

УДК 070:004.738.5

Р. И. Мелешевич

Белорусский государственный университет

**КОНВЕРГЕНЦИЯ В МЕДИАСРЕДЕ:
К ВОПРОСУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ**

В статье рассматриваются подходы различных ученых к объяснению понятия «конвергенция медиа» и тех возможностей, которые она несет для современных медиа и пользователей. Попытки дать определение ведутся довольно давно, впервые термин был употреблен У. Дерхамом еще в 1713 г. Однако новое звучание термин приобрел на рубеже XX–XXI вв., когда технический прогресс позволил объединить огромное количество сетей, устройств и видов СМИ в единое целое.

Часть ученых стараются вывести свое определение термина, добавляя уточняющее существительное: конвергенция (чего?) сетей, технологий, СМИ и т. д., либо указывая еще и уровень слияния: конвергенция на (каком?) уровне (например, конвергенция на журналистском уровне). Существует еще возможность описать термин при использовании слов «мультимедийные инструменты».

Нам кажется правильным указать, что медиаконвергенция или конвергенция в СМИ – это процесс слияния, происходящий в СМИ на нескольких уровнях при использовании мультимедийных инструментов и способствующий переходу от традиционных СМИ к новым медиа.

Ключевые слова: конвергенция медиа, мультимедиа, цифровые технологии, СМИ, мультимедийные инструменты.

R. I. Meleshevich

Belarusian State University

CONVERGENCE: ABOUT THE QUESTION OF ITS DEFINITION

The article discusses the approaches suggested by different scientists to the explanation of the concept of “media convergence” and the opportunities it brings to modern media and their users. Attempts to give a definition to this phenomenon have been carrying out for a long time. For the first time the term was used by W. Derham in 1713. However, a new meaning this notion got in the period of the XX–XXI centuries, when technological progress made it possible to combine a great number of networks, devices and types of media into a single unit.

Some scientists try to deduce their own definition of the term “convergence” by adding a qualifying noun: convergence (of what?) of networks, technologies, media, etc., or indicating the level of merger: convergence on (what?) level (e.g. convergence on the journalistic level). There is also a possibility to describe the term using the words “multimedia tools”.

We think, it is better to point out that media convergence or convergence in mass media is a process of merging that takes place in the media on several levels using multimedia tools and which facilitates the transition from traditional media to the new ones.

Key words: convergence of media, multimedia, digital technologies, media, multimedia tools.

Введение. «На протяжении 1990-х годов футурологи, технологи и медиамагнаты предавались мечтам о конвергенции компьютеров, Интернета и медиа. Ключевым словом было «мультимедиа», а его материализацией – волшебный ящик, который мог бы стоять в нашей гостиной и по нашей команде открывать глобальное окно безграничных возможностей интерактивной связи в видео-, аудио- и текстовом форматах», – написал М. Кастельс в книге «Галактика Интернет» [11]. Мечта практически сразу и воплотилась в реальность: по утверждению С. Машковой, «начало сетевым изданиям, не имеющим печатных версий, положила американская интерактивная газета «The Electronic Trib», основанная в 1990 году Дэвидом Карлсоном» [15].

Е. А. Баранова пишет, что «первые интернет-странички российских и мировых СМИ стали появляться в 1994–1997 гг. В это время возникли сайты «Известий», «Независимой газеты», «Коммерсанта», интернет-версии появились у «Гардиан», «Телеграф», «Нью-Йорк Таймс» и других зарубежных изданий» [2, с. 38]. Все белорусские СМИ на данный момент представлены во всемирной паутине.

Процесс слияния, объединения иначе называется конвергенцией, термин этот «впервые употребил Уильям Дерхам (William Derham) – английский натурфилософ, живший в XVII–XVIII вв., в работе 1713 г. «Физико-геология, или Демонстрация бытия и атрибутов Бога через его работы по творению» [1, с. 14]. Однако

по-настоящему популярным данное понятие стало на рубеже XX–XXI вв., когда технический прогресс позволил объединить огромное количество сетей, устройств и видов СМИ в единое целое.

