

Elena V. Kurbakova,
PhD, assistant professor;

Anastasia A. Kiseleva,
post-graduate;
Linguistics University of Nizhny Novgorod

Convergent Journalism: a New Media Development Stage

Key words: *Convergent journalism, journalism, new media, media development*

Annotation: *The article discovers the concept of convergent journalism as a new stage in mass media development. Foreign and domestic experience allows us to consider the process of creating a "new edition" by stages, as well as to predict the future of new media.*

«Если радио позволяет узнать что произошло, телевидение позволяет увидеть как это происходило, а газета на следующий день позволяет узнать почему это произошло, то благодаря влиянию интернета ответы на все эти вопросы содержатся в одном журналистском тексте. В итоге мы получаем совершенно новый продукт, обладающий уникальными свойствами, технологией производства, особенностями восприятия.» Качкаева А.Г.

Конвергентная (интегрированная, мультимедийная) журналистика представляет собой новый вид журналистики, которая характеризуется тем, что одна редакция (коллектив журналистов) производят информацию для разных средств массовой информации одновременно.

Впервые новый подход к журналистской деятельности выявил русский писатель, публицист, Виктор Сергеевич Хелемендик (*Главный научный сотрудник Российской академии управления; доктор исторических наук, профессор; академик РАЕН, член-корреспондент Российской академии образования; член Союза писателей; член Правления Российского детского фонда; Заслуженный работник культуры РСФСР; лауреат премии Союза журналистов за лучшую монографию года*) в 1977 году. В своей книге «Союз пера, микрофона и телекамеры» Хелемендик обозначил ведущие принципы координации средств массовой коммуникации:

- специфичность,
- систематическое корректирование содержания,
- функциональная взаимозависимость
- необходимость признания общности функций печати, радио и телевидения и их взаимодействия.

Уже в 1970 годы российский ученый – публицист осознал: «со временем организационная структура журналистики изменится и ныне самостоятельные газета, радио, телевидение сольются в своеобразные объединения с общим информационным центром, планированием и измерением эффективности их воздействия на массы»

Конвергентная форма организации редакции пришла в Россию из-за рубежа, где была апробирована на базе традиционных медиа (печати и телевидения) приблизительно в 2006 году. Впервые о смене формата заявила редакция британской газеты Financial Times. В нашу страну новая форма редакции пришла годом позже. В 2007 году редакция газеты «Ведомости» точно также, открыто заявила об изменении формата работы.

В 2015 году популярность идеи конвергентных реакций популярна по всему миру, об этом свидетельствуют данные опросов всемирного форума главных редакторов и агентства Рейтер. 86% топ-менеджеров ведущих мировых СМИ отмечают, что конвергентная редакция – будущее журналистики, а универсальность - стандартное требование к профессии журналиста в ближайшие годы.

Наряду с перестройкой мировоззрения современных журналистов, конвергентная редакция требует особого подхода к работе редакции.

Конвергентная модель информационного процесса

Пример: взаимодействие между СМИ

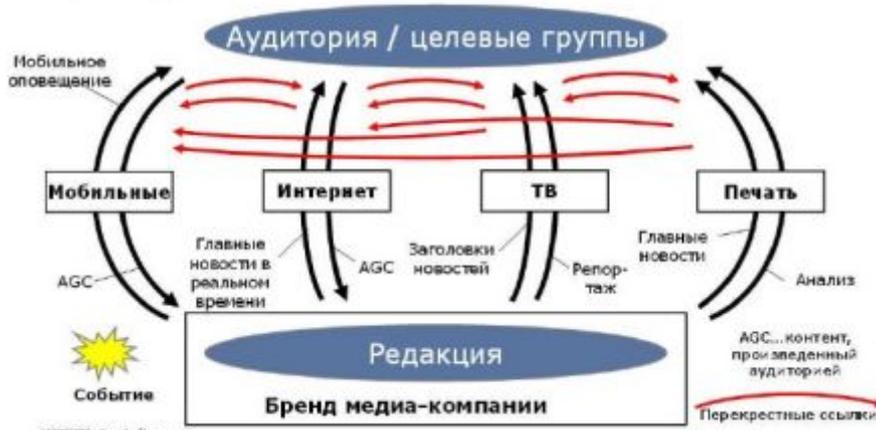


Рисунок 1. Взаимодействие СМИ (2)

«Всемирная ассоциация газет и новостных издательств» (3) выделяет две традиционные модели организации работы конвергентной редакции:

- Кросс-медийный ньюсрум

Данная форма организации предполагает наличие координационного центра редакции (superdeck). В него входят главные редакторы и медиарежиссер (Media Conductor – см. рис.2).

