

Научная статья

[https://doi.org/ 10.23672/SEM.2023.3.3.009](https://doi.org/10.23672/SEM.2023.3.3.009)

УДК 81



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КРОССМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Чжао Цзюнчэнь,

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Аннотация. Актуальность данного исследования заключается в том, что в нем проводится систематизированный анализ современных тенденций развития кроссмедийной журналистики. Цель: целью статьи стало исследование общих тенденций развития мировой кроссмедийной журналистики. Методы: в данной статье использованы общенаучные методы познания. Результаты: XXI век ознаменовался тем, что в эту эпоху начался переход средств массовой информации от привычных форм работы к конвергентной форме функционирования масс-медийных изданий, в связи с чем, изменились правила организации масс-медиа. На смену традиционной журналистике пришла кроссмедийная журналистика, повлекшая за собой создание так называемых «новых медиа». Выводы: Автор данной статьи, дав определение термина «кросс-медийная журналистика» на фоне других терминов, соприкасающихся с данным явлением, обращает внимание на особенности предоставления контента в новом для мировых СМИ тренде, анализирует особенности работы кросс-медийного журналиста и выявляет тенденции развития кросс-медийной журналистики.

Ключевые слова: новые медиа, кросс-медиа, цифровые технологии, конвергенция, медиаконтент.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CROSSMEDIA JOURNALISM

Zhao JiongChen,

Lomonosov Moscow State University

Введение. В начале XXI века мир вступил в эпоху цифровых технологий. Цифровизация затронула и средства массовой информации, которые стали развиваться в ином формате. Интернет, мобильная связь, цифровое теле- и радиовещание стали технологической основой, так называемых, «новых медиа», открывших новую фазу работы с аудиторией, суть которых состоит в том,

что традиционные СМИ постепенно соединяются в одну систему, образуя модифицированные медиа, имеющие свойства печатной прессы, телевидения и радио в цифровом формате. Иными словами, новые медиа – это электронные медиа, т.е. те, которые функционируют в интернете (сайт газеты или журнала, интернет-радио, трансляция ТВ-канала через YouTube и др.). Такие медиа в научной лите-

ратуре именуется кроссмедиа, а журналистика, выпускающая кросс-медийные продукты, получила название *кроссмедийной журналистики*.

Появление кроссмедийной журналистики вызвало волну дискуссий и привело к определенному терминологическому дисбалансу, поскольку в современном медиaprостранстве можно встретить такие номинации, как *конвергентная журналистика*, *мультимедийная журналистика*, *мультиплатформенная журналистика* и *цифровая журналистика*. Поэтому рассмотрим их особенности и выясним, как данные термины соотносятся с кроссмедийной журналистикой.

Результаты.

В основе понятия «*конвергентная журналистик*» лежит термин «*конвергентность*» или «*конвергенция*», который был введен Д. Макуэйлом, называющим так «распространение одного и того же информационного продукта по разным каналам, разными средствами» [1, с. 7].

Конвергенцию, которая сказала как на организационном процессе, так и на процессе продуцирования материала, вызвало бурное развитие информационных технологий. Благодаря цифровизации или дигитализации (англ. *digital* – «цифровой»), интернет стал наиболее конвергентным средством, потому что только он способен объединить все медиа (аудио, видео, прессу) или, лучше сказать, все коммуникационные техники и методы (устную речь, письменные тексты, видео- и аудиомате-

риалы, телекоммуникации, компьютерную технику и т.п.), которые ранее функционировали отдельно. Такое сочетание сделало возможным разрушение медиаграниц и распространение информации в глобальном масштабе.

Конвергенция, благодаря информационным технологиям и системам коммуникаций, объединяет все виды медиаконтента в единую систему, за счет чего создаются новые типы медиа и платформы (веб-издания, блоги, расширения для браузеров, социальные сети, цифровое видео, интерактивное телевидение, мобильная телефония и т.д.) [5, с. 9]. Исходя из данного определения *конвергентную журналистику* можно определить как журналистику, создающую контент для разных медиаплатформ, в связи с чем появился термин *мультиплатформенная журналистика*, дублирующий термин *конвергентная журналистика*.

Обсуждение.

В отношении мультимедийной журналистики, как отмечает Ю.М. Ершов, уже возникает путаница [1]. Американский исследователь Стивен Куинн мультимедийной журналистикой называет деятельность по созданию медиапродукта, сочетающего в себе аудио-, видео-, фото- и текстового материала и интерактивности» [7, с. 147].

Некоторые исследователи считают, что мультимедийная журналистика и интернет-журналистика – это одно и то же. На самом деле, интернет-журналистика может быть не только мультимедийной, использу-

ющей сочетание разных знаковых систем, но и текстовой. Мультимедиа могут входить в интернет-журналистику в качестве ее составной части. И, в то же время, мультимедиа входят в структуру онлайн-коммуникаций. Так, студент вуза, делая презентацию в PowerPoint или Prezi, использует мультимедиа (таблицы, картинки, музыкальное или видео-сопровождение) в оффлайне [1, с. 7].

