

УДК 070:659.3

КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ПРОЦЕССАХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСФЕРЫ

ЛЭЙ ЧАН¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Проанализированы преобразования, происходящие в современной журналистике в контексте развития цифровых технологий, качественных и количественных изменений виртуального пространства. Наиболее значимым следствием этих процессов стал переход традиционной журналистики к конвергентной бизнес-модели. Изучены основные характеристики конвергентной журналистики, которая объединяет элементы различных жанров и форматы представления информации, а также специфика дистрибуции информационных продуктов и услуг. Рассмотрены примеры успешной реализации конвергентных проектов и их влияние на аудиторию. Подчеркнута необходимость подготовки специалистов, способных эффективно работать в условиях стремительных изменений общества и высокой конкуренции рынка массовой коммуникации. Исследованы перспективы дальнейших преобразований в медиaprостранстве и роль конвергентной журналистики в этих процессах.

Ключевые слова: конвергенция; конвергентная журналистика; мультимедийный контент; цифровизация; трансформация медиасферы; дистрибуция информационных продуктов и услуг.

CONVERGENT JOURNALISM IN THE PROCESSES OF TRANSFORMATION OF THE MODERN MEDIA SPHERE

LEI CHANG^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. The transformations taking place in modern journalism in the context of the development of digital technologies and qualitative and quantitative changes in the virtual space are analysed. The most significant consequence of these processes is the transition of traditional journalism to a convergent business model. The main characteristics of convergent journalism which combines elements of various genres and formats, as well as the specifics of distribution of information products and services, are studied. Examples of successful implementation of convergent projects and their impact on the audience are considered. The necessity of training specialists capable of working effectively in the conditions of rapid changes in society and high competition is emphasised. Prospects for further transformations in the media space and the role of convergent journalism in these processes are explored.

Keywords: convergence; convergent journalism; multimedia content; digitalisation; transformation of media sphere; distribution of information products and services.

Образец цитирования:

Лэй Чан. Конвергентная журналистика в процессах трансформации современной медиасферы. Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. 2025;1: 18–24.
EDN: NLHBWJ

For citation:

Lei Chang. Convergent journalism in the processes of transformation of the modern media sphere. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2025;1:18–24. Russian. EDN: NLHBWJ

Автор:

Лэй Чан – соискатель кафедры медиалогии факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Д. Н. Дроздов.

Author:

Lei Chang, competitor at the department of medialogy, faculty of journalism.
1982508386@mail.ru

Введение

Активное развитие цифровых и мобильных технологий требует от журналистики адаптации к новым условиям ее функционирования в реальном и виртуальном пространствах. Конвергентная журналистика отвечает на эти вызовы в соответствии с трендами в медиапотреблении путем разработки новых стратегий подачи контента, а также интерактивных и мультимедийных форматов его представления для привлечения и удержания внимания аудитории. В условиях увеличения количества источников информации и усугубления проблемы доверия к медиа журналисты вынуждены пересматривать свои стандартные профессиональные обязанности и искать возможности для создания более прозрачного и разностороннего способа освещения событий. В данном случае конвергенция позволяет творческим работникам редакций СМИ учитывать многообразие мнений и культурных контекстов современного общества. Таким образом, исследование конвергентной журналистики в условиях трансформации медиасферы является значимым для понимания актуальных вызовов, стоящих перед журналистикой, а также для разработки новых подходов в теории журналистики и практике работы сотрудников медиакомпаний.

Анализ научной литературы по теме настоящей статьи позволяет сделать вывод о том, что современные ученые сосредоточены на изучении различных аспектов проблемы воздействия конвергенции на журналистику в условиях цифровизации общества. Медиаконвергенцию как важнейший фактор трансформации системы СМИ исследовали Д. Б. Болтер, Е. Л. Вартанова, Е. А. Баранова, М. А. Павликова, А. Г. Качкаева, И. И. Засурский, А. А. Сергеев и др. Тенденции цифровой трансформации таких конвенциональных СМИ, как газеты, журналы, телевидение,

радиовещание и информационные агентства, рассматривали М. Н. Белоусова, В. В. Куценко, С. В. Кузьмич, В. М. Латенкова, О. С. Лахтарева, В. А. Полянов, Ли Сюань, Ф. Ли, Л. Фортунати, К. Гуд и Г. Балби. Жанрово-содержательные особенности мультимедийных материалов анализируются в научных публикациях А. Р. Котаевой, Р. Ю. Анисимова, Е. А. Осиповской, В. П. Катаева и др.

