

УДК 007 : 304 : 070

## ДО ПИТАННЯ ПРО ВИКОРИСТАННЯ ТЕРМІНІВ «КОНВЕРГЕНТНА РЕДАКЦІЯ» / «МУЛЬТИМЕДІЙНА РЕДАКЦІЯ» У СУЧАСНОМУ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВІ

**Наталія Виговська**

*Запорізький національний університет,*

*вул. Жуковського, 66а, Запоріжжя, 69065, Україна, e-mail: [Tashechka@gmail.com](mailto:Tashechka@gmail.com)*

У статті розглядаються поняття «мультимедійна редакція» та «конвергентна редакція» в контексті виявлення специфіки застосування термінів для визначення нових типів редакційних структур, що виникають як наслідок розвитку сучасної медіасфери.

**Ключові слова:** конвергенція, мультимедійність, редакція, конвергентна редакція, мультимедійна редакція.

Поняття «мультимедіа», «конвергенція» вже щільно увійшли у повсякденне використання практиками-журналістами. Тим не менш, дослідження специфіки значень цих термінів виявило певний конфлікт, зокрема в контексті таких явищ як «конвергентна редакція» та «мультимедійна редакція».

Проблематиці вивчення поняття «мультимедійність» присвячували свої роботи М. Дьюз, І.Засурський, П. Бредшоу, В. Хелемендик, К. Вейлер та Р. І. Маурер. Явище конвергенції досліджують, зокрема, В. Філак та С. Куїнн, Дж. Стейгер та С. Нейк, Дж. Уоткінсен, Г. Дженкінс, Р. Селаверія, А. Качкаєва та інші.

**Метою цієї роботи** є спроба систематизувати та проаналізувати інформацію щодо визначення термінів «мультимедійна редакція» та «конвергентна редакція» та визначити особливості кожного з них.

Так, спроби визначити терміни «мультимедійність» та «конвергенція» на рівні їх застосування до редакційних структур вже зробили Т. Харроуер, В. Філак та С. Куїнн, Ш. Боуман та К. Уїлліс, Б. Скотт, Р. Віндер, А. Качкаєва, В. Хелемендик, В. Овчинніков, Л.Шестеркіна та інші. В цій роботі ми долучили до дослідження даного питання практиків-редакторів, що працюють в нових редакційних структурах, та експертів зі сфери нових медіа.

Мультимедійність та конвергенція призводить до створення нових типів редакційних структур. Так, зауважують Ш. Боуман та К. Уїлліс, природа он-лайн-новин, яка задає швидкі темпи та об'єднує, вимагає нової політики, технологій, організаційних структур та виробничих процесів [3, с. 49]. На сьогодні у вжитку є такі визначення редакцій нового типу: «мультимедійна редакція», «конвергентна редакція», «об'єднана редакція», «інтегрована редакція». По су-

ті, всі вони описують редакції об'єднаного типу, яка продукує мультимедійний контент. Але чи можна вважати ці назви синонімами однієї й тієї ж організаційної форми сучасної редакції?

Мультимедійна редакція має виробляти мультимедійний контент. Так, наголошує С. Поліссен, ще наприкінці ХХ століття «газетні компанії розпочали перехід до мультимедійних організацій. Це було зумовлено появою інтернету, якій відкрив нові можливості для публікації як в газетах, так і в онлайн» [5, с. 59].

Мультимедійна редакція — це незалежне, фінансово самодостатнє підприємство, створене для виробництва суспільно значущих журналістських текстів у режимі багатоканальності, інтерактивності, безперервності комунікаційних потоків, — таке визначення дає у своєму дослідженні В. Овчинніков [8]. Близьким до такого визначення мультимедійної редакції є значення терміну «конвергентна редакція», надане В. Хелемендиком: конвергентна редакція — це виробничо-творча структура, що виробляє медіапродукт для декількох видів ЗМІ та часто входять до складу одного медіаоб'єднання, в якому здійснюється обмін інформацією, анонсами, посиланнями на матеріали, рекламними площами [7].

В своїй роботі «Журналістика і конвергенція: чому і як традиційні ЗМІ перетворюються на мультимедійні» А. Качкаєва вказує на особливості трансформування традиційної моделі інформагенції РІА «Новини», яка об'єднала всі підрозділи редакції в «конвергентну мультимедійну редакцію». Ці зміни включали в себе не тільки фізичне поєднання в одному ньюзрумі всіх виробників контенту, але й об'єднання та уніфікацію процесів планування та логістики.

Дослідниця розрізняє поняття мультимедійні ЗМІ та конвергентна редакція, і, також, дає визначення поняттю «мультимедійна редакція». Це, в першу чергу, редакція, яка створює потрібний і актуальний контент, а потім розміщує його на всі доступні їй платформи. Мультимедійні принципи організації роботи редакції: колектив займається виробництвом контенту, різні частини якого можуть публікуватися на різних носіях в комбінації, необхідної для задоволення потреб різних груп цільових аудиторій; ідеї і теми розробляються колективно; робота редакції підпорядковується багаторівневому плануванню; редакція активно залучає аудиторію в процеси створення та організації контенту [1, с. 65-71].

