

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ  
ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№20/524

ШУС, НУС

2019

МУЛЬТИМЕДИА СЭТГҮҮЛ ЗҮЙ  
КОНВЕРГЕНЦИЙН ҮЗЭГДЭЛ БОЛОХ НЬ

Б.Ганбилэг\*

\*ХУИС-ийн Сэтгүүл зүй медиа технологийн тэнхимийн багш, магистр

**Түлхүүр үг:** мультимедиа сэтгүүл зүй, сэтгүүл зүйн конвергенцийн үзэгдэл, мультимедиа элементүүд, сэтгүүл зүйн хөгжил, сэтгүүлчийн ур чадвар

**К**онвергенц, хэвлэл мэдээллийн хэрэгслийн харилцан эзэмшил (cross-ownership), мультимедиа мэдээний өрөө, их өгөгдөл, мобайл сэтгүүл зүй, визуаль болон дата сэтгүүл зүй зэрэг үгс орчин үеийн сэтгүүл зүйн үгийн санд, практикт ихээхэн яригдах болсон. Сэтгүүл зүйн шинэ нэр томъёо, чиглэл, үзэгдлүүд сэтгүүлчийн ажилд, хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд, цаашлаад сэтгүүл зүйд хэрхэн нөлөөлж байна вэ гэдгийг үндэс суурьтай, олон талаас нь судлах шаардлага улам бүр нэмэгдэж байна. Цэвэр мультимедиа сэтгүүл зүйн сэдвээр хэвлэгдсэн ном, сурах бичиг, докторын түвшний эрдэм шинжилгээний ажил монгол хэлээр байхгүй байна. Мультимедиа нь сэтгүүл зүй, интернет сэтгүүл зүйн ном, сурах бичгүүдэд дурдагдах төдий тун ч өнгөцхөн судлагдсан сэдэв ажээ.

Мерриам Вэбстериин толь бичигт мультимедиа хэмээх үгийг “Харилцаа, энтертайнмент, урлагт санаагаа илэрхийлэхийн тулд олон төрлийн медиа ашиглах техник (дуу, видео, текст зэргийг холбох)” эсвэл “энэ

техникийг ашиглаж буй, ашиглахад нэмэр болж буй ямар нэгэн программ хангамж” хэмээн тодорхойлжээ.

Энэ ухагдахуун нь латин хэлний multum+media хэмээх үгийн нийлбэр. Эхнийх нь “олон” гэсэн утгаар, нөгөөх нь “дундын” гэсэн утгаар хэрэглэгджээ. Англи хэлтэй улс орнуудын сэтгүүл зүйн онолд “multiple-хэд хэдэн” гэдэг утгаар, харин “media” нь “medium-дунд” гэдэг үгний олон тоо гэдэг утгаар тайлбарладаг байна. Товчхондоо, мультимедиа гэдэг нь “**нийлмэл**” (олон зүйлийн дундын) гэх монгол үгтэй ойролцоо утгатай юм.

Бидний чих, нүд, оюун санаанд зэрэг үйлчилж буй харилцаа холбооны хэлбэр болохын хувьд мультимедиаг үгийн утгаар нь эсвэл толь бичгийн тодорхойлолтоор зөвхөн аудио, видео, текст зэрэг медиагийн холбоосуудаар ойлгох нь өрөөсгөл юм. Сэтгүүл зүйн хувьд мультимедиа нь олон талаас тайлбарлагдаж, тодорхойлогддог чухал ухагдахуун. Олон улсад мультимедиагийн мэргэжилтэн хэмээн танигдсан, “Multimedia: Making it Work” номын зохиогч, Америкийн судлаач Тэй Ваухан “Мультимедиа гэдэг нь тоон (дижитал) технологид суурилсан бичвэр, гэрэл зураг, график зураглал, дуу чимээ, хөдөлгөөнт дүрс болон дүрс

бичлэгийн элементийн хамтатгал” гэсэн<sup>1</sup> байдаг. Эндээс онцлон тэмдэглүүштэй зүйл нь дижитал технологийн тухай санаа. Өөрөөр хэлбэл, мультимедиа бүтээл нь заавал дижитал технологиор дамжих ёстойг сануулжээ.

Мэдээллийн сайт дахь мультимедиа контентын талаар эрдэм шинжилгээний олон өгүүлэл хэвлүүлсэн Нидерландын судлаач, доктор, профессор Марк Деузе сэтгүүл зүйд мультимедиаг хоёр янзаар тодорхойлжээ. Нэгдүгээрт, вэбсайт дээр хоёр буюу түүнээс дээш тооны медиа формат ашиглан (текст, дуу бичлэг, дүрс бичлэг, хөдөлгөөнт болон хөдөлгөөнгүй зураг, график анимэйшн) үзүүлж буй эргэх холбоо, гипертекстийн элементүүд бүхий мэдээний агуулгын цогц. Хоёрдугаарт, мэдээний агуулгын цогцыг вэбсайт, и-мэйл, ЭсЭмЭс (SMS), ЭмЭмЭс (MMS), радио, телевиз, телетекст, хэвлэмэл сонин, сэтгүүл зэрэг өөр өөр медиагаар үзүүлж буй холимог хэлбэр<sup>2</sup> гэжээ. Дээрх хоёр тодорхойлолт хоёулаа конвергенцгүйгээс бүрэн конвергенц бүхий хүртэлх тасралтгүй холбоо хэмээн Марк Деузе онцлов. Түүний мультимедиа сэтгүүл зүйг конвергенцийн үр дүн, конвергенцийн салшгүй хэсэг хэмээн үзсэн нь тун чухал санаа юм.