Предметом исследования выступает роль конвергентной журналистики в процессах трансформации современной медиасферы. В условиях неустойчивой внешней среды и активного развития конкурентного рынка массовой коммуникации постоянный научный мониторинг конвергентных процессов и анализ их эффективности позволяют обеспечивать редакциям СМИ устойчивое функционирование, оптимальное исполнение своих обязанностей и получение прибыли.

Целью данного исследования являются определение основных характеристик конвергентной журналистики, изучение ее влияния на процессы создания, распространения и потребления медийного контента, осуществляемого с помощью социальных сетей, мультимедиа и мобильных приложений. Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи: исследовать теоретические основы и ключевые принципы конвергентной журналистики; определить воздействие современных технологий на журналистскую практику и формирование новых моделей работы СМИ; проанализировать влияние изменений в предпочтениях аудитории на редакционную политику и социальные процессы; изучить успешные примеры в сфере конвергентной журналистики; спрогнозировать тенденции развития конвергентной журналистики и возможные новые вызовы.

Материалы и методы исследования

Исследование конвергентной журналистики в контексте трансформации медиасферы требует комплексного подхода, который объединяет как теоретические концепции, так и практические методы. Теоретический аспект изучения данного феномена заключается в анализе социально-исторического контекста развития журналистики, позволяющем определить, как технологии и общественные изменения способствовали возникновению конвергенции и концепций медиаперцепции, описывающих зако-

номерности восприятия контента и взаимодействия с ним пользователей. В ходе исследования применялись такие практические методы, как контент-анализ различных мультимедийных материалов для выявления существенных характеристик конвергентного контента и особенностей применения его разных форматов, а также метод сравнительного анализа и метод кейс-стади, предусматривающие оценку стратегий успешных медиакомпаний, их подходов к созданию контента и коммуникации с аудиторией.

Результаты и их обсуждение

Под конвергентной журналистикой понимается профессиональная деятельность, в которой используются мультимедийные средства для обеспечения оперативного создания и распространения контента. Анализ преимуществ конвергентной бизнес-

модели позволяет констатировать, что ее появление не только повлияло на принципы работы журналистов в традиционной концепции массовой коммуникации, но и изменило структуру производственного процесса и информационную деятельность СМИ

по оперативному освещению событий. Конвергенция также привела к осмыслению конвенциональной функции медиа, заключающейся в обработке новостей [1, р. 497]. Функции конвергентной журналистики, в свою очередь, можно выделить из сущности изменений, которые произошли с традиционной журналистикой в контексте актуальных трендов трансформации медиа.

В научной литературе существует множество подходов к интерпретации конвергенции журналистики. Н. С. Самойленко под этим термином понимает объединение различных инструментов СМИ, предназначенных для предоставления читателю или зрителю более «эффективной» истории [2, с. 122]. Популярными примерами конвергентных медийных платформ являются смартфоны, предоставляющие доступ к камере, аудиоплееру, интернету и книгам, интернет-радио и электронные книги, являющиеся синтезом бумажных книг и цифровых технологий.

По мнению В. Ф. Олешко и Е. В. Олешко, существуют следующие виды конвергенции в сфере массовой коммуникации:

- технологическая конвергенция. Данный термин описывает соответствующие уровни, которые позволяют различным технологиям эффективно взаимодействовать как конвергентной системе. В этом случае новые технологии заменяют предыдущие и выполняют ту же задачу более эффективно. Технологическая конвергенция является сочетанием алгоритмов, средств коммуникации и контента на базе сетевых цифровых медиаплатформ. Кроме того, она направлена на преобразование контента в цифровую форму и создание соответствующих технических средств, например трансформацию книг в файлы различного формата и их просмотр с помощью электронных книг;

- экономическая конвергенция. Этот вид конвергенции предполагает, что страны с более низким уровнем ВВП будут развиваться быстрее, чем страны с его более высоким уровнем. Гипотетически экономическая конвергенция позволяет медиакомпаниям создавать контент с помощью различных СМИ, ориентируясь на более значимые с точки зрения получения прибыли группы потребителей. Исследователи выделяют следующие ключевые особенности экономической конвергенции: использование крупными компаниями старых и новых средств массовой коммуникации в целях продажи товаров или прав на продукты; горизонтальную интеграцию компаний индустрии развлечений, таких как конгломераты *Sony*, *AOL*, *Time Warner*, которые теперь занимаются кинофильмами, электронными книгами, компьютерными играми, шоу-бизнесом и т. д. [3, с. 578–579];

- культурная конвергенция. Такая конвергенция возникает при взаимодействии двух или более СМИ.

