

ОСОБЕННОСТИ ИСТОРИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Е. Д. Корниевская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
katviocor@mail.com*

*Научный руководитель – А. В. Потребин,
кандидат филологических наук, доцент*

Полвека истории мультимедийной журналистики разделяются на периоды по определенным характеристикам. Предлагается авторская трактовка периодизации и обоснование нового периода. Уникальность каждого этапа подтверждается принципиальными инновациями в медиаиндустрии и в журналистике. Приведены примеры СМИ, которые первыми начали этот путь в прошлом веке и остаются на медиарынке в новом столетии. Подведены результаты эволюции мультимедийных СМИ, которая отражается на уровне характеристик редакционных технологий, аудитории и медиа-контента.

Ключевые слова: мультимедиа; информация; технологии; интернет; блог; видео; контент.

FEATURES OF THE MULTIMEDIA JOURNALISM HISTORY

E. D. Kornievskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. D. Kornievskaya (katviocor@mail.com)*

*Research advisor – A. V. Potrebin, candidate of Philology,
associate Professor*

The article reflects half a century of the history of multimedia journalism, divided into separate periods according to certain characteristics. The uniqueness

of each stage is confirmed by vivid events in the world of journalism, which require a transition to the next level. Examples of mass media starting in the last century and remaining in the media market in the new century are given. The article summarizes the results of the work of chronological tape of the modern direction of journalism, which are largely connected to sociological aspects.

Key words: multimedia; information; technologies; Internet; blog; video; content.

Переход от традиционных к мультимедийным СМИ остается главной тенденцией, определяющей развитие современных редакций. Факторы появления и ускорения этого процесса ярко иллюстрирует динамика развития информационно-компьютерных технологий (ИКТ) от появления интернета до преобладания цифровых мобильных коммуникаций. Именно это способствовало полноценной реализации принципа мультимедийности.

ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) – первая в мире компьютерная сеть, сервер которой был установлен в 1969 году в Калифорнийском университете. Сеть создавалась как система запасной центральной коммуникации для функционирования даже после ядерной атаки [1, с. 47]. Но потребовался длительный начальный этап, прежде чем в период с 1980 по 1990 годы с появлением персональных ЭВМ возможность мультимедиазации стала технологической реальностью. Тогда же в мировой медиаиндустрии начинаются процессы конвергенции, первоначально организационной: происходят слияния собственности традиционных медиаорганизаций и корпораций в сфере телекоммуникаций и культурных индустрий. Концентрация активов ведет к созданию как крупных коммерческих концернов и холдингов, так и многопрофильных государственных медиаобъединений, таких как Белтелерадиокомпания или Всероссийская государственная телерадиокомпания [2]. Одновременно за счет прогресса ИКТ появляются технологические возможности для роста объема и качества визуального сопровождения и визуальной репрезентации информации.

В 1991 году всемирная паутина стала общедоступной, что позволяло обозначить этапы взаимодействия СМИ с интернетом. Первый этап развития проходил с 1994 по 1998 год, когда появлялись первые сайты, такие как сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг»

(РБК). Сегодня этот один из крупнейших мультимедийных холдингов России представляет собой группу компаний, объединяющую медиа, IT-сервисы и инфраструктуру для бизнеса [3]. Первыми белорусскими СМИ, внедрившими компьютерную технику в процесс создания материалов, были информагентство БелТА и газета «7 дней» (1989–1990 годы). А первая белорусская газета, построившая свой сайт, – «Вечерний Минск» (1996 год).

Затем второй этап с 1999 по 2004 год демонстрировал не только развитие мультимедийной журналистики со становлением интернет-СМИ, полностью действующих онлайн и создающих самостоятельные разноформатные медийные проекты. Также возникла и нарастала конкуренция между «старыми» и «новыми» медиа [1, с. 49].