**Ш**инжлэх ухааны доктор, профессор М.Зулькафиль конвергенц буюу медиагийн ижилсэл (нэгдэлшил)-ийн шалтгааныг технологи болон эдийн засагтай холбон тайлбарлахдаа “Өрсөлдөгчид олон талаар хамтран ажиллах нь ашигтай гэдгийг ойлгож байгаатай холбоотой” гэсэн<sup>3</sup> нь бий. Бизнесийн утгаар конвергенц нь үнэхээр бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний зардлыг хэмнэхтэй холбогдож, энэ нь мультимедиа сэтгүүл

зүйг илүүд үзэх шалтгаан болж байна гэдгийг Испанийн сэтгүүл зүй судлаач Мигэль Карважал, Мигэль Эрнандесийн нэрэмжит Эльчегийн Их Сургуулийн профессор Хосе Альберто Гарсия Авилес нар хүлээн зөвшөөрчээ. Тухайлбал, олон төрлийн мэдээллийн хэрэгсэлд контент үйлдвэрлэх технологийн өндөр чадвартай ажилчид, багийн бүтээгдэхүүнийг (контент) өөр өөр платформуудаар үр дүнтэй түгээсний үр дүнд орлого нэмэгдэнэ гэсэн үг. Үйлдвэрлэлийн утгаар конвергенц нь мөн л мультимедиа сэтгүүл зүйтэй хоршиж байна. Томоохон медиа агентлагууд нэгээс олон төрлийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд (телевиз, радио, сонин, сэтгүүл, вэбсайт) харилцан хувьцаа эзэмшиж, тэдгээрээр мэдээлэл түгээлгэхээр сэтгүүлчдийг ажилд авч байна. Өөрөөр хэлбэл, орчин үеийн сэтгүүл зүйн мэдээлэл нь хүлээн авагчдад нэгээс олон сувгаар хүрч байна гэсэн үг. Технологийн хөгжилд суурилах мультимедиа сэтгүүл зүйн үйлдвэрлэл нь мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах, түгээх үйл явцыг уламжлалт сэтгүүл зүйгээс эрс ялгаруулж<sup>4</sup> буйд Марк Деузе ач холбогдол өгсөн. Мэдээлэл үйлдвэрлэлийн процесст конвергенц нь харилцан хувь эзэмшдэг медиа партнерын хамтын ажиллагааг шаардана. Тухайлбал, мэдээлэл цуглуулах шатанд сэтгүүлчид олон төрлийн пламтформоос эх сурвалжаа цуглуулж, олсон мэдээллээ мэргэжил нэгтнүүдтэй (партнер байгууллагын сэтгүүлчтэй) хуваалцаж байна. Редактор, продюсерууд сэтгүүлчдийн өөр өөр мэдээний өрөөнөөс цуглуулсан мэдээллүүдээс сонгож алийг нь боловсруулахыг зааварчилна. Эцсийн буюу түгээлтийн шатанд хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд контентоо телевиз, сонин, вэбсайт,

радио зэрэг олон төрлийн сувгуудаар түгээнэ. Иймээс мультимедиа сэтгүүл зүй нь бизнес болон үйлдвэрлэлийн аль аль утгаар сэтгүүл зүйн конвергенцийн үзэгдлийн үр нөлөө, түүний шалтгаан болж байна.

**С**удлаач, доктор, дэд профессор Б.Болд-Эрдэнэ интернет сэтгүүл зүйн уламжлалт сэтгүүл зүйгээс ялгагдах гурван онцлогийн нэг нь мультимедиа шинж чанар хэмээн авч үзсэн. Тэрээр мультимедиаг олон тэмдэгтээр нөхцөлдсөн өргөн зурвасын агуулгын нэгдэлшил<sup>5</sup> хэмээн тодорхойлоод мэдээллийг нэгэн горим бүхий тэмдэгтийн тогтолцоонд байршуулах технологийн боломж, бодит нөхцөл бүрдсэнээр бий болсон гэжээ. Өөрөөр хэлбэл, сонин, сэтгүүл, телевиз, радио гээд бүх мэдээллийн хэрэгсэл интернетэд нэгтгэгдсэнийг онцолжээ. Мөн “Бичвэр, дуу дүрс, өнгө, график, гэрэл зураг, дүрс, дүрслэлийн эргэх холбоот, уялдаа нэгдэлт хязгааргүй боломж, үргэлжлэлд нэгтгэгдсэн даяар орон зайн шинэ хэрэгсэл” гэж мультимедиагийн онцлогийг өгүүлсэн нь Марк Деузегийн хэрэгсэл болон форматтай холбон хоёр талаас тодорхойлсонтой ижил санааг агуулж байна.

АНУ-ын Беркли дэх Калифорнийн Их Сургуулийн Төгсөлтийн дараах сэтгүүл зүйн сургуулийн багш Жэйн Стивенс “Давтлага: Мультимедиагаар өгүүлэх нь: Шилдгүүдээс нууцыг нь суръя” нийтлэлдээ “Мультимедиа түүх өгүүлэх гэдэг нь бичвэр, зураг, дүрс бичлэг, дуу, график болон интерактив байдал зэргийг тэнцвэртэйгээр, дундыг баримтлан, шугаман бус хэлбэрээр вэбсайтад тулгуурлан хүргэх” гэсэн нь бий. Эдгээрийг Тэй Вауханы тодорхойлолттой харьцуулахад эргэх холбоот

(интерактив) байдал хэмээх ухагдахууныг нэмж оруулж ирсэн бөгөөд даяар орон зай буюу интернет орчинд, вэбсайтад тулгуурлах гэдэг санааг мөн тодотгосон байна.

Харин “Multimedia storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World” номын зохиогч, Сиракусын их сургуулийн доктор, дэд профессор Сед Гитнер “Мультимедиа бол мэдээлэл дамжуулах, түүх өгүүлэх үйл ажиллагаа болохоос технологи биш” хэмээн маргажээ. Тодруулбал, орчин үед ухаалаг гар утас, аппликэйшн, сошиал сүлжээ гээд ашиглах боломжтой платформууд өдөр өдрөөр нэмэгдэж байна. Гэвч энэ бүхэн нь мэдээллийг ердөө өөр сувгуудаар түгээх боломжийг л тэлэхээс биш өөрөө мультимедиа биш юм. Шинэ технологи зах зээлд танигдахын хэрээр шинэ платформ үүсдэг ч тэнд зураг, аудио, видео зэрэг форматууд л түүхийг (мэдээллийг) өгүүлсэн хэвээр байдаг. Тиймээс мультимедиа бол түүх өгүүлэх үйл ажиллагаа юм<sup>6</sup> гэжээ.