Растущее в данной ситуации сходство между культурами не ограничивается ценностями потребителей [4, с. 100]. Некоторые из основных форм культурной конвергенции медиа предполагают аккультурацию (более слабая из двух культур перенимает черты доминирующей культуры, например индийцы в основном говорят на английском языке) и ассимиляцию (оригинальные черты более слабой культуры полностью стираются и заменяются чертами доминирующей культуры, например беженцы перестают говорить на родном языке) народов [5, с. 94].

Значимость конвергенции СМИ А. А. Иляхина и И. В. Деева обуславливают тем, что она объединяет контент, информационно-коммуникационные технологии и компьютерные сети, вызывая трансформацию многих традиционных отраслей деятельности, благодаря чему рождаются новые формы представления контента [6, с. 587]. Исследователи выделяют следующие факторы, определяющие важность этого феномена:

- изменение способов коммуникации, освещения новостей и самой журналистики в целом (например, возникновение медиажурналистики);

- появление кросс-медиа ввиду открытого доступа к большому количеству контента (например, сегодня новостные организации не полагаются только на печатные СМИ или AV-трансляции);

- предоставление объединенными медиаплатформами онлайн-доступа к архивам, а также к возможностям комментировать материалы или ссылаться на них;

- появление множества новых форм СМИ, таких как новостные порталы, ленты, подкасты, блоги, веб-сайты и мобильные приложения [6, с. 586–587].

Цифровизация положила конец пятисотлетней эпохе Гутенберга. Современные цифровые технологии оказывают большое влияние на культуру, распространяя грамотность по всему миру, и предвещают гораздо большие перемены по сравнению с книгой. Предполагается, что книгоиздательскую отрасль ждут радикальные перемены [7, р. 8]. В сфере массовой коммуникации на первое место выходит онлайн-журналистика.

Преимущества конвергенции журналистики и СМИ заключаются в интеграции контента, быстром доступе к нему и возможности охватывать международную аудиторию. Однако конвергенция журналистики, как и любой процесс, имеет свои недостатки. Ввиду наличия большого количества медиаплатформ становится сложно выявить источник и характер влияния, оказанного на аудиторию.

По мнению А. С. Харченко, существуют следующие негативные последствия конвергенции СМИ:

- сложность оценки реакций потребителей, находящихся на разных конвергентных платформах;

- высокая конкуренция за внимание аудитории между различными медиаплатформами;

- перегруженность потребителей большим количеством информации;
- трудность освоения конвергентных типов медиа представителями старшей возрастной группы и людьми с ограниченными возможностями. СМИ, не учитывающие особенности данных групп людей, могут столкнуться с проблемами при распространении онлайн-информации;
- склонность новой медиасреды к кибератакам и сбоям в работе.

Исследователи предлагают formalизовать определение термина «конвергенция» посредством синтеза различных подходов к его пониманию с целью получить более оперативную основу для анализа этого явления. Общей базой всех процессов, называемых конвергенцией медиа, является стирание границ между различными СМИ, включая такие их стороны, как способы проверки информации, форматы представления контента и стратегии производства новостей [9, p. 126].

В условиях трансформации современной медиасферы происходит интеграция конвенциональных и новых медиа – прессы, телевидения, радио, новостных агентств и интернет-ресурсов, что обеспечивает широкий доступ к информации и разнообразие форматов сообщений; улучшение взаимодействия с аудиторией, которое достигается благодаря использованию социальных медиа и интерактивных инструментов, позволяющих потребителям контента участвовать в его создании и обсуждении; адаптация к новым технологиям, таким как мобильные приложения, виртуальная и дополненная реальности, которые содействуют накоплению уникального пользовательского опыта и повышению уровня вовлеченности аудитории; распространение цифровых технологий, что приводит к возникновению и развитию гражданской журналистики, а также к более полному отражению общественного мнения; обогащение форматов контента, способствующее оптимизации дистрибуции информационных продуктов и услуг, повышению их доступности и привлекательности для пользователей. Кроме этого, конвергенция содействует переосмыслению традиционных и формированию новых стандартов профессиональной деятельности и этики в журналистике.