Как пишет М. Белоусова, «вся история развития кино, телевидения, мультимедиа показывает, что изменение эстетики аудиовизуальных произведений не только объясняется воздействием перемен в обществе, в культурной среде, но и является результатом процесса взаимодействия творческих идей с идеями техническими» [5]. Именно техническая составляющая и лежала в основе появления новых явлений, обозначенных новыми терминами в науке и практике: конвергенция, мультимедиа, конвергентная журналистика, мультимедийная журналистика, конвергентная редакция и т. д. Однако единого определения понятия «конвергенция» нет, что затрудняет использование термина. Поэтому необходимо разобраться, что исследователи имеют в виду, когда пишут о конвергенции, попытаться обобщить мнения и разработать основу для единого определения.

Основная часть. Как указывает К. Карякина, «конвергенция, позволяющая интегрировать различные виды информационного контента с мультимедийными технологиями на базе единой цифровой платформы, представляет собой один из центральных процессов трансформации современной медиаиндустрии и характеризует не только деятельность новых средств массовой информации, но и процессы интерсекции и взаимодействия старых и новых СМИ. В инфраструктуре новых медиа приоритетными направлениями являются Интернет-СМИ, онлайн-теле- и радиовещание, реализуемое в форматах веб- и подкастинга, многофункциональная блогосфера и различные блогомодели, социальные медиа» [10].

Огромное количество определений нового термина и внимание к новым технологиям, используемым в СМИ, породило большое количество публикаций на эти темы, в крупнейших медиа стали проводиться семинары по обучению персонала работе в новых условиях.

«Норвежские ученые Андерс Фагерйорд и Танья Сторсул, рассуждая о конвергенции, выделили шесть вариантов интерпретации данного понятия: конвергенция сетей (превращение аналогового сигнала в цифровой), конвергенция терминалов (объединение некогда различных устройств в единое мультифункциональное устройство, каковым является компьютер), конвергенция услуг (чаты, блоги, короткие сообщения), конвергенция рынков (компании телекоммуникационного рынка сливаются с компаниями медиарынка), конвергенция жанров и

форм (появление новых жанров, например, интернет-колонки), конвергенция регулирования (процесс постепенного сочленения разных министерств)» [13, с. 16]. Очевидно, что данные ученые отождествляют слова «конвергенция» и «слияние» в сфере коммуникационно-технических устройств и предоставляемых ими услуг.

Рассматривая термин «конвергенция», автор Е. А. Баранова пишет о его многозначности и схожести с термином «интеграция», при этом разделяет понятия «социальная конвергенция», «культурная конвергенция» и «глобальная конвергенция». Так, социальная конвергенция подразумевает «мультизадачный режим работы современного потребителя информации: он одновременно смотрит ТВ, разговаривает по телефону, пролистывает страницы газет и делает запрос в поисковой машине Интернета. Культурная конвергенция (культура «общего участия») складывается вследствие «возможности производить, хранить и распространять контент», причем распространять «по разным каналам глобальной конвергенции» [1, с. 14]. При этом глобальная конвергенция – это доступность контента в любой точке земного шара.

Е. Дугин выступает принципиально против термина «конвергенция», он пишет: «Между тем на основе модного словечка «конвергенция» пытаются выстроить ни много ни мало, а теоретические концепции «новых медиа». Статьи и книги, диссертации пестрят словосочетаниями «конвергентная журналистика», «конвергентный контент», «конвергентная редакция» и т. п. Вот уж поистине «словами истины плетутся, из слов системы создаются». Тем временем в продвинутых теоретических журналах наблюдается «отход» от термина «конвергенция». Симптоматично появление статьи с говорящим заголовком «From Convergence to Connectivism: Teaching Journalism», опубликованной сравнительно недавно в американском академическом журнале. Кроме того, и самое главное – конвергенция не может быть основой теории коммуникации или теории журналистики, потому что она не является проблемой, которая содержала бы в себе основание для теоретического осмысления. Это просто новое условие, обстоятельство, количественное приращение экранов. Было два экрана: кино и телевидения, к которым добавился третий – монитор компьютера» [8].