Харин [www.washington-post.com](http://www.washington-post.com) сайтыг АНУ-ын мультимедиа сэтгүүл зүйн загвар жишээ болох түвшинд хүргэсэн багийнхан мультимедиаг түүх өгүүлэх үйл ажиллагаа төдий бус илүү өргөн хүрээнд тодорхойлжээ. Майамигийн Их Сургуулийн профессор Рич Бекманы удирдлага дор хэсэг эрдэмтэн мультимедиа сэтгүүл зүйг онол, практикийн хувьд боловсруулж, АНУ-ын мэдээллийн системд төлөвшүүлэх ажлын хэсэгт багтан 2005 оноос ажиллаж эхэлсэн байна. “Вашингтон пост” сонин уг төвийн боловсруулсан мультимедиа төслүүдийг дэмжин ажиллажээ. Рич Бекман мультимедиа сэтгүүл зүйг тодорхойлохдоо “Нэг сэдэв, асуудлыг хөндөж, олон талаас нь сурвалжилсан, сэтгүүлчдийн баг

мэдээллээ текст, зураг, видео, аудио, график хэлбэрээр нэгтгэж, цогц байдлаар хэрэглэгчдэд хүргэх интернет сэтгүүл зүйн нэг хэлбэр” гэжээ. Түүний энэ тодорхойлолтод мультимедиаг сэтгүүл зүйн хэлбэр гэж өргөн утгаар авч үзсэнээс гадна сэтгүүлчдийн баг буюу хамтын хүчийг товойлгосон нь авууштай санаа юм.

**Д**ээр өгүүлсэнчлэн мультимедиаг конвергенцтэй холбон авч үзсэн Марк Деузе мультимедиа сэтгүүл зүйг бүрэн тодорхойлохын тулд Шведийн Лундын Их Сургуулийн эмирит профессор Петер Дахлгрений боловсруулсан медиа логик хэмээх ойлголтын хүрээнд авч үзэх хэрэгтэйг сануулсан байдаг. Судлаач Дахлгрэн сэтгүүл зүйд шинэ үзэгдэл, нэр томъёог тодорхойлохдоо медиа логикийн хүрээнд боловсруулах ёстой гэжээ. Медиа логик гэдэг нь медиагийн бүтцийн онцлог, технологийн болон байгууллагын нийцэл, хэрэглэгчдийн төлөөх соёлын өрсөлдөөн зэргийн институтчилагдсан бүтэц бөгөөд шинэ ойлголт, үзэгдэл аль хүчин зүйлд нь ямар үр нөлөө үзүүлж буйд анхаардаг байна. Тэгэхээр Марк Деузе санал болгосончлон мультимедиа хэмээх ойлголтыг байгууллагын, технологийн болон соёлын (хэрэглэгчийн төлөөх өрсөлдөөн) ойлголтын хүрээнд хэрхэн нөлөөлж буйг зарим судлаачдын дүгнэснээр дор авч үзье.

• **Мультимедиа сэтгүүл зүй хүлээн авагчдад үзүүлж буй үр нөлөө** – Өнөөгийн хэрэглэгчид мэдээлэл хүлээн авах олон төрлийн платормуудаас сонголт хийх боломжтой болсноор уламжлалт сэтгүүл зүйн идэвхгүй хэрэглэгчээс шинэ сэтгүүл зүйн идэвхтэй хэрэглэгч болон хувирсан. Мэдээллийн агентлагууд мультимедиа мэдээний өрөөтэй болж

мультимедиа сэтгүүл зүйн хандлагыг нэвтрүүлж эхэлснээр хүлээн авагчдын дуу хоолойг цогцоор сонсох боломжтой болсон. Тухайлбал, интернет технологийн эргэх холбоот шинж чанар нь (сошиал медиа) сэтгүүлчдэд хүлээн авагчидтайгаа шууд харилцах, хүлээн авагчдад хоорондоо санал бодлоо солилцох боломж олгож байна. Ингэснээр мультимедиа сэтгүүл зүй нь уншигчдыг сэтгүүлч болон хүлээн авагч хоорондын харилцааг үүсгэгч “хамтран ажиллагч” болгон хувиргаж байна. Хүлээн авагчид мэдээллийг нэгээс олон платформоос авах боломжтой болсноор асуудлыг илүү гүнзгий ухамсарлан ойлгох боломж бүрдлээ. Нөгөө талаас компьютер төвт мэдээллийн үйлдвэрлэлийн өнөөгийн соёл нь хэрэглэгчдийн мэдээ, мэдээлэл хүлээн авах зуршлыг өөрчилж байна. Нэгдүгээрт, хүмүүс мэдээний үйл явдлыг ойлгох арга зуршил нь өөрчлөгдөж байна. Энэ тухай Нью-Йоркийн Их Сургуулийн сэтгүүл зүйн профессор Митьчелл Стефенс “Бид зургийн эзэрхийлэл, текстийн уналтыг харж байна. Орчин үеийн мультимедиа сэтгүүл зүйн орчин нь хөдөлгөөнгүй ч бай, хөдөлгөөнт ч бай зургаар давамгайлагдсан ертөнц боллоо” хэмээн байр сууриа илэрхийлжээ. Хоёрдугаарт, олон төрлийн медиа платформ гарч ирснээр мэдээллийг хэрэглэгчид илүү олон зорилтоор ашиглах болсон. Энгийн хүлээн авагч л гэхэд сонин уншихын хажуугаар радио сонсдог болсон байна.