Уровень конвергенции СМИ определяется по следующим критериям, которые охватывают разные стороны коммуникационного процесса:

- уровню интегрированности производства;
- числу работников с высшей квалификацией;
- возможности доступа к различным платформам;
- степени участия аудитории в создании информационных продуктов.

Наиболее важным проявлением интегрированного производства выступает реорганизация редакции, которая тесно связана с перераспределением профессиональных ролей ее работников, внедрении

ем технологических инноваций в процесс создания контента, развитием новых форматов представления информации и языка новостей. Потенциальные модели интегрированного производства подробно описаны в теоретической и методической литературе. Создатели контента могут выбирать между моделями низкого и высокого уровней интеграции с помощью координационного центра, имеющегося в каждой редакции¹. Модели высокого уровня предполагают, что в каждом издательстве существует общий план освещения событий.

Интегрированность производства медиаконтента проявляется в перераспределении профессиональных ролей репортеров и редакторов. Исследователи полагают, что данная тенденция связана с концепцией профессиональной гибкости. Применительно к сфере массовой коммуникации эта концепция подразумевает, что идеальный журналист обладает различными навыками и может создавать материалы для любой медиаконпании, используя все необходимые технологические инструменты на каждом этапе процесса. Такой специалист адаптирует материал к особенностям издания и вносит изменения в процесс создания контента. А. А. Градюшко справедливо подчеркивает: «В современном медиапространстве более предпочтительна конвергентная стратегия, ориентированная на многоканальность в производстве и распространение мультимедийного контента» [10, с. 38].

Распространение контента является одной из областей конвергенции, которая получила заметное развитие в последние годы. Однако данная сторона массовой коммуникации еще малоизученна, несмотря на то что дистрибуция контента в разных форматах ввиду развития интернета, мобильной связи и цифрового телевидения сегодня приобретает важнейшее значение. Цифровизация способствует разработке эффективных стратегий распространения контента на различных платформах, использующих работу одного репортера на определенную тему в качестве общего источника информации.

Современные тенденции развития медиа стирают не только различия между СМИ, но и расстояние между создателями контента и аудиторией. Источником переосмысления отношений между журналистами и потребителями информационных продуктов и услуг выступают качественные изменения характеристик аудитории: степени ее фрагментации и участия в создании контента, интересов потребителей. Технологии цифрового распространения материалов позволяют персонализировать контент и упрощают производство новостей, ориентированных на определенную аудиторию. Активное участие потребителей в создании информационных продуктов также может оказать большее влияние на переосмысление функций профессиональной журналистики [11, p. 450–451].

¹Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие. М. : Юрайт, 2019. С. 18.

Личные блоги и другие инструменты самостоятельной публикации позволяют пользователям производить собственный контент и распространять его. Создание контента людьми, не являющимися работниками СМИ, осуществлялось еще до возникновения соответствующих инструментов, однако журналисты игнорировали эти инициативы. В последние годы не только возросло производство пользовательского контента, но и возникла культура обсуждения новостей в блогах. Исследователи подчеркивают, что инициативы гражданской журналистики могут дополнять репортажи профессиональных СМИ и выполнять функцию контроля за деятельностью журналистов. При этом указываются риски активного участия аудитории в медиапроизводстве, обусловленные анонимностью пользователей, отсутствием контроля за их деятельностью и этических стандартов. Таким образом, возникающая в процессе трансформации медиа конвергентная журналистика понимается как интегрирование технологий коммуникации и информации в единый информационный ресурс².

Процесс конвергенции, обусловившей становление «глобальной цифровой мультимедийной журналистики» [12, с. 114], начался в СМИ стран Западной Европы и США. Материал «Снегопад» Дж. Бранча, размещенный на сайте газеты «New York Times» в 2012 г., стал первым примером использования мультимедийных форм и интерактивных технологий для представления новости. Статья описывает сход лавины в Каскадных горах штата Вашингтон и судьбу находившихся в этих горах лыжников, а также объясняет научные принципы данного природного явления. Работа Дж. Бранча вызвала лавинный эффект. Публикация за шесть дней набрала 2,9 млн просмотров [13]. После выхода материала «Снегопад» различные ведущие СМИ начали делать сетевые репортажи в сходном стиле. Значение данной работы заключается в установлении содержательной формы конвергентной журналистики и основных критериев ее повествовательной концепции. В этой мультимедийной статье текст сочетается с фото- и видеоматериалами, а также информационными картами. За инновационной презентацией новости стоит согласованная работа всей производственной команды издания «New York Times».