А третий этап с 2005 по 2008 год – это торжество интерактивности. Бум с подкастами, мобильными версиями газет, блогами, интерактивными сервисами, в которых люди получали возможность голосовать, оставлять комментарии и отмечать рейтинги. Как новые, так и преобразованные в цифровой трансформации «старые» медиа создали новые аудитории, потребителей информации, которые идут на смену стареющим читателям печатных изданий. Именно они были заинтересованы в современных формах коммуникации. База, заложенная в те годы, устойчива. Например, Livejournal.com по-прежнему остается самой популярной в Беларуси блоговой платформой для белорусских интернет-пользователей средних лет [4]. Однако Яндекс.Дзен, Instagram и Telegram популярнее у молодых поколений блогеров.

Отсчет четвертого этапа иногда ведут с 2011 года, когда восторжествовали мобильные технологии, а смартфон как гаджет для потребления медиа победил и компьютер, и планшет. На наш взгляд, более обоснованно считать началом этапа 2008 год, сопровождавшийся финансовым кризисом, в ходе которого падали объемы рекламы, сокращалась спонсорская поддержка и усложнялись условия выживания на рынке. Период характеризовался рождением новых цифровых IT-технологий, в основном мобильных, сочетанием журналистских жанров, применением необычных форматов взаимодействия с аудиторией, включая применение пользовательского контента. Значительная часть медиаконтента распространялась уже в онлайн-режиме, определяя полную вовлеченность аудитории.

По ряду мнєний, даний перїод длїтся по нїстїащєє врямя. Однако, полагаеть, что 2015 год может считаться важной отметкой, обозначающей начало пятого этапа. Именно тогда подтвердились прогнозы о росте значения видеоряда для всей медиаиндустрии, а также совершенствовались процессы визуализации материалов. Для новостных сетевых ресурсов, особенно зарегистрированных как интернет-СМИ, стало принципиальным наличие авторских видеоклонок, видеоопросов, видеорепортажей, видеотрансляций-стримов, включая монологи и диалоги экспертов [1, с. 59]. Это не только видеосопровождение новостей, но их подача в видеоформатах, видео высокого качества, легкого доступа, в том числе на мобильных устройствах, с быстрой скоростью загрузки.

Пользователи медиаустройств сегодня могут одновременно смотреть телеканал или видеострим, комментировать его, общаться по телефону, проверять почту e-mail. У каждого человека могут быть сформированы свои предпочтения: свежие политические новости получать из интернета, спортивные соревнования смотреть по телевизору, а аналитические статьи читать в еженедельной газете [5, с. 11]. Более того, запросы аудитории на интерактивность привели социологов к выводам о том, что многие люди не являются пассивными получателями сообщений. Значительная часть из них является также производителями контента: создают ремейки видео, загружают кавер-версии песен, участвуют в блогах [6, с. 158–159].

Приведенная история мультимедийных СМИ может выглядеть скромной на фоне, скажем, богатой истории газетной журналистики. И в обществе сохраняются группы, которые не доверяют источникам информации с высоким уровнем интерактивности, полагая, что информация печатных СМИ и телевидения воспринимается быстрее и понятнее, а также вызывает доверие в силу профессионализма журналистов, «уполномоченных» информировать. При этом мультимедийная журналистика вдохновила общество на участие в интерактивной, двусторонней коммуникации, преодолев одностороннее потребление медиапродукции.

Бібліографічні посилання

1. Качкаева А. Г. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов // под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.

2. История первого национального канала белорусского радио // Официальный сайт первого национального канала белорусского радио radio1.by [Электронный ресурс]. URL: <https://radio1.by/ru/o-radio/istoriya/> (дата обращения: 01.09.2023).
3. Кроссплатформенные продукты, которые живут и развиваются вместе с аудиторией // Официальный сайт РБК rbc.group [Электронный ресурс]. URL: <https://rbc.group/rbc360> (дата обращения: 03.09.2023).
4. Вышли из Сети. Что ждет белорусскую блогосферу? // Аргументы и факты в Беларуси aif.by [Электронный ресурс]. URL: https://aif.by/social/vyshli_iz_seti_chno_zhdet_belorusskuyu_blogosferu (дата обращения: 01.09.2023).
5. Батурин Ю. М., Синцзюнь Ю. Феномен омнимедиа (на прим. кит. газеты People's Daily) // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2022. Т. 43. № 4. С. 8–14.
6. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие // пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с