• **Мультимедиа сэтгүүл зүй контентод үзүүлж буй үр нөлөө** – Конвергенцийн эрин үед мультимедиа загвар нь уламжлалт мэдээний үйлдвэрлэл, хэрэглээний альтернатив хувилбар болж сэтгүүл зүйн салбар эрчимтэй хөгжлийг авчирч байна. Эрдэмтэд мультимедиа нь мэдээг

өгүүлэх анхны форматыг үр дүнтэйгээр өргөжүүлсэн хэмээн үзжээ. Тухайлбал, Нью-Йоркийн Их Сургуулийн профессор Родни Бенсон нар график, зураг, видео зэрэг нэмэлт элементүүд нь онлайн орчинд улам бүр мэдээлэл дамжуулах зонхилох формат болж байна гэжээ. Зарим судалгаанд мультимедиа нь контентыг ойлгох, мэдлэг олж авахад илүү үр нөлөөтэйг онцолсон байна. Тухайлбал, сонсголын хэрэгслээр дамжуулж буй мэдээлэл сэтгэл хөдлөлийн хариу үйлдлүүдийг идэвхжүүлж, санах ойг сайжруулдаг болохыг баталжээ. Өөрөөр хэлбэл, зөвхөн текстийг уншиж байгаатай харьцуулахад хүний тархи дуу бичлэг, дүрс бичлэгээр илэрхийлэгдсэн үед мэдээллийг их хэмжээгээр хадгалж авдаг байна. Мультимедиа элементүүдээр үзүүлсэн мэдээлэл нь зөвхөн анхаарлыг татахаас гадна хэрэглэгчдэд утгыг тайлбарлах, ойлгоход зориулсан олон төрлийн декодлох боломж олгодог аж. Сэтгүүл зүйн контент олон платформоор хүрснээр ганц сувгаар дамжуулснаас илүү үр нөлөөтэй байдаг. Пенсильванийн Их Сургуулийн сэтгүүл зүйн профессор Шам Сундарынхаар контентын энэхүү “илүүдэл” нь хэрэглэгчийн танин мэдэхүйд хувь нэмрээ оруулж, санах ойд үлдэх магадлалыг нэмэгдүүлдэг<sup>7</sup> гэж дүгнэжээ. Өөрөөр хэлбэл, зураг, аудио, текст зэргийг мультимедиа контекстэд холбосноор агуулга илүү цогц болж, сайн ойлгогдож, аудиторын санах ойд илүү үлддэг байна.

**Б**еркли дэх Калифорнийн Их Сургуулийн сэтгүүл зүйн багш Жэйн Стивенс платформ хоорондын дамжуулалт болон мультимедиа контент нь нэмэлт мэдээлэл өгч, мэдээний түүхийг өөр өөр өнцгөөс харах боломж олгодгоороо давуу

талтай<sup>8</sup> гэжээ. Өдгөө мэдээний агентлагууд мультимедиа шилжилт хийх нь нэмэгдсэнээр мэдээ илүү өргөн хүрээнд, илүү үр нөлөө бий болгох буюу өөр өөр медиагаар, нэмэлт мультимедиа элементүүдээр оршин тогтнох боломжтой боллоо. Жишээлбэл, интернетэд газар хөдлөлтийн тухай мультимедиа сурвалжлага тавигдлаа гэж төсөөлөхөд хохирогчдын видео ярилцлага болон газар хөдлөлтийн хүчийг хэмжиж тайлбарласан график зэрэг нь олон нийтэд газар хөдлөлтийн талаарх илүү гүн гүнзгий, цогц мэдлэгийг үр дүнтэйгээр хүргэх юм.

• **Мультимедиа сэтгүүл зүй редакцын хөдөлмөр хуваарилалтад үзүүлж буй үр нөлөө** – Өнөөгийн мультимедиа сэтгүүлчид сонин, телевиз, радио, вэбсайтад зориулан контент бүтээж байна. Олон судлаач ирээдүйн сэтгүүлч нь ямар ч төрлийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд ажиллах чадвартай байх ёстойг онцолжээ. Медиа корпорациуд мэдээний өрөөний бүтцээ өөрчилж, сэтгүүлчдэдээ олон платформд зориулсан контент үйлдвэрлэх боломж олгож байна. Түүнчлэн өөр секторууд дахь сэтгүүлчийн ажлын зааг ялгаа арилж эхэлж байна. Жишээлбэл, телевизийн мэдээний өрөөнд дижитал контент үйлдвэрлэдэг боллоо. Конвергенцчилэгдсэн мэдээний өрөөнүүдэд сэтгүүлчийг олон талын ур чадвартай байхыг шаардаж байна. Сэтгүүлч бүр бүх зүйлийг хийж чаддаг байх ёстой гэсэн нийтлэг итгэл үнэмшил редакторуудын дунд бий болжээ. Эерэг талаас нь харвал аль болох олон сэтгүүлч олон талын ур чадвартай болох нь залуу сэтгүүлчдэд шинэ боломж, ажлын бололцоо бий болгож буйгаараа зүйтэй хандлага юм. Олон



талын ур чадвартай байснаар дадлагажигч сэтгүүлч ажлын талбараа сониноос вэбсайт руу ч өөрчлөх боломжтой гэсэн үг. Гэвч энэхүү шаардлага нь сэтгүүлчдийн ажлын ачааллыг нэмэгдүүлж байна. Технологи нь бүтээгдэхүүн, орлогыг нэмэгдүүлэх менежментийн түвшинд ашиглагдах болсноос хойш ажлын ачаалал сэтгүүлчдийн нийтлэг асуудал болж байна. Мэдээллийн бизнес эрхэлдэг медиа институцийн хувьд ашиг орлогоо нэмэхийн тулд илүү олон контент үйлдвэрлэх ёстой бөгөөд энэ нь сэтгүүлчдээс багийн ажиллагааны төлөвлөлтийг илүүтэй шаардаж байна. Ингэснээр хамтын сэтгүүл зүй, багт суурилсан бүтээлүүд гарах болсон нь хараат бус сэтгүүл зүйн уламжлалт хэм хэмжээг сорилтод оруулж буй хэрэг юм. Хэдий тийм ч энэ хандлага нь сэтгүүлчийн бүтээлийн чанарыг нэмэгдүүлж, карьераа өсгөх боломжоор хангаж байна гэж зарим эрдэмтэн дүгнэжээ.