Соглашаясь с автором в том, что конвергенция не является научной проблемой, для практической журналистики она дала множество возможностей, которых не было ранее, вот почему так много статей и книг посвящено данной теме, ученые стремятся осмыслить влияние технологических новшеств на процес-

сы, происходящие в жизни пользователей и журналистов, ведь речь идет о перестройке всего механизма работы редакций: конвергенция внутриредакционных процессов сбора, обработки и выпуска информации, а также потребления ее аудиторией и возможности получения обратной связи. Термин же «коннективизм» в нашей научной литературе применяется в основном только в педагогике для описания новых способов обучения учащихся на основе использования компьютерных технологий.

Свои определения понятия «конвергенция» привели ученые С. Барлыбаева («объединения, слияния в единое целое и коммуникационных технологий, рынков, и самих средств информации, бытовой и профессиональной техники» [4]); Е. Варганова («в медиаэкономике используется для обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических платформ (компьютеров, телевизоров, телефонов), а также передаваемых ими содержательных (информационных) продуктов») [6]; А. Вырковский понимает ее как «создание цифрового медиапродукта с помощью интеграции мультимедийных и социальных элементов (текст, фото, инфографика, аудио, видео, гипертекст, блоги, социальные медиа и т. п.) и дистрибуцию этих продуктов через большое количество цифровых каналов» [7, с. 59] и т. д. Помимо вышеперечисленного, при описании термина Ж. Москвина делает упор на рождение в журналистике новых интегрированных жанровых форм, таких, например, как «инфотейнмент (information + entertainment), эдьютейнмент (education + entertainment) или инфорториал (information + editorial)» [17].

Существуют также и иные попытки дать определение понятия «конвергенция», для удобства выстроив систему. Так, А. Калмыков выделяет три плоскости (слоя) протекания процесса: «на нижнем, базовом уровне лежит конвергенция технических устройств (гаджетов), используемых журналистами для сбора и обработки материала»; второй слой – «конвергенции профессионализма», речь идет о конвергентных форматах предоставления контента журналистами; третий слой – «на уровне компонентов системы СМИ (слой конвергенции элементов системы СМИ), что, в свою очередь, обуславливает конвергенцию медиа в целом (слой конвергенции медиа)» [9].

Е. Л. Варганова пишет, что конвергенция в СМИ происходит на нескольких уровнях: технологическом, на уровне медиаиндустрии, на профессиональном журналистском уровне.

«На технологическом уровне конвергенция – это слияние технологий распространения и производства информации, которое позволяет

разным СМИ – кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи – доставлять аудитории одинаковые типы содержания» [6]. Автор пишет об основном свойстве новых медиа – привязке к экрану, будь то смартфона, компьютера или планшета, а также о постоянном уменьшении этого экрана, производстве все более совершенных форм и моделей устройств.

Что касается конвергенции на уровне медиаиндустрии, то здесь речь идет о слиянии предприятий, создающих новые устройства, и фирм по производству оборудования для телекоммуникационного и аудиовизуального секторов. Но помимо этого – «отрасли, связанные с производством содержания, наполняющего телекоммуникационные сети и принимаемые различными технологическими терминалами, в возрастающей степени интегрируются с отраслями, производящими оборудование для СМИ» [6].

На журналистском уровне существует три формы проявления процесса конвергенции: 1) речь идет о слиянии различных СМИ; 2) журналист-профессионал должен уметь создавать контент для различных видов СМИ одновременно; 3) появляются новые интегрированные жанры в журналистике – инфотейнмент, эдьютейнмент и другие.

Е. Баранова пишет, что «к пониманию термина конвергенция необходимо подходить исходя из того, что это процесс, в основе которого лежит принцип однократного производства контента и многократного его тиражирования на разных медиаплатформах. А также исходя из того, что это процесс, последовательно проходящий различные стадии развития — от более простых форм слияния к более сложным» [3, с. 10–11]. Автор не воспринимает конвергенцию «как линейный процесс, переход к более сложным формам слияния не обязательно происходит». При этом Е. Баранова пишет, что «довольно часто понятия «конвергенция» и «интеграция» употребляются как идентичные», однако, по ее мнению, это неправильно: «конвергенция – процесс, тогда как интеграция – возможный результат этого процесса» [3, с. 10–11].

