям и вписывается в законы шариата, в то время как в ОАЭ, при сохранении уважения к мусульманским законам, допускается более европеизированный внешний вид.

По итогам настоящего исследования можно заключить, что в современном состоянии медийной сферы Катара, ОАЭ и Саудовской Аравии есть как сходства, так и отличия. Исследование данного вопроса обладает как теоретической, так и практической полезностью, а потому требует дальнейшего освещения в научной литературе.

Источники и литература

- 1) Калугина Е.Г. Интернет-СМИ как субъект политической коммуникации: ключевые характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 3. С. 406-417.
- 2) Dennis E.E., Martin J.D., Hassan F. Media Use in the Middle East, 2019: A Seven-Nation Survey. Doha: Northwestern University in Qatar, 2019.
- 3) Musleh Alsartawi A., Hegazy M.A.A., Hegazy K. Guest Editorial: The COVID-19 Pandemic: A Catalyst for Digital Transformation // Managerial Auditing Journal. 2022. Vol. 37. № 7. P. 769-774.
- 4) Social Change in the Gulf Region. Gulf Studies. Vol. 8 / Ed. by M.M. Rahman, A. Al-Azm. Singapore: Springer, 2023.
- 5) Grand View Research: <https://www.grandviewresearch.com>

Иллюстрации

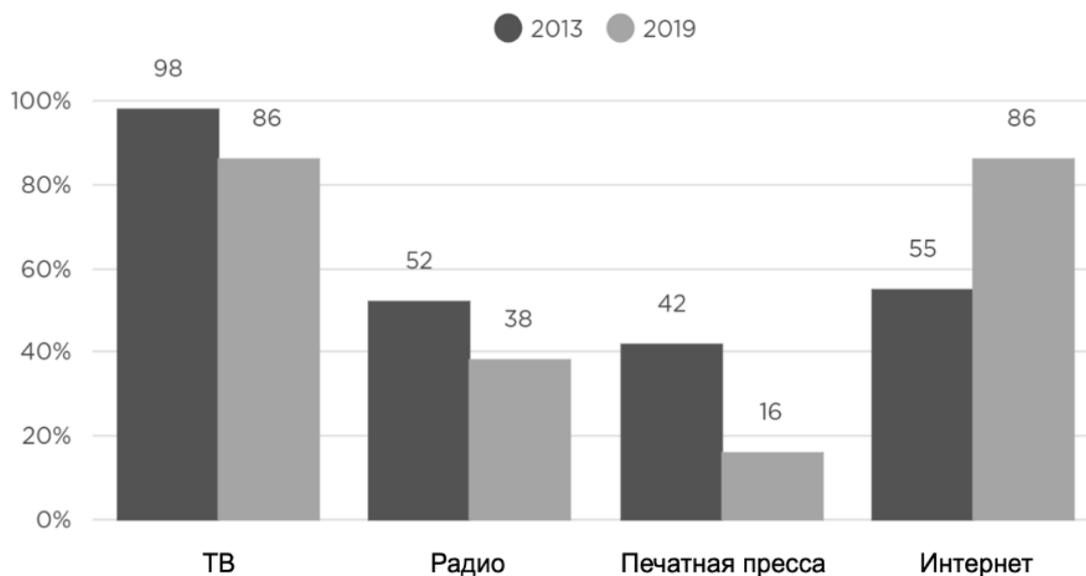


Рис. : Типы СМИ и процент людей на Ближнем Востоке, использующий их