Мэдээллийн үнэнч хэрэглэгчид тогтмол хэвлэлд дуртай байдаг ч дижитал бүтээгдэхүүнтэй харьцуулахад илүү өртөгтэй учраас хүлээн авагчдын тоо нь буурч байна. Их Британид л гэхэд маш цөөн тооны сэтгүүл онлайнд цөөн контентоо оруулахын хамтаар дугаараа эрхэлж уншигчдаа хадгалж чадаж байна. Шог сэтгүүл “Private Eye” (Хувийн нүд) л гэхэд интернетэд багахан хэмжээнд оролцохын хажуугаар 200 мянга гаруй хувь хэвлэлтээ хадгалдаг.

Бид тогтмол хэвлэлд хайртай боловч хэрэглэгчид интернетийн ачаар боломжтой болгосон мобайл төхөөрөмжүүдээр (гар утас, таблет г.м) контентыг хүлээн авч, харилцан үйлчлэлцэх нь улам бүр нэмэгдэж байгаагийн баталгааг бидний эргэн тойрон,

автобус, галт тэрэгнээс харж болно. АНУ-д суурьшилтай медиа аналитст, [www.newsonomics.com](http://www.newsonomics.com)-ийн зохиогч Кен Доктор 2011 онд “Мартагдаж буй мэдээллийн эдийн засаг” нийтлэлдээ сонин эрхлэгчдэд “дижитал тэргүүнд стратеги”-ийг нэвт-рүүлэх ёстойг<sup>9</sup> анхааруулсан байдаг. Энэхүү стратегид дижитал хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл цаасан хэвлэлээс илүүд тооцогддог бөгөөд хуучин хуудас, төсөв, ажил үүргийн тодорхойлолт, үнэ ханшаа эвдэж байж дижитал эринд тэсч үлдэх итгэлтэй болохыг өгүүлжээ. Энэ бол мультимедиа шилжилтийн тухай өгүүлсэн хэрэг юм.

Урагш тэмүүлэгч сонин, сэтгүүлүүд мультимедиа хэлбэрээр өөрсдийгөө дахин шинэчилж буйг, хүссэн хүсээгүй ингэх ёстойг Английн судлаачид “Интернет сэтгүүл зүй” номондоо онцолжээ. Саутгемптоны Их Сургуулийн сэтгүүл зүйн ахлах багш Стив Хилл, Брунелийн их сургуулийн багш Поль Лашмар нар “Нэгэн цагт өдөр тутмынх байсан орон нутгийн сонинууд одоо долоо хоног тутам л гардаг болж. Тогтмол хэвлэлүүд хамгийн сайн хийдэг урт уншвар, онцлох өгүүлэл, том материалд илүү анхаарах болов. Энэ зуур вэбсайт, мобайл апп зэрэг онлайн платформууд хэрэглэгчдийг шуурхай мэдээгээр тухай бүрт нь хангаж байна. Үүнийг “digital first” гэж нэрлэдэг. “Huffington post” шиг бие даасан мэдээний вэбсайтууд жижиг мультимедиа редакц байгуулж, үйлдвэрлэл, түгээлтийн зардлаа бууруулж байна. Зөвхөн онлайн мэдээний өрөө бүхий сайтууд нь үндэсний хэмжээний сонинуудтай харьцуулахад санхүүгээ арайхийн залгуулж байгаа ч хэвлэл мэдээллийн голлох брэндүүд өөрсдийгөө дахин загварчлахад хүргэж байна” хэмээн<sup>10</sup> тайлбарлажээ.

Энэтхэгийн Беннеттийн Их Сургуулийн сэтгүүл зүйн профессор Сунил Саксенна хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд мультимедиа шилжилт хийх нь гарцаагүй хэмээн тэмдэглэжээ. Тэрээр “Мультимедиа мэдээний өрөө ямархуу харагддаг эсвэл ойрын ирээдүйд хэрхэн харагдах тухай хэлэхэд тун хэцүү юм. Харин баттай хэлж болох зүйл бол энэхүү конвергенцийн үзэгдэл үргэлжилсээр байх болно. Түүнд хүрэхийн тулд маш олон оролдлого бүтэлгүйтэх нь ойлгомжтой ч мэдээний өрөөн доторх хананууд нурсаар байх болно. Учир нь,

уламжлалт болон дижитал багуудын хамтын ажиллагаа, эргэх холбоо улам бүр нэмэгдэж байж ашигтай ажиллана. Энэ бол хэвлэл мэдээллийн салбарт технологийн шинэчлэлтэй хөл нийлүүлэн алхахыг хүсэгчдийн хувьд маш сонирхолтой, мэддэг зүйлээ л хийхийг хүсэгчдийн хувьд маш тодорхойгүй цаг үе юм” гэжээ<sup>11</sup>. Сунил Саксенна уламжлалт мэдээний өрөөнөөс мультимедиа мэдээний өрөө рүү шилжиж буй загварчлалыг дараах байдлаар гаргаж, түүнийгээ тодорхой үндэслэлтэй тайлбарлажээ.



График 1. Уламжлалт редаксаас мультимедиа редакцд шилжих нь.

Мультимедиа мэдээний өрөөнд мэдээний редактор биш вэб продюсер хамгийн чухал хүн байх болно. Учир нь тэр тогтмол хэвлэлийн, аудио, видео, онлайн болон мультимедиа редакторуудыг чиглүүлдэг. График дээр бараан өнгөөр дүрслэгдсэн баг тогтмол

хэвлэлийнх бөгөөд аудио редактор, видео редактор, мэдлэгийн редактор, сошиал медиа редактор, вэб админ болон судалгааны редакторуудыг багтаасан цайвар өнгөөр тэмдэглэсэн багтай нэг орон зайд ажиллана.

