

Макогін І.О.

студентка,

Науковий керівник: Дмитренко Н.В.

кандидат філологічних наук, доцент,

Київський національний університет культури і мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАПРОДУКТУ СУЧАСНИХ ЕЛЕКТРОННИХ ЗМІ

Вже є незаперечним фактом, що технологічне середовище розвивається надзвичайно швидко, і це внесло та продовжує вносити кардинальні зміни як у глобальні, так й у регіональні медіасистеми. У зв'язку з розвитком мережі Інтернет і освоєнням нових кібермайданчиків, традиційні медіа говорять про посилення конвергентної складової власного контенту. Медіаконвергенція за Ю. Половинчак – це явище, що охоплює різноманітні та різнопланові процеси – від переведення змісту в цифрову форму (характерний приклад – створення і активний розвиток інтернет-версій більшості впливових ЗМІ, поява онлайн радіо і телебачення) до асиміляції в Мережі різних рис телебачення, друкованих видань, радіо та кінематографа [4, с. 43].

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає підстави вважати, що питанням розвитку інтернет-журналістики та електронних ЗМІ присвячено чимало праць. Дослідження у цьому напрямі здійснювали О.І. Акопов, О.С. Плющ, О.О. Тертичний, Я.М. Засурський, О.Л. Вартанова, О.Б. Носик, С.Г. Корконосенко, М.Є. Шишкін, А.А. Грабельников, О.О. Калмиков, І.І. Давидов та ін. Проте, вважаємо, що сучасні тенденції розвитку електронних ЗМІ, а також їх медіапродуктів потребують ґрунтовніших досліджень.

За час становлення інтернету для традиційних медіа в усьому світі стала помітною основна тенденція – конвергенція у ЗМІ. І наразі вона має кілька рівнів.

Так, перший рівень – типологічний. Він характеризується зближенням різних типів ЗМІ й ЗМК: друку, телебачення, радіо, інтернету, мобільного зв'язку [11, с. 56]. Прикладом може служити перехід інформаційних агентств, видавничих холдингів, редакцій газет і журналів до використання мультимедіа. Причина такого переходу криється в тому, що в період розвитку інформаційного суспільства та

конкуренції на інформаційному полі, попит на друковані версії газет, традиційне радіо, масове ефірне телебачення падає і вони поступаються позиціями перед інтернетом як каналом комунікації, тому що головними характеристиками сучасного ЗМІ є швидкість, мобільність, мультимедійність, універсальність, інтерактивність [10, с. 39].

Другий рівень – технологічний. Він характеризується взаємопроникненням технологій впливу: маніпулятивних, властиво журналістських, публіцистичних (мовленнєвих), психологічних, PR, рекламних [11, с. 57].

Третій рівень – жанровий, коли спостерігається злиття елементів форм подачі матеріалу: інформація, коментар до неї, актуальне інтерв'ю.

Четвертий рівень – значеннєвий. Значеннєва конвергенція належить до сфери вивчення діалогіки тексту. Вважається, що текст функціонує не ізольовано, а відносно інших попередніх і наступних текстів, у зв'язку із цим виникає своєрідний комунікативний акт або мегадіалог, одиницею якого є текст [11, с. 57].

На сьогодні взаємодія друкованих ЗМІ з інтернетом здійснюється у двох форматах: через офіційні сайти в мережі (де утримується головна інформація про видання й архів номерів, а також актуальні новини) і через самостійні інтернет-видання, які зберігають у собі основну ознаку друкованих ЗМІ – текстовий формат.

На думку деяких дослідників, зокрема, М.М. Лукіної, зазначені явища призводять до зіткнення двох моделей на ринку ЗМІ: модель журналістики, культивована друком і модель, культивована у інтернет ЗМІ. Якщо друковані ЗМІ традиційно роблять акцент на аналітику, глибокий аналіз і великий обсяг матеріалів, то інтернет-видання прагнуть до спрощення інформації, скорочення її обсягу, наголошують на заголовках [2, с. 158].

У свою чергу, важливою особливістю інтернет-видань Є.А. Сибирякова відзначає присутність гіпертексту, який дозволяє читачеві переходити до повної версії тексту тільки при бажанні, також – ознайомитися з фото- і відео-супроводом та іншими супутніми матеріалами [6, с. 66].

Мова сучасних електронних ЗМІ, тобто мова мультимедіа сама по собі є результатом процесу конвергенції. Специфіка мультимедіа-мови полягає в тому, що якщо для всіх інших способів комунікації існує своя специфічна мова (зображення, мова, письмова мова), то суть мультимедіа-мови полягає саме у поєднанні різних мов [1, с. 53].

