С.Ж.Нурбеков. Особенности преподавания в условиях цифровизации СМИ

Прошло уже 20 лет с начала процесса конвергенции СМИ. И до сих пор появляются самые разные толкования термина. Думается, что к определению медиаконвергенции нужно подходить через подробное описание этапов развития рассматриваемого процесса. По мнению автора, он включает два основных этапа. I этап проходит3 стадии: 1) (сер.-втор, пол. 90-х. гг. XX в.). Интернет-версии СМИ сайты-визитки или полные копии печатного издания с точки зрения контентного наполнения; 2) (1-ая -2 пол. 2000-х гг.). Происходит постепенное превращение сайтов СМИ в самостоятельные мультимедийные ресурсы с увеличивающийся долей оригинального (непечатного, неэфирного) контента (вещательные СМИ запаздывали с развитием интернет-ресурсов по сравнению с газетными сайтами). Традиционные журналисты печатные или эфирные начинают готовить материалы для интернет-ресурсов. В медиакомпаниях появляются новые подразделения интернет-отделы и новые должности редакторы интернет-версии, редакторы по соцсетям; 3) 2-ая пол. 2000-х 2010-е гг. СМИ начинают развивать новые медиаплатформы для распространения контента (мобильные, PDA, е-рарег, kindle-версии, а с 2010 версии для планшетов и смартфонов). Появление различных мобильных платформ, рост популярности соцсетей, а также все большее убыстрение жизни привело к возникновению тенденции к развитию новых форм предоставления журналистского контента, основанных на пакетном принципе подачи информации, лаконичной, капсульной подаче контента. На этом процесс медиаконвергенции может остановиться, причиной часто является законодательство в области перекрестного владения СМИ. II этап (с 2000-х по н.в.). Слияние ранее различных видов СМИ, (а возможно и других отраслей медиабизнеса) на базе одного СМИ (как правило, на базе газетной редакции). Результатом такого слияния часто становится появление конвергентной (мультимедийной) редакции, объединяющей журналистов из различных СМИ, вместе работающих над производством контента. Попытки создания конвергентных редакций, прежде всего, обосновывались возможностью увеличения производительности труда, увеличения количества «продуктов», которые произведены тем же числом сотрудников. Однако на практике оказалось, что финансовые расходы только возрастают. 170 ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИА ТЕХНОЛОГИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ III этап (с 2014 по н.в.) Автор, делает предположение о возможном начале третьего этапа, который связан с разработкой приложений для носимых девайсов (wearable technology) в качестве еще одной платформы для доставки контента. Подобные эксперименты пока оказывались неудачным. Пока нет понимания того, каким образом доставлять новости на такие устройства, чтобы это было действительно нужно потребителю и выгодно новостной организации. Данная статья попытка комплексно описать те изменения, которые происходили на разных стадиях развития конвергенции масс медиа. Автор использовал системный подход, воплощение которого осуществлялось за счет: 1) концептуального осмысления широкого круга работ; 2) эмпирических исследований (экспертных интервью с редакторами сайтов, менеджерами российских медиакомпаний), проведенных автором в 2009-2015 гг.