

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/307260>

**Тип работы:** Реферат

**Предмет:** Журналистика

Содержание

Введение 3

1. Работа редакции в условиях конвергентности и мультимедийности 5

1.1 История перехода от традиционной к конвергентной редакции 5

1.2 Процесс работы СМИ после создания конвергентной редакции 8

2. Исследование работы в конвергентном ньюсруме 12

2.1 Новые роли в конвергентной редакции 12

2.2. Анализ работы редактора в российских конвергентных СМИ на примере «Коммерсанта» и РБК 15

Заключение 22

Библиографический список 23

Введение

Актуальность исследования. Конвергенция становится неизбежным процессом для современных СМИ. Эта тенденция во многом объясняется особенностями потребления мультимедиа, которое характеризуется увеличением времени, проводимого человеком за цифровыми устройствами.

В поисках новых способов удержания и увеличения аудитории СМИ переходят на «сходящиеся рельсы». В работе редакций начинают использоваться не только конвергентные практики (например, использование социальных сетей и мультимедийного контента), но и меняется сама структура отдела новостей. Следует сразу отметить, что в этой работе Отдел новостей и редакция рассматриваются как взаимозаменяемые понятия.

В результате распространения конвергенции СМИ появляются конвергентные и мультимедийные издания. Структурные изменения в ньюсруме, связанные в первую очередь с растущей ролью мультимедийного контента и переходом СМИ на различные цифровые платформы, приводят к появлению новых должностей, в том числе редакционных. На наших глазах рождаются новые типы редакторов: мультимедийный редактор, редактор социальных сетей, редактор сообществ и т. д.

Приведенные выше особенности развития современного медиарынка дают право полагать, что изучение специфики работы редактора в конвергентном ньюсруме будет актуальным и полезным для профессионального сообщества.

Новизна исследования. Появление нового типа журналиста в конвергентных редакциях, а именно универсального журналиста, больше не ставится под сомнение и подробно изучается. В то время как трансформация профессии редактора в результате конвергенции СМИ не была подробно описана. Новаторство этой работы заключается в определении новых ролей и навыков редактора в современных конвергентных медиа.

Предметом данного исследования является работа редакции СМИ в конвергентном пространстве. Объектом работы является навыки редактора, особенности его работы и проблемы, с которыми он сталкивается в конвергентном ньюсруме.

Цель данного исследования – разобрать новые профессии, новые роли, новые жанры конвергентной журналистики.

Автор ставит перед собой следующие задачи:

-рассмотреть историю перехода от традиционной к конвергентной редакции;

-изучить процесс работы СМИ после создания конвергентной редакции;

-выявить новые роли в конвергентной редакции;

-выполнить анализ работы редактора в российских конвергентных СМИ на примере «Коммерсанта» и РБК.

Методологическую основу исследования составляют:

-систематизация теоретических знаний в единый перечень отличительных признаков редактора в конвергентном ньюсруме;  
-глубинные интервью с медиаменеджерами и редакторами «Коммерсанта», РБК и Russia Beyond The Headlines, которые призваны подкрепить или опровергнуть теоретическую базу по данному вопросу. Эмпирической основой исследования является выборка – три редакции российских СМИ и их редакторы. Автор сопоставляет роли, функции, навыки, задачи, особенности работы над материалом/проектом и опыт редакторов выбранных СМИ, в результате чего приводит характерные черты современного редактора.

## 1. Работа редакции в условиях конвергентности и мультимедийности

### 1.1 История перехода от традиционной к конвергентной редакции

Сходящиеся элементы быстро распространились в современной редакционной практике, что привело к неизбежной трансформации медиа-компаний в целом для решения текущих задач. Конвергентные редакционные практики включают: использование социальных сетей для сбора, отбора, извлечения информации и взаимодействия с аудиторией; работа на цифровых платформах с различными типами контента; сбор и интеграция мультимедийных элементов в текст [5].