В публикации тщательно продумана форма представления дополнительных сведений. Для каждого интервьюируемого в правой части страницы предусмотрено поле с его личной информацией, включая возраст и род занятий, и портретом. На веб-странице материала «Снегопад» также доступна функция регулировки скорости воспроизведения видеоматериала и соответствующего ему контента, что позволяет аудитории взаимодействовать со СМИ в режиме ре-

ального времени. Если читателям понравилась работа, они могут поделиться ссылкой на нее в различных социальных сетях.

При анализе деятельности СМИ, добившихся успеха в применении мультимедийных средств представления информации, было выявлено, что медиаиндустрия после внедрения конвергентных методов требует соблюдения следующих правил:

- процесс распространения новостей должен быть оперативным. Точный отбор информации и применение научных данных журналистами делают содержание новостей более полным. Конвергентная журналистика требует от редакций наличия плана создания новости, соответствующего технологического обеспечения и эффективного управления процессом создания материала. Подходящих под данные критерии специалистов трудно получить только посредством обучения в университете, так как навыки молодых сотрудников необходимо постоянно развивать;
- сотрудники, занимающиеся сбором информации, должны обладать исключительными деловыми качествами, иметь навык написания текстов для газет и веб-сайтов и съемки соответствующих новостных видеороликов для телеканалов. Междисциплинарные таланты приобретаются работниками журналистской индустрии посредством непрерывного обучения и практики [14, с. 63].

Появление конвергентной журналистики позволяет преодолеть ограничения традиционных СМИ. Преимущество данного вида журналистики состоит в обеспечении углубленного анализа новостного контента и формировании соответствующей производственной цепочки [9, р. 126]. Например, при освещении экстренных новостей методы конвергентных СМИ применяются для реформирования организационного механизма, благодаря чему быстро подбирается команда подходящих для выезда на место события специалистов. Сегодня такая группа выполняет не только репортерские функции, ее роль заключается в сборе новостей для всех отделов издания. Таким образом, служба новостей работает в режиме сетевого управления.

Однако существует ряд проблем, возникающих при создании мультимедийных материалов. Во-первых, высокая стоимость производства продуктов не позволяет использовать его большому количеству редакций. Например, расходы на статью «Снегопад» составили около 250 тыс. долл. США, поэтому ее в шутку называли роскошью, которую могли позволить себе только «красивые и богатые» СМИ.

Во-вторых, такие насыщенные мультимедийными формами материалы вызывают у читателей эстетическую усталость, а шаблон интерактивной продукции легко имитировать. Если уровень оригинальности падает, интерес читателя снижа-

²Баранова Е. А. Конвергентная журналистика... С. 34.

ется. Так, К. Браун, один из создателей «Scroll Kit» – визуального редактора контента, позволяющего пользователям разрабатывать веб-сайты без написания кода, всего за час создал еще одну версию материала «Снегопад», что спровоцировало спор об авторских правах с изданием «New York Times». Более того, просматривая статью «Снегопад», читатели склонны уделять больше внимания непредсказуемым мультимедийным элементам, а не теме, для освещения которой создан данный материал.

В-третьих, создание статьи «Снегопад» заняло полгода, поэтому данная работа рассматривается в новых медиа не как журналистский материал, а как произведение массового искусства.

Люди в эпоху информационного взрыва потребляют большое количество контента за ограниченное время. Американский экономист Г. Саймон считает, что читатели уже потеряли интерес к длинным новостным статьям с элементами аналитики, однако успех материала «Снегопад» дал традиционной журналистике надежду на перемены, обусловленные появлением инновационных форм представления информации. В данном контексте исследователь предложил журналистам сосредоточиться на использовании преимуществ конвергентной журналистики и избегании ее недостатков. Можно заключить, что применение мультимедийных форм

прежде всего подходит для значительных событий, таких как крупные стихийные бедствия, которые приводят не только к травмам и смертям, но и к дискуссиям в публичном пространстве [15].

Методы конвергентной журналистики, которые подразумевают сбор большого количества информации, подходят для освещения исторических и культурных событий, а также социальных тем. Автор настоящей статьи считает, что для развития журналистики необходимо продолжить введение инновационных средств представления информации, поскольку список медиатехнологий постоянно обновляется. Форма новостных репортажей, в свою очередь, обогащается независимо от интеграции новостей, визуализации данных или панорамной съемки с использованием технологии виртуальной реальности.