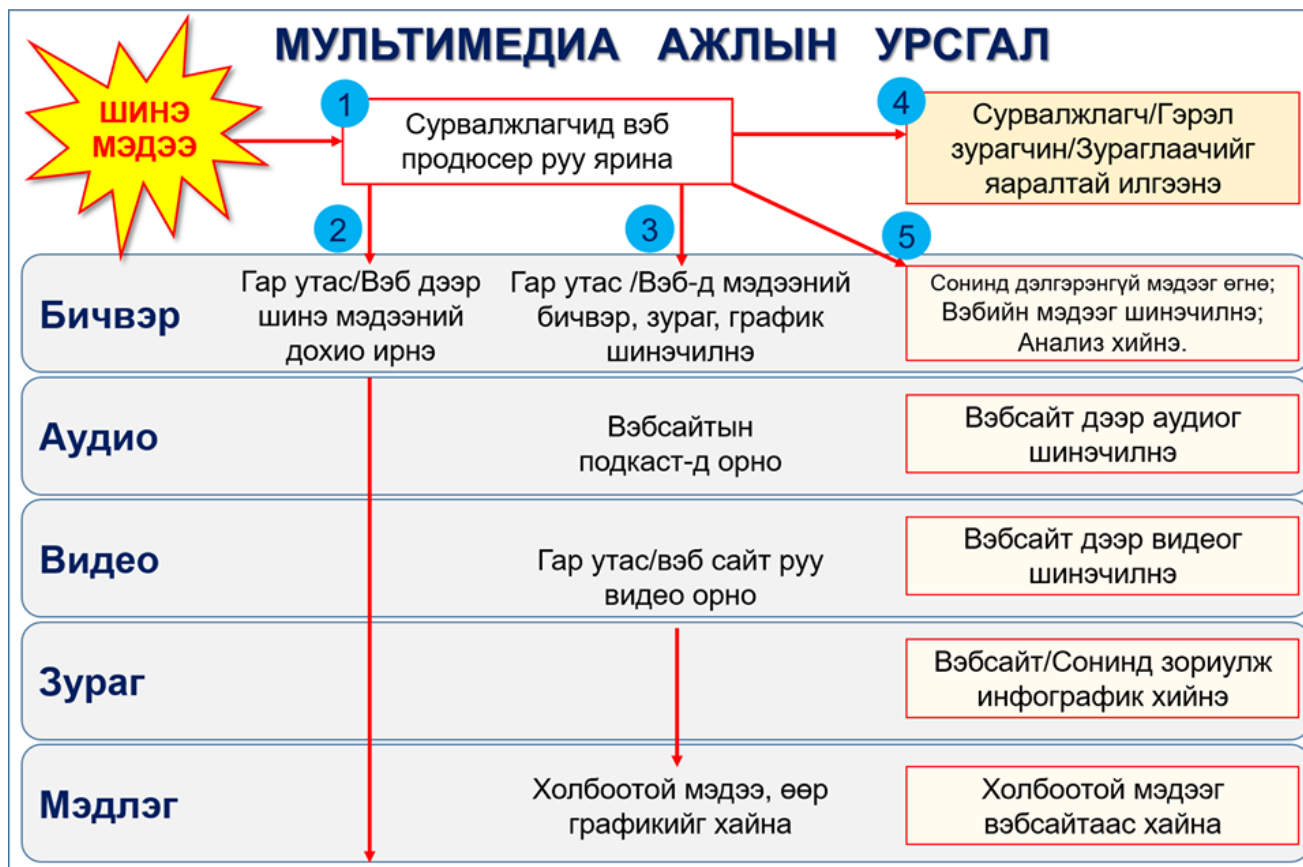


График 2. Мультимедиа редакц дахь ажлын урсгал.

Хөдөлмөрийн үйл явцад онцгой өөрчлөлт орох болно. Хэрэглэгчдийн сонирхолд үндэслэн ажилладаг мэдээний апп-ууд гар утсан дээрх контент үйлдвэрлэлээр эрчимжинэ. Хүмүүс гар утаснаасаа мэдээлэл хүлээн авах нь улам бүр нэмэгдэх тул энэ нь нэн тэргүүний ач холбогдолтой асуудалд тооцогдоно. Харин вэбсайт мэдээлэл хүлээн авах дараагийн эх сурвалж байх бөгөөд текст, аудио, видео хэлбэрээр түүхүүдийг хүргэх шаардлагатай.

Мэдээллийг дамжуулах сүүлийн объект нь хэвлэл. Сонинд илүү гүн гүнзгий нийтлэлүүд гарч, мэдээний баг нь судалгааны редакторуудтай хамтран

ажиллаж байж хэвлэх контентоо тодорхойлдог болно. Тэдгээр нь илүү нарийвчилсан контентууд буюу дээд зэрэглэлийн зах зээл бүхий хүлээн авагчдад зориулагдсан байна. Хэдийгээр тусгай контент сонинд хэвлэгдсээр байх ч гэлээ гол үйл явдал вэбсайт болон гар утсанд зориулан шинэ контентуудыг үйлдвэрлэнэ гэжээ.

Уламжлалт мэдээний өрөө мультимедиа мэдээний өрөө болохын тулд ажилд авах ёстой мэргэжилтнүүдийн жагсаалтыг гаргажээ. Профессор Сунил Саксенна “Мультимедиа шилжилт нь сэтгүүлчид мультимедиа сэтгэлгээтэй болсон цагт л төвөггүй үргэлжилнэ” хэмээн онцолжээ.





График 3. Мультимедиа редакцид ажиллах хүчний төлөвлөлт.

### Мультимедиа сэтгүүлчийн ур чадварын асуудалд

1. *Мультимедиа сэтгэлгээтэй байх*-Мультимедиа шилжилт сэтгүүлчийн ур чадварын сорилт болж буйг олон судлаач тэмдэглэжээ. Сунил Саксеннагийн адил Стив Хилл, Поль Лашмар нар ч мөн сэтгүүлчийн мультимедиа сэтгэлгээ нь чухал, шинэ ур чадварт тооцогдоно гэж үзээд түүнийг ингэж тодорхойлжээ.