И общий вывод, который делает исследователь в ходе своего рассуждения: процесс конвергенции в газетных редакциях разных стран основан на: «1) использовании современных цифровых технологий; 2) мультимедийной подаче контента; 3) однократном производстве контента и многократном его распространении на разных медиаплатформах; 4) совместном создании контента журналистами из разных подразделений компании» [3, с. 10].

А. Вырковский выделяет три уровня изменений, которые влияют на работу редакции и ее

сотрудников: 1) *макроуровень* (общее состояние рынка СМИ и внешней среды – финансовая устойчивость медиапредприятий, состояние конкурентной среды, ситуация на рынке труда, изменения предпочтений аудитории); 2) *мезоуровень* (технологические вызовы, происходящие в редакции: переформатирование структуры, создание новых отделов, занимающихся работой с цифровым мультимедийным контентом, и пр.); 3) *микроуровень* (эпистемолого-креативные изменения – те, которые относятся к способам поиска, сбора, получения информации и ее преобразования в журналистский материал) [7].

С. Машкова пишет, что «суть понятия «конвергенция» наилучшим образом передает термин «слияние» и перечисляет: слияние технологий, слияние прежде достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации, что влечет за собой рождение новых интегрированных жанров. «На профессиональном журналистском уровне конвергенция проявляется в нескольких формах. Во-первых, производя материал, журналист может предложить его и газете, и изданию в сети, и телетекстовой службе телеканала. Во-вторых, изменяются требования к самому журналисту. У современного профессионального журналиста предполагается наличие мультимедийных навыков – умение производить материалы для любого СМИ. В-третьих, конвергенция – это слияние рынков» [15].

Заключение. При такой широте определенных заметно стремление авторов к термину добавить уточняющее существительное: конвергенция (чего?) сетей, технологий, СМИ и т. д., либо добавить к слову еще и уровень слияния: конвергенция на (каком?) уровне (например, конвергенция на журналистском уровне). Существует еще возможность описать термин при использовании слов «мультимедийные инструменты», как их формулирует К. Коломеец. Он пишет, что мультимедийные инструменты помогают журналистам в пяти направлениях, важных для профессии: 1) при эффективном сборе информации, необходимой для подготовки качественного журналистского материала; 2) организационное направление: снижение затрат на производство медийного продукта, новая организация работы редакции, повышение как скорости информационного обмена внутри редакционной команды, так и выдачи контента аудитории; 3) новая упаковка медиапродукта с учетом интереса пользователя; 4) разнообразные способы доставки медиапродукта потребителям; 5) обеспечение авторов и редакторов качественной и стабильной обратной связью, без которой невозможно создание

медиа, в полной мере соответствующего чаяниям целевой аудитории и потому популярного, востребованного и успешного [14, с. 155]. В данном случае речь идет о внутриредакционных процессах сбора информации, создания журналистского произведения и доставки аудитории, а также получения обратной связи от нее, что позволит сократить понятие.

Е. Вартанова вместо понятия «мультимедийные инструменты» вводит слова «цифровые технологии сбора, распространения и хранения медиапродуктов», что по сути аналогично отражает процесс: «Воздействие цифровых технологий сбора, распространения и хранения медиапродуктов оказывает влияние на несколько важнейших характеристик СМИ. В их число входят: 1) формы, в которых представлены СМИ; 2) каналы распространения СМИ; 3) терминалы для получения СМИ; 4) формы потребления СМИ» [6].

А. Качкаева, рассуждая над понятием «медиаконвергенция», пишет, что «вполне возможно, что через несколько лет это понятие будет обозначать исключительно транзитный, переходный период от медиа традиционных (процесс начался в конце 90-х годов XX в.) к био-тач-геомедиа; о самой же конвергенции будут снова говорить лишь в ее первоначальном – биологическом – смысле. Пока же медиаконвергенция – это попытки в той или иной форме сохранить институты информационного общества предыдущей эпохи (вместе с их свойствами, источниками выручки, доходностью, кадровым составом, методами работы, целеполаганием) в новой и враждебной к ним эпохе» [12, с. 27]. Действительно, слишком резкий переход от одних условий развития журналистики к совершенно новым и обусловил стремление теоретиков и практиков журналистики искать новые формы перехода от традиционных к новым СМИ. Технически все решаемо, а вот практически перевести разом все медиа на новые рельсы довольно сложно. Плюс к этому возникает вопрос необходимости такого большого количества однотипных СМИ, при том, что аудитория у них порой не очень большая, а контент не так и разнообразен. А. Качкаева выводит свое «золотое правило: Конвергенция – это одновременно состояние и постоянный процесс, происходящий в цифровой среде, а мультимедийность – ее язык и инструментарий» [12, с. 27].