Существует три уровня изменений в работе редакций с распространением конвергенции – макроуровень, мезоуровень и микроуровень.

Макроуровень связан с тем, что конвергентная фаза развития мультимедийной системы приводит к усилению конкуренции всех видов носителей между собой, фрагментации аудитории и увеличению ее автономии, снижению роли упаковки контента, повышению значимости медиасредств. от качества контента.

Изменения среднего звена - это ответ на технологические вызовы: реформатирование структуры редакции, создание новых отделов, работающих с цифровым мультимедийным контентом, и многое другое. Микроуровень напрямую связан с работой журналистов и в первую очередь связан с возможностями, предоставляемыми новыми средствами цифровой коммуникации. На этом уровне происходят эпистемологические и творческие изменения, которые касаются методов исследования, сбора, получения информации и превращения ее в журналистский материал. Существует четыре группы технологий/каналов, с которыми работают журналисты: неопосредованные (наблюдение собственными глазами - основа традиционной журналистики), устные (в основном по телефону), текстовые (в основном электронная переписка с источниками и получение информации из онлайн-источников) и конвергентные (коммуникационные технологии, связанные с работой журналиста в социальных сетях и использованием мультимедийных компонентов).

Исторический процесс перехода от традиционной к конвергентной форме устройства письма таким образом [11]:

- середина 1990 – х-начало 2000-х: один человек одновременно выполняет несколько функций и переносит печатный контент в интернет;
- середина 2000 – х-конец 2000-х: онлайн-отделы, разделенные организационно и пространственно, руководствуясь принципом своевременности новостей;
- конец 2000-х-настоящее время: полная интеграция редакции в соответствии с различными моделями принятия решений, пространственной организацией и отношениями между печатными и онлайн-отделами. Последний период характеризуется созданием нового типа публикаций – конвергентных, в которых журналистская команда выпускает медиапродукты для разных СМИ и/или платформ с учетом специфики каждого: печатная публикация, онлайн (в основном для сайта, но также и для других платформы: мобильная версия, версия для планшетов, страница в Твиттере и т. д.), радио, телеканал-и создает не только текстовый, но и аудиовизуальный контент.

Можно выделить следующие экономические преимущества:

- сокращение расходов за счет сокращения числа сотрудников, выполняющих дублирующие функции, которые ограничивались подготовкой информации для своего формата;
- повышение привлекательности продукции Объединенных СМИ и увеличение их капитализации за счет

правильной упаковки контента и его многократной переработки;  
- согласованный механизм организации редакционных процессов и соблюдение менеджментом единой концепции развития и продвижения

- 1.Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику – М.: Глобол, 2018 – 214 с.
- 2.Баранова Е. А.. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры - М.: Юрайт, 2020. – 179 с.
- 3.Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход - М.: МедиаМир, 2019. – 72 с.
- 4.Галкина М.Ю. в работе российского журналиста // Медиаскоп. - 2021.- №6 – С. 23-28
- 5.Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Аспект-Пресс, 2019. – 243 с.
- 6.Кульчицкая Д.Ю. Конвергенция и мультимедийность: точки пересечения и отличия // МедиаАльманах. - 2021. - №6. – С. 33-39
- 7.Макаров И. Интервью «Специфика работы редактора в конвергентном ньюсруме». 28.03.2021.
- 8.Мирошниченко А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир - 2020. - №5 – С. 112-119
- 9.Паранько С. Как «обвесить» материал: инструкция по поиску мультимедийного контента // We Shall Burn Bright. - 2021. - №2 – С. 1-9
- 10.Пуля В. Что такое интегрированный ньюсрум и как его организовать? // Блог Всеволода Пули. - 2020. - 30 января. – С. 6
- 11.Уланова М. А. Интернет-журналистика : практ. рук. : учеб. пособие для студентов вузов - М. : Аспект-Пресс, 2019. – 128 с.
- 12.Федорова М. Интервью «Специфика работы редактора в конвергентном ньюсруме». 22.03.2021.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/307260>