Мультимедійні ньюзруми, зазначає Л. Шестеркіна, — це виробничі площі відкритого типу, коли керівники і співробітники працюють на виду в тісному колі і завжди доступні; тут раціонально розташовані комфортабельні робочі місця; відповідно до концепції відкритого простору обладнані зали для нарад і виробничих летючок; організовані радари — зони виробництва новин для декількох медіа, теле- і радіостудії. Тобто мова йде про об'єднання різних інформаційних каналів в єдину творчу конвергентну редакцію, в якій досягається максимальна синергія всіх ЗМІ [2].

Те, як фізично організований конвергентний ньюзрум, одна з важливих характеристик такої редакції. За визначенням Т. Харроуера, в конвергентній редакції всі журналісти з різних медіа (телебачення, радіо, газети, інтернет) розташовані на одному й тому ж робочому просторі, замість того, щоб займати окремі офіси в окремих будівлях [10].

Про те, що конвергентний ньюзрум, в першу чергу, означає організаційні зміни редакції, говорить і Б. Скотт: «Конвергенція в журналістиці відноситься

до нових стратегій в економічному менеджменті виробництва та розповсюдження інформації» [11].

С. Куїні та В. Філак так визначають конвергентну редакцію: «В повністю конвергентному ньюзрумі, одна панель розподілення слідкує за всім новинним покриттям та контентом. При повній конвергенції, гібридні команди журналістів з партнерських організацій працюють разом при плануванні, звітуванні, створенні історії, прийнятті рішень щодо способів, які частини історії будуть найбільш ефективно розказані в друкованій, мовленнєвій або цифровій формах» [4, с. 24-26].

Поняття «конвергентна мультимедійна редакція» з'являється в роботах, присвячених вивченню конвергентності та мультимедійності в цілому. Так, говорячи про принципи використання мультимедіа інструментів в журналістській роботі, Р. Віндер вживає термін «конвергентна мультимедійна редакція»: «В ідеалі конвергентною мультимедійною редакцією повинні керувати один редактор, який приймає рішення про вибір матеріалів, і кілька команд, кожна з яких забезпечує окремі елементи для цього матеріалу» [6]. Уявлення про різницю між мультимедійною та конвергентною типами редакцій дає С. Лейман-Вілзінг та Н. Коуен-Аведор: «Конвергенція — це технологічне злиття, технічна можливість перенесення повідомлень між різними медіа, потім комбінування контенту, і, остаточно об'єднання, тобто мультифункціональні медіа механізми» [12].

Р. Селаверія наголошує на чотирьох фазах конвергенції, які можуть мати різноманітні прояви в практичному застосуванні конвергентного ньюзруму: інтегроване виробництво, наявність професіоналів з мультимедійними навичками, мультиплатформа доставка та активна (інтегрована у виробництво контенту) аудиторія [9].

По суті, ознаки мультимедійної та конвергентної редакцій дещо повторюються: це організаційна структура так званого горизонтального типу, коли всі виробники контенту сидять в спільному ньюзрумі, планування нового типу, форми доставки контенту, мультимедійний контент. Але все ж таки знак рівності ставити між такими типами редакційних структур як «мультимедійна редакція» та «конвергентна редакція» не можна. Медіаексперт з нових медіа І. Гадзінська стверджує: це — два різних типи редакцій. Різниця між ними полягає в наявності кількох платформ. Будь-яка редакція, що виробляє мультимедійний контент, є мультимедійною, але конвергентною може називатись тільки та, в якій контент виробляється для різних платформ і між ними розподіляється. Наприклад, для радіо і інтернету. Мультимедійна ж редакція, яка може робити всі види контенту, але в неї немає інших носіїв, окрім, наприклад, онлайн, називатися конвергентною не може.

Екс-редактор конвергентної редакції І. Фанта підтверджує цю різницю. Конвергентна редакція, вважає експерт, виробляє кілька продуктів одночасно або працює на кілька платформ одними силами, наприклад, для газети і сайту, чи телеканалу і сайту. Мультимедійна редакція — це така, яка створює мультимедійний продукт, широко підходить до теми і розкриває її всіма доступними мультимедійними ресурсами.

А. Полозков, редактор локального конвергентного ньюзруму в Росії та дослідник нових медіа, на практиці створив конвергентну мультимедійну редакцію, але наразі використовує назву «об'єднана редакція». Термін «мультимедійна редакція» він використовує для позначення редакції, яка здатна видавати

різноформатний контент. Поняття «конвергентна редакція», вважає він, використовується, щоб підкреслити організаційну сутність редакцію. Тобто редакцію можна називати мультимедійною, підкреслюючи особливості виробленого нею контенту, а конвергентною, вказавши на злиття, інтеграцію розрізаних організаційних структур.

Медіаексперт Л. Цодіков взагалі вважає некоректними використання термінів «конвергентна редакція» або «мультимедійна редакція». На його думку, термін «мультимедійна редакція» позбавлений сенсу, а «конвергентних редакцій» не існує взагалі. Сутність в повній інтеграції редакційних процесів і виробництві однією, інтегрованою, редакцією різних версій історій для різних платформ в рамках єдиного редакційного середовища. Така форма редакційної структури називається «інтегрована редакція».