Таким образом, конвергентная журналистика направлена на создание развлекательного контента, а также, как и традиционная журналистика, она выполняет информационную, обучающую и просветительскую функции. Журналисты с помощью различных мультимедийных средств освещают события, связанные со знаменитостями, индустрией развлечений, телевидением, книгами и разными культурными мероприятиями. Такие материалы создаются в различных жанрах и издаются как в печатных, так и в цифровых и аудиовизуальных СМИ.

Заключение

Конвергентная журналистика предполагает интеграцию различных форматов и платформ представления информации, что приводит к созданию комплексного и многогранного контента и позволяет аудитории получать его в удобном виде (текст, видео- или аудиоматериал, инфографика, изображение). Трансформируется роль журналиста, которая сегодня заключается не только в создании медийного контента, но и в его адаптации к особенностям разных платформ и взаимодействии с аудиторией в режиме реального времени. Развитие технологий, таких как социальные сети и мобильные приложения, имеет большое значение для распространения информации и формирования потребительских

привычек, что требует от СМИ гибкости и скорости в реагировании на новые вызовы. Конвергентная журналистика способствует вовлечению аудитории в процесс создания и распространения новостей. Данный факт приводит к формированию нового типа общественного мнения и изменяет традиционные модели потребления информации. С увеличением объема мультимедийного контента и разнообразия медиа возникает необходимость в сохранении высоких стандартов качества материалов и профессиональной этики журналистов, что требует от СМИ и медиакомпаний постоянного развития и внедрения новых подходов к проверке фактов и обеспечению достоверности информации.

Библиографические ссылки

1. Winetrout K. The McLuhanian year. *ETC: A Review of General Semantics*. 1996;23(4):495–500.
2. Самойленко НС. Конвергенция журналистики, медиакommunikаций и IT. *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. 2023;1:121–128. DOI: 10.36622/AQMPJ.2023.74.51.019.
3. Олешко ВФ, Олешко ЕВ. Сквозные цифровые технологии: диапазон возможностей современных массмедиа. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2022;11(3):564–585. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).564-585.
4. Манович Л. *Язык новых медиа*. Москва: Ад маргинем пресс; 2018. 399 с.
5. Новичихина МЕ, Самойленко НС. Новые медиа и новые функции медиатекста: к вопросу о трансформации современной журналистики. *Верхневолжский филологический вестник*. 2020;2:92–99. DOI: 10.20323/2499-9679-2020-2-21-92-99.
6. Иляхина АА, Деева ИВ. Перспективы применения технологий искусственного интеллекта в журналистике. *Вестник науки*. 2024;3(1):580–588.
7. Epstein J. The end of the Gutenberg Era. *Library Trends*. 2008;57(1):8–16. DOI: <https://dx.doi.org/10.1353/lib.0.0024>.

8. Харченко АС. Современные интернет-медиа и конвергенция СМИ. *Art Logos*. 2021;4:67–76. DOI: 10.35231/25419803_2021_4_67.
9. Lu X. Lessons from Weibo: media convergence and contemporary Chinese politics. *Javnost*. 2000;27(2):126–139. DOI: 10.1080/13183222.2020.1728492.
10. Градюшко АА. Интернет-версия районной газеты в условиях конвергенции медиaprостранства. *Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 3, Филология. Педагогика. Психология*. 2015;1:33–38.
11. Peterson E. Paper cuts: how reporting resources affect political news coverage. *American Journal of Political Science*. 2021;65(2):443–459. DOI: <https://doi.org/10.1111/ajps.12560>.
12. Градюшко АА. СМИ и Интернет. Стратегия медиаконвергенции. *Вести Института современных знаний*. 2008;2: 111–114.
13. Rue J. The «Snow fall» effect and dissecting the multimedia longform narrative [Internet]; [cited 2024 February 19]. Available from: <http://multimedias shooter.com/wp/2013/04/21/the-snow-fall-effect-and-dissecting-the-multimedialong-form-narrative/>.
14. Никонович ДО. Теория конвергентной журналистики: основные понятия. *Труды БГТУ. Серия 4, Принт- и медиа-технологии*. 2022;1:61–72.
15. Pavenkov O, Rubtcova M. Convergent journalism: the concept and features [Internet]. 2022 [cited 2024 February 19]. DOI: 10.2139/ssrn.4306788.

Статья поступила в редколлегию 29.03.2024.
Received by editorial board 29.03.2024.