

3. Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику 2012—2016 г. / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. [Электронный ресурс] Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/> (дата обращения: 24.04.2021).

4. Черных А. Мир современных медиа. Москва: Территория будущего, 2007. 309 с. Режим доступа: по подписке. [Электронный ресурс] Электрон. текстовые данные URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (дата обращения: 24.04.2021).

5. Зайгидуллина М.В. Будущее журналистики и журналист будущего: обзор исследовательских мнений [Электронный ресурс] Электрон. Текстовые данные с.34-37 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/buduschee-zhurnalistiki-i-zhurnalist-buduschego-obzor-issledovatelских-mneniy>(дата обращения: 24.04.2021).

6. Калмыков А.А. Медиалогия интернета. Москва, 2012. 193с. [Электронный ресурс] 2URL: <http://www.ipk.ru/ftpgetfile.php?id=89> (дата обращения: 24.04.2021).

7. Автоматизированная журналистика URL: <http://mediakritika.by/article/2254/avtomatizirovannaya-zhurnalistika> (дата обращения: 24.04.2021).

Елизавета Андреевна Макарова,

студент 3 курса обучения

Института социально-гуманитарных наук

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

TRANS-, LIQUID- И CROSSMEDIA: ОСОБЕННОСТИ СУЩЕСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Существует несколько терминов для обозначения медиа: trans-, liquid- и crossmedia. В статье описываются различия видов новых медиа и их характерные черты. В качестве методов были выбраны наблюдение и сравнение: рассмотрены и категоризированы яркие примеры новых медиа. В результате исследования выведен термин liquid media, определены его направление и медиа, которые ему соответствуют.

Ключевые слова: новые медиа, liquid media, трансмедиа, текучий контент, кроссмедиа.

Термин «новые медиа» не отражает специфики каждого СМИ. Чтобы точнее передать отличительные особенности СМИ, необходимы новые термины. Такие возникают ежегодно, но не все из них фиксируются, что порождает терминологическое разногласье, при котором за разными терминами зачастую скрывается одно и то же явление. Целей статьи — описать различия новых медиа и их характерные черты, ввести в научный оборот термин liquid media.

Вопросами различия новых медиа задаются российские и зарубежные исследователи. Кевин Молони в изучении мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа [Молони, URL] обозначил характерные черты только для трех новых медиа. Понятие liquid media считается более новым, поэтому определение для него пока не сформулировано.

В 2018 году под liquid media Всеволод Пуля [Журналист, 2018] подразумевал метод дистрибуции контента, при котором СМИ присутствует на разных платформах, просачиваясь в мир пользователя. Однако это определение больше описывает кросс-медиа, а понятие liquid media несколько шире и охватывает действия не только медиа, но и пользователя. Для контента liquid media характерна концепция вирусного редактора [Мирошниченко, URL], которую сформулировал Андрей Мирошниченко. Контент утекает от медиа, становясь неподвластным, распространяется самими пользователями за пределами канала, в котором он был опубликован. «Утекающий» контент в англоязычной среде принято называть liquid content.

Данную стратегию уже реализуют бренд-медиа крупных компаний, например Coca-Cola и RedBull [Мирошниченко, URL]. Если новые медиа смогут применить методы трансмедийного сторителлинга и liquid media, они получат лояльную аудиторию и дополнительные каналы распространения информации без дополнительных вложений.

Подход к дистрибуции контента, который мы обозначили как liquid media, удивительно созвучен с двумя концепциями в науке о медиа и психологии. Во-первых, речь идёт о версии исследователя А. Мирошниченко, повествующего переходе медиа в состояние потока [Мирошниченко, URL]. Во-вторых, это адекватно коррелирует с идеями антрополога Михая Чиксентмихайи о том, что современный человек может быть счастлив только в состоянии «потока» [Чиксентмихайи, URL], что выводит на междисциплинарный уровень, позволяющий получить ответ на вопрос о популярности и значимости liquid media в современном инфополе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ашомко А. Интернет-издания без сайта. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yTrWUOQFDWA> (дата обращения: 09.04.2021).
2. Сивцова А. Словарный запас: трансмедиа. URL: <https://strelkamag.com/ru/article/vocabulary-transmedia> (дата обращения: 06.03.2021).
3. Moloney K. Multimedia, Crossmedia, Transmedia... What's in a name? URL: <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> (дата обращения: 17.03.2021).
4. Пуля В. Ю. 6 вещей, которые должны быть на ежедневном контроле в современной редакции// Журналист. 2018. № 8. С. 6–11.
5. Мирошниченко А. А. Существо интернета. 12 тезисов о вирусном редакторе. URL: <https://www.aka-media.ru/foresight/188/> (дата обращения: 04.02.2021).
6. Мирошниченко А. А. Как корпорации становятся медиа. URL: <https://www.sostav.ru/publication/kak-korporatsii-stanovyatsya-media-5473.html> (дата обращения: 04.02.2021).
7. Мирошниченко А. А. Квантовая теория медиа: как журналистика превратилась из порции в поток. <https://www.colta.ru/articles/society/26980-andrey-miroshnichenko-kvantovaya-teoriya-media-informatsiya-droblenie-obschestvo> (дата обращения: 12.04.2021).
8. Чиксентмихайи М. Поток: психология оптимального переживания. М.: Смысл: Альпина Нон-фикшн. 2011. 461 с.