То есть медиаконвергенция или конвергенция в СМИ – это процесс слияния, происходящий в СМИ на нескольких уровнях при использовании мультимедийных инструментов и способствующий переходу от традиционных СМИ к новым медиа.

Литература

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М.: Юрайт, 2014. 269 с.
2. Баранова Е. А. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. 187 с.
3. Баранова Е. А. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.01.10. Москва, 2011. 25 с.
4. Барлыбаева С. Конвергентная журналистика – журналистика нового времени [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentnaya-zhurnalistika-zhurnalistika-novogo-vremeni> (дата обращения: 24.06.2018).
5. Белоусова М. Н., Ширококов А. Н. Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-multimedijnogo-kontenta-osobyy-vid-deyatelnosti-zhurnalista> (дата обращения: 25.04.2018).
6. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text11/49.htm> (дата обращения: 05.07.2018).
7. Вырковский А. В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-СМИ [Электронный ресурс]. URL: https://drive.google.com/file/d/0B_IP1f66chKIYzlCY3FIUm0tNFk/view (дата обращения: 25.04.2018).
8. Дугин Е. Я. Методология исследования информационно-коммуникативных медиасистем и журналистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=194> (дата обращения: 08.07.2018).
9. Калмыков А. А. Образы НОО. Матрица ключевых посланий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=101> (дата обращения: 09.07.2018).
10. Карякина К. А. Особенности журналистского и пользовательского контента в Интернете [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/osobennosti-zhurnalistikogo-i-polzovatel'skogo-kontenta-v-internete#ixzz5JRz5eQKx> (дата обращения: 25.06.2018).
11. Кастельс М. Галактика Интернет [Электронный ресурс]. URL: <https://profilib.net/chtenie/142790/manuel-kastels-galaktika-internet.php> (дата обращения: 25.06.2018).
12. Качкаева А. Г. «Цифровая среда» и журналистика будущего // Мультимедийная журналистика. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. С. 27–30.
13. Кирия И. Что такое мультимедиа? // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Фокус-медиа, 2010. С. 13–29.
14. Коломеец К. Мультимедийные инструменты для журналиста // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Фокус-медиа, 2010. С. 155–189.
15. Машкова С. Г. Интернет-журналистика: учебное пособие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.twirpx.com/file/102930/> (дата обращения: 18.08.2018).
16. Молчанова О. И. Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentnaya-redaktsiya-kak-novyy-tip-organizatsii-redaktsionnoy-struktury-smi> (дата обращения: 31.08.2018).
17. Москвина Ж. О. Процессы преобразования классических СМИ и возникновение нового сегмента медиасистемы Европы [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessy-preobrazovaniya-klassicheskikh-smi-i-vozniknovenie-novogo-segmenta-mediasistemy-evropy> (дата обращения: 26.06.2018).

References

1. Baranova E. A. *Konvergentnaya zhurnalistika. Teoriya i praktika* [Convergent journalism. Theory and practice]. Moscow, Yurayt Publ., 2014. 269 p.
2. Baranova E. A. *Novye realii razvitiya redaksiy, ili Chto takoe gazetnaya konvergentsiya* [New realities of editorial development, or what is newspaper convergence]. Moscow, Vuzovskiy uchebnik Publ., INFRA-M Publ., 2016. 187 p.
3. Baranova E. A. *Osobennosti razvitiya gazetnykh redaksiy v usloviyakh mediakonvergentsii: Avtoref. dis. kand. fil. nauk* [Features of development of newspaper editions in terms of media. Abstract of thesis cand. phil. sci.]. Moscow, 2011. 25 p.
4. Barlybaeva S. *Konvergentnaya zhurnalistika – zhurnalistika novogo vremeni* [Convergent journalism – journalism of the new time]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentnaya-zhurnalistika-zhurnalistika-novogo-vremeni> (accessed 24.06.2018).