Повсеместный переход от аналоговых технологий к цифровым, связанный с широким использованием компьютеров, привел к появлению новой технологии обработки и распространения информации, которая базируется на компьютерной технике. Так появился термин *цифровая журналистика*, который говорит об использовании компьютерных технологий в журналистике в процессе работы с информацией.

Теперь, мы вплотную подошли к термину *кроссмедийная журналистика*. Если обратить внимание на элемент *кросс-* (англ. *cross* – «пересекать»), то кроссмедийная журналистика – это журналистика, построенная на пересечении мультимедийных платформ, т.е. платформ, сближающихся или сходящихся в одной точке. В связи с этим, термины «*кроссмедийная журналистика*», «*мультимедийная журналистика*» и «*мультиплатформенная журналистика*» являются синонимами. Учитывая значение слова *конвергентный* (в переводе с латинского глагол *convergo* означает «сближаю»), то в эту группу терминов практически одного и того

же явления входит и *конвергентная журналистика*, которая является промежуточным звеном между интернет-журналистикой и кроссмедийной журналистикой, определяющими чертами которой является интеграция платформ (причем важно, коммуницируют ли платформы между собой).

Что касается *цифровой журналистики*, то этот термин особо не соотносится с журналистикой как деятельностью, связанной со сбором, обработкой и распространением информации. Цифровая журналистика – это работа журналиста с текстовой информацией и/или мультимедийными продуктами на компьютере. Поэтому понятия «*кроссмедийная журналистика*» и «*цифровая журналистика*» не синонимичны, но учитывая цифровизацию медиаконтента, тесно связаны между собой.

Все рассмотренные выше номинации одного и того же явления являются «звеньями одной цепи». Дополняя друг друга, они сочетают традиционность и современность, подчиняются правилам и нормам и при этом непрерывно развиваются, ибо информационно-коммуникационные технологии не стоят на месте, а время от времени предлагают ряд новых и новейших форм создания кроссмедийного контента.

Процесс изменения производства, распространения и потребления контента с аналогового на цифровой выдвинули ряд совершенно новых требований к тематическому наполнению медиаресурса. В то же время,

развитие новых медийных технологий, которые в последние годы меняются фактически ежемесячно, подтолкнуло журналистов искать новые варианты подачи фактов, альтернативные пути и принципы распространения информации. Проблема содержательного наполнения средств массовой информации в период активной интеграции традиционных и новых медиа, когда фактически исчезает значение географических расстояний, выдвигает на первый план не только выработку и распространение значимой информации, но и ряд технологических составляющих, определяющих доставку контента конвергентных медиа через широко-вещательные сети, интернет, телевидение и мобильную связь. Соответственно, выдвигаются и новые требования к самой дефиниции понятия медийного контента [4, с. 41].

Медиаконтент – это содержательное наполнение печатного, аудиовизуального, электронного или конвергентного средства массовой информации материалами в форме текста, изображения или звукозаписи с целью передачи информативных, общезначимых, эстетически привлекательных разножанровых сообщений, направленных на массовую аудиторию [4, с. 41].

Создание медиаконтента – это структурированный творческо-производственный процесс, требующий от автора как глубоких знаний по теории и методике написания текстов, так и практических навыков владения техническими средствами. К последним относятся профессио-

нальные видеокамеры, звукозаписывающие устройства, гаджеты, компьютерные программы для обработки и распространения текста, звука, видеоизображений, иллюстративных материалов.

Медиаконтент не может существовать без реципиента, поэтому главный его признак – направленность на массовую аудиторию. На основе исследований научно-теоретических источников и анализа журналистских материалов, В.А. Садовничий выделяет следующие требования к созданию медийного контента.: оперативность, актуальность, смысловая значимость, доходчивость, логическая организация, тематическая направленность, достоверность, интерактивность, постоянное обновление, ориентированность на реципиента, глобальная значимость. Что же касается последнего, то тенденция глобализации контента уже набирает серьезные обороты [4, с. 41].

Итак, контент кроссмедиа формируется специфическим способом, ведь механический перенос технологий выработки медиаконтента традиционных СМИ не дает возможностей для существования целостного конвергентного медиаресурса.

Дж. Мердок, говоря о значимости контента в кросс-медиа, отмечает, что контроль за содержанием остается ключевым источником конкурентного преимущества в кроссмедийной журналистике. По мнению американского исследователя, для того чтобы оставаться крупным игроком в сфере публичных коммуни-

каций, необходимо кросс-медийной редакции не иметь значительные запасы контента, который всегда должен быть актуальным и использоваться «ко времени» [6, с. 118].