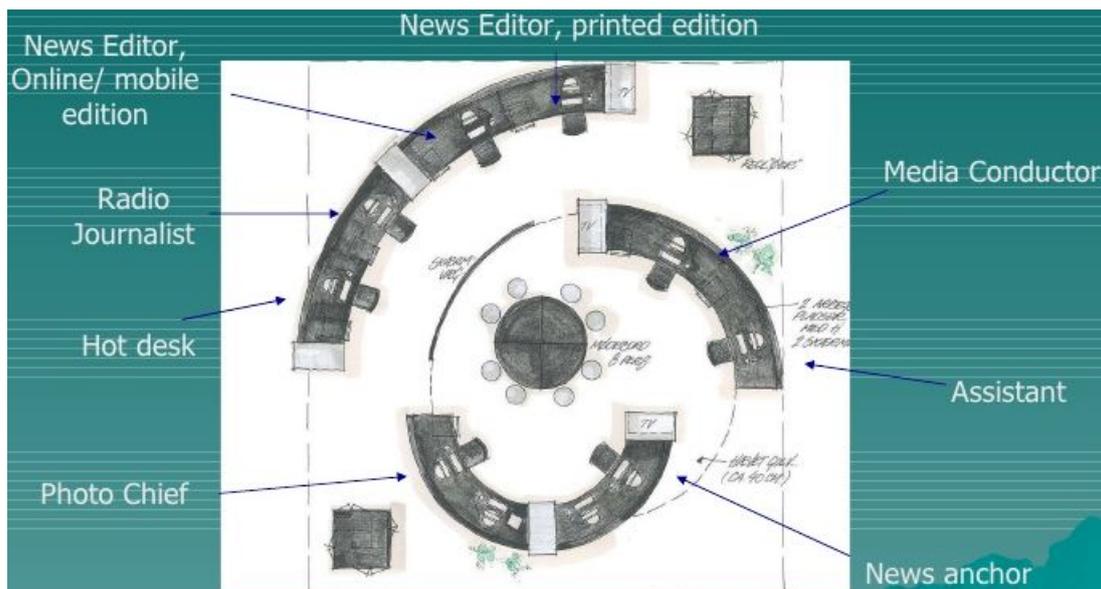


Рисунок 2. Структура newsroom

В число задач медиарежиссера входят такие функции как:

- распределение новостей с позиции «главное-второстепенное»;
- определение стратегии подачи каждой новости во все форматы СМИ;
- проведение планерок и планы работы на день;
- контроль над соблюдением редакционной политики издания;
- контроль форматов изданий.

Британское издание Financial Times, которое впервые заявило о переходе на систему конвергентной редакции, приняло на вооружение именно эту модель организации рабочего процесса.

- Интегрированный ньюсрум

Эта форма организации конвергентной редакции предполагает отсутствие главных редакторов. В состав координационного центра входят руководители тематических отделов. Неоспоримым преимуществом данной формы организации является ставка на профессионализм производителей контента, ведь никто лучше тематического руководителя не осветит его тему в разных СМИ.

Данную форму организации работы редакции использует Британское агентство Telegraph Media Group (см. рис. 2)