5. Belousova M. N., Shirobokov A. N. *Sozdanie mul'timediynogo kontenta – osoby vid deyatel'nosti zhurnalista* [Creating multimedia content is a special kind of journalist's activity]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-multimediynogo-kontenta-osobyi-vid-deyatelnosti-zhurnalista> (accessed 25.04.2018).
6. Vartanova E. L. *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Media Economics of foreign countries]. Available at: <http://evartist.narod.ru/text11/49.htm> (accessed 05.07.2018).
7. Vyrkovskiy A. V. *Upravlenie protsessami sozdaniya zhurnalisticheskogo teksta v pechatnykh i onlaynovykh SMI* [Managing the processes of creation of journalistic text in printed and online media]. Available at: https://drive.google.com/file/d/0B_IP1f66chKIYzICY3FIUm0tNFk/view (accessed 25.04.2018).
8. Dugin E. Ya. *Metodologiya issledovaniya informatsionno-kommunikativnykh mediasistem i zhurnalistiki* [Methodology of research of information and communication media systems and journalism]. Available at: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=194> (accessed 08.07.2018).
9. Kalmykov A. A. *Obrazy NOO. Matritsa klyuchevykh poslanii* [The images of the DOE. Matrix of key messages]. Available at: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=101> (accessed 09.07.2018).
10. Karyakina K. A. *Osobennosti zhurnalisticheskogo i pol'zovatel'skogo kontenta v Internete* [Features of journalistic and user content on the Internet]. Available at: <http://cheloveknauka.com/osobennosti-zhurnalisticheskogo-i-polzovatel'skogo-kontenta-v-internete#ixzz5JRz5eQKx> (accessed 25.06.2018).
11. Kastel's M. *Galaktika Internet* [Galaxy Internet]. Available at: <https://profilib.net/chtenie/142790/manuel-kastels-galaktika-internet.php> (accessed 25.06.2018).
12. Kachkaeva A. G. "Digital environment" and journalism of the future. *Mul'timediynaya zhurnalistika* [Multimedia journalism]. Moscow, Izdatel'skiy dom Vysshey shkoly ekonomiki Publ., 2017, pp. 27–30 (In Russian).
13. Kiriya I. What is multimedia? *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediynye* [Journalism and convergence: why and how traditional media become multimedia]. Moscow, Fokus-media Publ., 2010, pp. 13–29 (In Russian).
14. Kolomeets K. Multimedia tools for journalists. *Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediynye* [Journalism and convergence: why and how traditional media become multimedia]. Moscow, Fokus-media Publ., 2010, pp. 155–189 (In Russian).
15. Mashkova S. G. *Internet-zhurnalistika: uchebnoe posobie* [Online journalism: a training manual]. Available at: <https://www.twirpx.com/file/102930/> (accessed 18.08.2018).
16. Molchanova O. I. *Konvergentnaya redaktsiya kak novyy tip organizatsii redaktsionnoy struktury SMI* [Convergent edition as a new type of organization of the editorial structure of the media]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentnaya-redaktsiya-kak-novyy-tip-organizatsii-redaktsionnoy-struktury-smi> (accessed 31.08.2018).
17. Moskvina Zh. O. *Protssy preobrazovaniya klassicheskikh SMI i vozniknovenie novogo segmenta mediasistemy Evropy* [The transformation of classical media and the emergence of a new segment of the European media system]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/protssy-preobrazovaniya-klassicheskikh-smi-i-vozniknovenie-novogo-segmenta-mediasistemy-evropy> (accessed 26.06.2018).

Информация об авторе

Мелешевич Раиса Ивановна – старший преподаватель кафедры медиалогии. Белорусский государственный университет (220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 9, Республика Беларусь). E-mail: raisamelesh@mail.ru

Information about the author

Meleshevich Raisa Ivanovna – senior lecturer, the Department of Medialogy. Belarusian State University (9, Kalvariyskaya str., 220004, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: raisamelesh@mail.ru

Поступила 22.10.2018