Перераховані вище процеси відбуваються й на рівні жанрів. У вітчизняній журналістиці жанри прийнято ділити на інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні. Як відзначає О.О. Тертичний, «однією з найбільш примітних рис вітчизняних ЗМІ традиційно є націленість їх не стільки на повідомлення новин, скільки на аналіз, дослідження, тлумачення подій, процесів, ситуацій, що відбуваються» [7, с. 45]. Однак процес конвергенції докорінно вплинув на сучасні ЗМІ, головною рисою яких сьогодні є націленість на інформування, тобто повідомлення новин. Крім цього, сьогодні ми спостерігаємо процес конвергенції багатьох традиційних жанрів журналістики, а також тенденцію до спрощення жанрової системи. Усе рідше зустрічаються ті або інші жанри в чистому вигляді, дифузія жанрів гостро торкнулася як друкованих, так й інтернет-ЗМІ. Так, найпоширенішим жанром сучасних інтернет видань є розширена інформаційна замітка із включеннями елементів, узятих з інших жанрів. Що стосується друку, то її конвергентним проявом у найпопулярніших формах є жанр огляду, поєднаний з коментарем і витримками із преси в інформаційно-аналітичних випусках.

Прискорення циклу виробництва матеріалів і публікацій для інтернет-видання сьогодні стало вкрай важливим елементом оперативності, онлайнності, прагнення до синхронізації події та повідомлення про неї. Чималу роль у сучасних інтернет-виданнях відіграє використання нових джерел мультимедійної інформації, у тому числі й користувальницького контенту, а також впровадження нових сервісів і послуг, особливо інтерактивних.

Отже, друковані ЗМІ практично в повному обсязі пройшли процес конвергенції. Майже уся преса сьогодні має свої версії в мережі: PDF, e-rare й інші формати, адаптовані для мобільних додатків (які базуються на мобільній медіаплатформі – у тому числі iPad, iPhone), або ж зовсім перенеслися в онлайн. Багато функцій інтернету тепер знаходять своє відбиття в конвергентних друкованих ЗМІ. Традиційна система ЗМІ включає в себе різновиди інтернет-видань (інтернет-газета, інтернет-журнал, інтернет-портал й інші похідні). З огляду на те, що «спочатку в мережі з'явилися друковані ЗМІ, потім радіо й телебачення» [9, с. 116], можна стверджувати, що першими інтернет-конвергенцію здійснили саме друковані ЗМІ.

Можемо спрогнозувати, що і надалі ЗМІ будуть активніше розвивати цифрові видання та шукати нові методи залучення уваги саме у діджитал

середовищі. Наприклад, трендами сучасного поля онлайн-медіа є: корпоративізація ЗМІ, вузька спеціалізація, монетизація контенту та Web-розсилки, роботизація, таргетизація, месенджеризація, верифікація контенту, гейміфікація, Uber-технології, гаджетизація ЗМІ, Glance-журналістика та атомізація контенту, візуалізація тощо. Дані напрямки постійно доповнюються і дозволяють онлайн журналістиці знаходити нові зручні способи фінансування, адаптуватися під мінливий попит і чітко відповідати інтересам аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 208 с.
2. Интернет-СМИ. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 224 с.
3. Медиа и коммуникации: Новый мир. Новые правила. Аналитический обзор отрасли. – М., 2019 – 64 с.
4. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій / Ю. Половинчак // *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського: зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського, Асоц. б-к України.* – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 31–44.
5. Рашидова Д. Интернет журналистика / Д. Рашидова, Н. Муратова; 2-е изд. – Ташкент.: Международный центр переподготовки журналистов, 2011. – 302 с.
6. Сибирякова Е.А. Конвергенция и медиа-трансформации. / Е.А. Сибирякова // *Бюллетень науки и практики.* – 2016. – № 1. – С. 61–70.
7. Тertychnyy A.A. Жанры периодической печати / А. А. Тertychnyy; 3 изд. – М., 2015. – 178 с.
8. Удалова Т.В. Конвергентная редакция как новый тип редакции для СМИ / Т.В. Удалова // *Вестник Амурского государственного университета; Сер. «Гуманитар. Науки».* – 2012. – Вып. 56 – С. 17–24.
9. Хелемендик В.С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ / В. С. Хелемендик // *Проблемы современного образования.* – 2013. – № 3. – С. 106–121.
10. Чабаненко М.В. Интернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України: монографія / М.В. Чабаненко. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011 – 183 с.
11. Flew T. *New Media. An Introduction.* 2d ed. – Oxford: Oxford University Press, 2009 – 179 p.
12. Flew T. *New Media. An Introduction.* 2d ed. – Oxford: Oxford University Press, 2009 – 179 p.