Тож, в результаті цієї розвідки можна зробити такі висновки: на сьогодні остаточно не визначені значення термінів «конвергентна редакція» та «мультимедійна редакція». Але з урахуванням практичного та теоретичного досвіду вже можна виявити якісну різницю між цими двома типами редакційних структур. Так, поняття «конвергентна редакція» більше вживається при описанні організаційної структури медіа. Обов'язковим елементом конвергентної редакції має бути наявність кількох платформ розповсюдження контенту, які поєднані в одну редакцію. Ще одним важливим показником конвергентної редакції є кількість продуктів, які вона виробляє. Системною відмінністю конвергентної редакції від мультимедійної є і фізично об'єднана в одному місці редакція: ньюзрум горизонтального типу, де всі виробники контенту для різних платформ знаходяться в спільній кімнаті. Мультимедійна редакція основною характеристикою має тип контенту, який вона виробляє: вона створює мультимедійні матеріали, що включають в себе різноманітні мультимедійні інструменти. При цьому мультимедійна редакція може не бути конвергентною. Але конвергентна редакція, як правило, є одночасно і мультимедійною.

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М., 2010. — 200 с.
2. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: монография /Л.П. Шестеркина и др.; под ред. Л.П. Шестеркиной. — Челябинск: Издательство РЕКПОЛ, 2012. — 114 с.
3. 2003 Sh. Bowman, C. Willis. We Media. How audiences are shaping the future of news and information. — Stanford, California: The Media Center at The American Press Institute. — 2003. — 64 с.
4. Quinn S., Filak F. Vincent Convergent Journalism: An Introduction. — Видво: Elsevier, USA. — 2005. — 227 с.
5. Singer J. Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers / Singer J., Hermida A., Domingo D., Heinonen A., Paulussen S., Quandt T., Reich Z., Vujnovic M. — UK: Wiley-Blackwell. — 2011. — 227 с.
6. Виндер Р. Как максимально использовать возможности мультимедийных средств в онлайн-репортажах [Електронний ресурс] / Виндер Р. // ijnet. — 2011. — Апрель Режим доступу: <http://ijnet.org/ru/stories/92994>

7. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ» [Электронный ресурс] / Хелемендик В. Офіційний сайт «Вестник электронных и печатных СМИ» — 2011. — Грудень. Режим доступу: <http://vestnik.ipk.ru/index.php?id=2230>
8. Принципы организации и функционирования системы управления качеством творческих процессов в региональной мультимедийной редакции [Электронный ресурс] / Овчинников В. А. Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/printsipy-organizatsii-i-funktsionirovaniya-sistemy-upravleniya-kachestvom-tvorcheskikh-prot#ixzz2gB5VGQCi>
9. Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. [Электронный ресурс] / Domingo D., Salaverria R. Режим доступу: <https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>
10. [Media convergence. Text + photos + audio + video + graphics = multimedia](#) [Электронный ресурс] / Harrower T. Режим доступу: <http://www.timharrower.com/PDFs/convergence.pdf>
11. A Contemporary History of Digital Journalism. [Электронный ресурс] / Scott B. Режим доступу: <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/1/89>
12. The natural life cycle of new media evolution. [Электронный ресурс] / S. Lehman-Wilzig, Cohen-Avigdor N. Режим доступу: <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/6/707>.

**CONVERGENT AND MULTIMEDIA NEWSROOMS:  
ON THE ISSUE OF USING THE TERMS «CONVERGENT  
NEWSROOM» / «MULTIMEDIA NEWSROOM»  
IN MODERN JOURNALISM**

**Nataliya Vyhovs'ka**

Zaporozhzhya National University,  
Str. Zhukovsky, 66a, Zaporizhzhia, 69065, Ukraine  
**E-mail:** [Tashechka@gmail.com](mailto:Tashechka@gmail.com)

The article discusses the concept of «multimedia newsroom» and «convergent newsroom» in the context of the specific application of terms to define new types of editorial structures arising due to the development of modern media sphere.

**Key words:** convergence, multimedia, edition, converged newsroom, multimedia newsroom.

**К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕРМИНОВ  
«КОНВЕРГЕНТНАЯ РЕДАКЦИЯ»/«МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ  
РЕДАКЦИЯ» В СОВРЕМЕННОМ ЖУРНАЛИСТИКОВЕДЕНИИ**

**Наталья Выговская**

Запорожский национальный университет,  
ул. Жуковского, 66а, Запорожье, 69065, Украина

**E-mail:** [Tashechka@gmail.com](mailto:Tashechka@gmail.com)

В статье рассматриваются понятия «мультимедийная редакция» и «конвергентная редакция» в контексте специфики применения терминов для определения новых типов редакционных структур, возникающих вследствие развития современной медиасферы.

**Ключевые слова:** конвергенция, мультимедийность, редакция, конвергентная редакция, мультимедийная редакция.

*Стаття надійшла до редколегії 04.10.2013*

*Прийнята до друку 14.10.2013*