От себя мы бы добавили, что нужен еще и штат высокопрофессиональных журналистов, компетенции которых значительно шире компетенций журналистов традиционных СМИ.

Обязательным требованием к кросс-медийному журналисту является его понимание специфики адаптации контента для каждой платформы, умение работать с различными цифровыми носителями. Нередко при этом приходится совмещать роли автора, фотокамера, телеоператора, звукорежиссера.

Сотрудники кросс-медийной редакции, в которой рабочий процесс происходит по принципу взаимного обмена информацией, занимаются созданием, обработкой и распространением контента сразу для всех технологических платформ издательства, то есть делают тексты сразу для традиционных и сетевых медиаплат-

форм. Кроме того, сетевые медиаплатформы они дополняют видеороликами, аудиозаписями, дополнительным иллюстративным материалом [2, с. 318].

Заключение. Итак, сегодня кросс-медийная журналистика является мировым трендом и характеризуется целым набором тенденций.

Во-первых, изменилась организация работы журналиста, который в новых, цифровых, условиях приобретает навыки универсального специалиста и умеет не только найти информацию и написать материал для различных типов СМИ, но и снять, смонтировать и обработать фото, видео и аудио, разместить материал в интернете.

Во-вторых, в кросс-медиа реализуется интегрированная система подачи контента. Подобный процесс организации медийного пространства свидетельствует о том, что мировые, в том числе и российские, СМИ уже активно входят в процесс формирования новых медиа и превращают свои редакции в кросс-медийные.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература

1. Ершов Ю.М. Как вас теперь называть? О категориально-понятийном аппарате журналистики новой эры // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2-. – С. 7-10.

2. Карпенко И.И., Сидорова О.С., Кроссмедийная редакция в регионе: принципы организации успешного медиа // *Вопросы журналистики, педагогики и языкознания.* – 2021. – № 3 (40). – С. 316–325.

3. Олешко Е.В. *Конвергентная журналистика: Профессиональная культура субъектов информационной деятельности.* – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2015. – 128 с.

4. Садовничий В.А. *Типы, виды и особенности подачи контента кросс-медиа // Кроссмедиа: контент, технологии, перспективы: коллективная монография / под ред. В.Э. Шевченко.* – Киев: Кафедра мультимедийных технологий и медиадизайна Института журналистики Киевского национального университета, 2017. – С. 40-47.

5. Шевченко В.Э. *Конвергентность как основной признак современных медиа // Кроссмедиа: контент, технологии, перспективы: коллективная монография / под ред. В.Э. Шевченко.* – Киев: Кафедра мультимедийных технологий и медиадизайна Института журналистики Киевского национального университета, 2017. – С. 8-17.

6. Murdock G. *Digital possibilities, market realities: the contradictions of communications convergence // Socialist register.* – 2002. – Vol 38. – P. 11-129.

7. Quinn S., Filak V. *Convergent Journalism: an introduction, writing and producing across media.* – USA: Focal Press, 2005. – 246 p.

References

1. Ershov Y.M. *What should we call you now? On the categorical and conceptual apparatus of journalism of the new era // Journalist Yearbook.* – 2013. – No 2. – Pp. 7-10.

2. Karpenko I.I., Sidorova O.S., *Crossmedia editorial office in the region: principles of successful media organization // Problems of journalism, pedagogy and linguistics.* – 2021. – No 3 (40). – Pp. 316-325.

3. Oleshko E.V. *Convergent Journalism: Professional Culture of the Subjects of Information Activity.* – Ekaterinburg: Ural University Publishing House, 2015. – 128 p.

4. Sadovnichiy V.A. *Types, kinds and features of cross-media content presentation // Crossmedia: content, technologies, prospects: a collective monograph / edited by V.E. Shevchenko.* – Kyiv: Department of Multimedia Technologies and Media Design of the Institute of Journalism of Kyiv National University, 2017. – Pp. 40-47.

5. Shevchenko V.E. *Convergence as the main feature of modern media // Crossmedia: content, technologies, prospects: collective monograph / edited by V.E. Shevchenko.* – Kyiv: Department of Multimedia Technologies and Media Design of the Institute of Journalism of Kyiv National University, 2017. – Pp. 8-17.

6. Murdock G. *Digital possibilities, market realities: the contradictions of communications convergence // Socialist register.* – 2002. – Vol 38. – P. 11-129.

7. Quinn S., Filak V. *Convergent Journalism: an introduction, writing and producing across media.* – USA: Focal Press, 2005. – 246 p.

Информация об авторе:

Чжао Цзюньчэнь, магистрант факультета журналистики, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, 1426564871@qq.com

Zhao JiongChen, Master, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 1426564871@qq.com