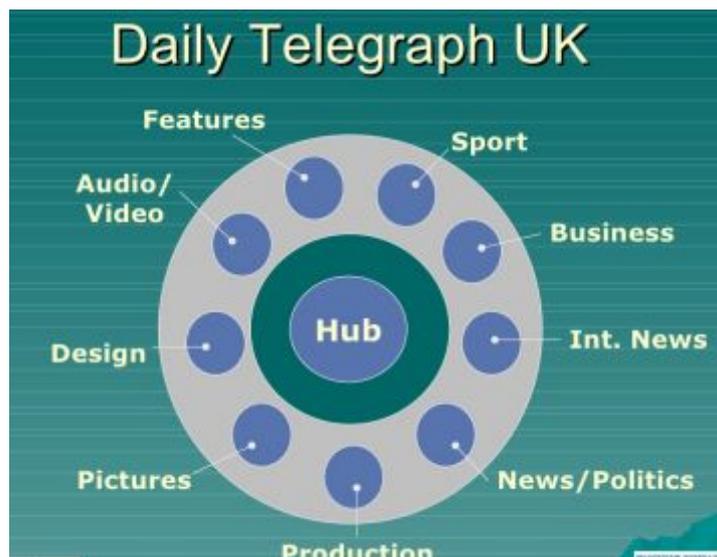


Рисунок 2. Организация конвергентной редакции в Британии

Сотрудники Daily Telegraph объединены в одном большом помещении, рабочее пространство в котором организовано по принципу «солнечной системы» (см. рис.2). В центре зала находится круглый стол (hub, «эпицентр работы редакции»). За ним сидит команда главных редакторов издания или руководителей тематических отделов. По внешнему кругу располагаются столы (или открытые кабинеты) тематических отделов. Часто сотрудники подразделений оснащаются несколькими мониторами – один для постоянного мониторинга новостей отрасли, комментариев экспертов и обратной связи читателей, второй монитор используется для текущей работы.

Конвергентная редакция предполагает матричную структуру коммуникации (рис. 3). Каждый из тематических отделов может напрямую воздействовать на форму и метод подачи своих материалов в том или ином СМИ. Координационный центр же контролирует все эти процессы и, при случае, вносит свои коррективы.

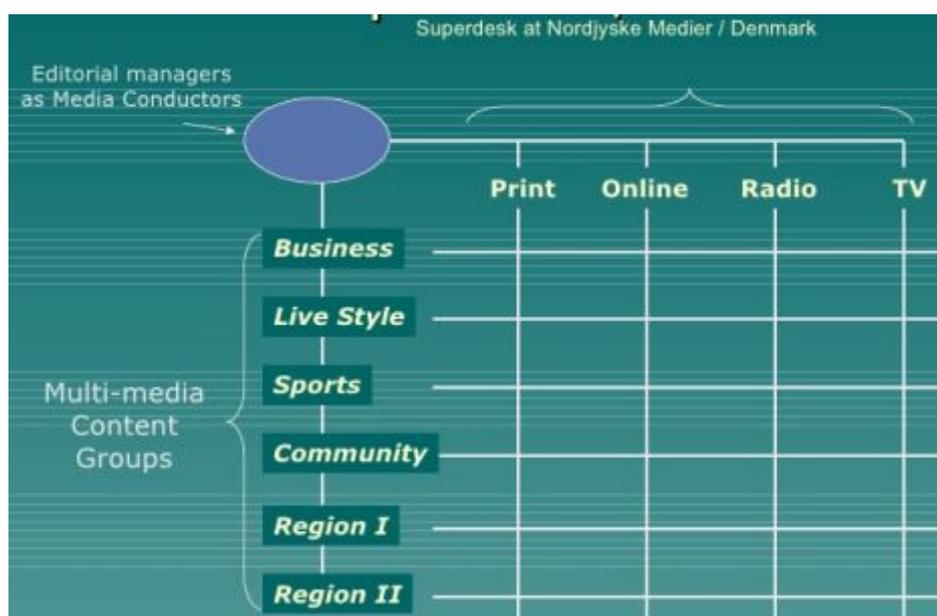


Рисунок 3. Структура редакции в Дании

Форма конвергентных редакций открыла новую эпоху СМИ. Теперь сюжет стоит в центре работы редакции, акцент делается не на производстве, а на содержании материала, а мнение потребителя информации ставится «во главу угла».

Большинство исследователей прочат большое будущее для нового типа СМИ, ведь рынок диктует довольно жесткие рамки существования того или иного издания. СМИ должно присутствовать во всех возможных источниках распространения информации, а это значит, что рано или поздно оно сталкивается с необходимостью создания конвергентной редакции.

Говоря об отечественном опыте, внедрение новой структуры инициирует колоссальные изменения на всех этапах. Новый тип редакции, как отмечалось ранее, требует кадровых перестановок, нового типа организации пространства, найма новых специалистов (в области интернет-журналистики). К сожалению, на данный момент, небольшие российские редакции не столь мобильны как их иностранные конкуренты. Во главу угла встает вопрос финансирования перестановок, а современная экономическая ситуация блокирует всякие инициативы.

References:

1. *Kachkaeva AG. Journalism and convergence. Why and how traditional media are transformed into multimedia. Moscow, 2010.*
2. [Internet]. Available from: <http://www.slideshare.net/Khomenok/convergent-newsroom>
3. "European nyuspleksy: current state and development prospects» // *Newsplex Europe - review and outlook.* [Internet]. Available from: <http://www.wan-ifra.org/newsplex>