– Шинэ технологийн улмаас сэтгүүлчид байнгын өөрчлөлтөд дасан зохицох шаардлагатай. Сэтгүүлч тэрхүү өөрчлөлтөд энгийн хүмүүсийн үзүүлэх айдас, эсэргүүцэл, үгүйсгэл гэх мэт сэтгэл хөдлөлийг үзүүлж болохгүй. Оронд нь технологиос хэрэглэгчдийг илүү мэдээлэлжсэн болгоход тусалж болох, тэдэнд сэтгүүл зүйн үндсэн зарчмуудыг хүргэж болох шинэ боломжуудыг эрэлхийлж чаддаг байх ёстой.

- Комьпютерт гаршсан мэргэжилтнүүд маш олон зүйл сурч болохыг улам бүр ойлгож байна. Тиймээс сэтгүүлч компьютерийн программын талаар илүү мэдлэгтэй байх юм бол ажилд орох магадлал нэмэгдэнэ.
- Сэтгүүлч ажлын арга барил уян хатан байх ёстойг ойлгож байна. Зөвхөн нэг хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд бүтэн цагаар ажиллах үе байхад олон вэбсайт, телевизүүдэд буюу бусад ажил олгогч нарт чөлөөт сэтгүүлчээр зэрэг ажиллах үе ч тохиож болно. Энд сэтгүүлч хөрвөх чадвартай байх ёстойг онцолж байна. Сэтгүүлчид “илбэчин” шиг цаг үеийн шаардлагад нийцэж чаддаг байх ёстой.
- Сэтгүүлч хэвлэлийн бизнесийн талаар, ялангуяа контент хэрхэн орлого олж болох тухай суралцах шаардлагатай. Төв Ланкаширийн Их Сургуулийн судлаач Франсуа Нэл тэмдэглэхдээ “Би зар сурталчилгааны дарамтаас хараат бус байх нь

зар сурталчилгааны императив шинжийг үл ойшоохоос өөр гэж маргадаг байсан бөгөөд сэтгүүлчид салбарын бизнесээ олон талаас нь ойлгож чаддаг эсэх нь эргэлзээтэй байна” гэжээ. Гэвч тухайн үед сэтгүүлчид үүнийг хүлээн зөвшөөрөөгүй. Сэтгүүлчийн үүрэг маш энгийн-хэрэглэгчиддээ үйлчилдэг. Хэдий тийм ч сэтгүүлчид сэтгүүл зүй санхүүжилтээ хэрхэн босгодгийг ойлгосноор сэтгүүлчийн ёс зүйгээ уландаа гишгээгүй гэдгийг ойлгох болно. Энэ нь сэтгүүлчдийг илүү хариуцлагатай болгоно.

- Сэтгүүлчид тооцоолон бодох чадвартай буюу статистик мэдээллийг ойлгодог байх нь нэн чухал. Сэтгүүлчид математиктаа сайн байх албагүй гэдэг нь юу гэсэн үг вэ? Сэтгүүлчид “тооны учрыг олдоггүй” гэсэн үгийг унших зуураа үүнд хэдэн үсэг орсныг ч тоолж чадахгүй гэсэн онигоо байдаг. Энэ харин эсрэгээрээ байх ёстой. Олон улсын санхүүгийн хямрал гэх мэт томоохон мэдээний агуулгын цөм нь тоо л байна шүү дээ.
- Сэтгүүлчид сэтгүүл зүйн уламжлал, ач холбогдлыг ойлгодог байх ёстой. Технологи хэрхэн ажилладгийг сурч байгаа нь үүний хэрэглээний төгсгөл болно гэдгийг ойлгох нь маш чухал хүчин зүйл юм гэжээ.

2. *Үндсэн ур чадвар + Хувьсах ур чадвартай байх* - Орчин үед сэтгүүлчийн үндсэн буюу мэргэжлийн ур чадвар (мэдээллийн үйлдвэрлэл) амин чухал гэдгийг доктор, профессор Ж.Батбаатар онцлон хэлжээ. Тэрээр “Технологийн ололттой давуу талыг ашиглаж байгаагаа сэтгүүл зүй гэж буруу ойлгох тал байна. Гэтэл сэтгүүл зүй нь дан технологи биш. Түүнийг

ашиглаж сэтгүүл зүйн агуулга бүтээх, “үйлдвэрлэл” нь хамгийн чухал. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, мэргэжлийн редакц бол мэргэжлийн түвшинд хүрсэн мэдээллийн бүтээгдэхүүнийг үйлдвэрлэгч байх ёстой. Тухайлбал, гал гарлаа гэхэд галыг хаана ямар гал, хэрхэн гарч байгааг иргэд сошиалаар мэдээлчих боломжтой. Энэ бол сошиал медиагийн давуу тал юм. Гэтэл үүний цаана хүний амь насанд эрсдэл учирч буй эсэх, гал даамжирвал ямар аюулд хүргэх магадлалтай байгаа, галыг хэн унтрааж байгаа, дараа нь бол яаж таслан зогсоосон, хохирогчийн эрүүл мэндийн байдал ямар байгаа, галын учир шалтгаан нь юу байв, хэний эзэмшил байв, хохирол нь юу байв, хохирлыг хэн барагдуулах, даатгалтай байсан эсэх зэрэг нарийн мэдээллүүдийг олж хүргэх нь жинхэнэ сэтгүүл зүйн ажил юм” хэмээн<sup>12</sup> тайлбарлажээ.

Сэтгүүлч үндсэн ур чадварууд дээр нэмээд хувьсах ур чадвартай байх ёстойг Төү-Найт төвийн 2016 онд АНУ-ын 31 мэдээллийн компаниас авсан судалгаанд<sup>13</sup> өгүүлжээ. Мэдээллийн компаниудын эздээс сэтгүүлчдээс хүсч буй ур чадварыг хэрхэн эрэмбэлснийг дараах хуудасны хүснэгтэд үзүүлэв.

Эхний тав нь хувьсах ур чадвар байна. Судлаачид үндсэн ур чадвараас гадна хувьсах ур чадвартай сэтгүүлчид хамгийн эрэлттэй байх болно хэмээн дүгнэжээ. Тэгэхээр сэтгүүлчид кодчилал, дизайн, мульти-медиа нийтлэл бүтээх, сошиал медиад ажиллах ур чадвартаа анхаарах хэрэгтэй болж байна. Мөн онлайнаар мэдээлэл хүлээн авагчид, уншигчдаа судлах нь мэдээллийн вэбсайтуудын хувьд чухал сорилт болж байна. Харин визуаль болон дата сэтгүүл зүй нь интернет сэтгүүл зүйн хамгийн чухал

**Хүснэгт 1. ХМХ-ийн эзэд сэтгүүлчдээс хүсч буй ур чадвар.**

1.	71%	Кодчиллол/Вэб хөгжүүлэлт
2.	65%	Хүлээн авагчдын тоог нэмэгдүүлэх (хэрэглэгчдийн дата цуглуулах, анализ хийх)
3.	58%	Визуаль нийтлэл бүтээх (фото болон видео контент үйлдвэрлэл)
4.	55%	Дижитал дизайн (вэб, гар утас, апп-ийн дизайн хийх)
5.	55%	Сошиал медиад зориулан контент түгээх
6.	52%	Сэтгүүлчийн үндсэн ур чадвар (сурвалжлах, бичих, редакторлах)
7.	52%	Бүтээгдэхүүн хөгжүүлэлт (сэтгүүл зүйн төсөл, үйлчилгээ санаачлах, сайжруулах)
8.	48%	Онлайн сэтгүүлчийн үндсэн ур чадвар
9.	45%	Сошиал медиагийн эргэх холбоог сурвалжлах
10.	42%	Дата сурвалжлага хийх

асуудлууд байхыг мөн дурджээ. Нэгтгэж хэлбэл мультимедиа шилжилтийн үед сэтгүүлч олон талын ур чадвартай байх сорилт тулгарч байна.

Сэтгүүлч олон талын ур чадвартай байх сорилт Монголын сэтгүүл зүйн зах зээлд ч тулгарч байна. Мэдээллийн сайтууд аль болох “супер-сэтгүүлч” олж авахыг эрмэлзэх болсон тухай дөрвөн жилийн өмнө “Ньюс Агентлаг”-ийн Гүйцэтгэх захирал Д.Нарантуяа “Цахим орон зай нь сэтгүүлчдэд тавигдах шаардлагыг үндсээр нь өөрчилж байна. Сэтгүүлчийг тодорхой төрлөөр мэргэшүүлж, ангилан бэлтгэх нь цаг үеийн шаардлагад нийцэхгүй боллоо. Олон төрлийн мэдээллийг бүх хэлбэрээр авч боловсруулах тал талын авьяастай сэтгүүлч л энэ зах зээл дээр тэсээд үлдэх ганц шалгууртай болсон” гэж ярьж байжээ.

Хэдий ажил олгогчийн эрэлт ийм өндөр байгаа ч зарим сэтгүүлч, редакцын нийлүүлэлт мэргэжлийн

сэтгүүл зүйн босгод хүрэхгүй байгааг доктор, профессор Ж.Батбаатар онцлоод “Бусдын үйлдвэрлэсэн агуулга, бүтээлийг хулгайлах, эсвэл гэрээгээр дамжуулах байдлаар амиа аргацааж хэвлэлийн зах зээл дээр өрсөлдөөнд оролцох нь тухайн байгууллага цаашид оршин тогтнох орон зай байхгүй болно гэсэн үг. Одоогоор болж байгаа бол цаашид боломжгүй, түр зуурын юм. Цаашдаа сэтгүүл зүйн үндсэн дүрмээр ажиллаж байгаа, нийгэмд бодит ашиг тустай мэдээллийг хүргэж байгаа, чанартай үйлчилгээ үзүүлж байгаа редакц аяндаа ялгарч үлдэнэ. Тийм учраас мэргэжлийн байх нь хамгаас чухал” хэмээн сануулжээ.

Сэтгүүлч олон талын ур чадвартай байх шаардлагын талаар доктор, профессор Д.Дагиймаа “Мультимедиа сэтгүүлч олон талаар нэгэн зэрэг хөгжиж байдаг. Нэг л сэтгүүлчийн хувьд мэргэжлийн зураглаач мэт дүрс бичлэг хийж, зураг дарж, телевизийн сэтгүүлч мэт хөтөлж,

соины нийтлэлтэй адил цэгцтэй бичих зэргээр тал бүрийн ур чадвар эзэмших шаардлага тулгардаг. Цаашилбал сэтгүүлчээс техник технологийн өндөр мэдлэг, нарийн мэдрэмж шаарддаг бөгөөд тухайн бүтээлээ интернет орчинд хэрхэн уялдаа холбоотой хүргэх, өнгө дизайны хувьд ямар шийдэлтэй байх зэргийг нэг дор бодолцдог” гэсэн<sup>14</sup> байна.

3. *Сэтгүүлчийн эзэмшсэн байх ёстой ур чадвар*-Уламжлалт ОНМХ-ийн редакцд, эсвэл онлайн орчинд ажиллаж байгаагаас үл хамааран сэтгүүлч өөрийгөө хөгжүүлж, тодорхой мэдлэг, чадварыг нэмэлтээр эзэмших нь чухал гэж доктор Б.Наранбаатар онцлоод, орчин үеийн сэтгүүлчийн заавал эзэмших ёстой арван ур чадварыг дараах байдлаар тодорхойлжээ.

- Интернетэд зориулж бичих чадвар,
- Баримт нягтлах,
- Үйл явдлыг шууд дамжуулах,
- Дүрс бичлэг боловсруулах, эвлүүлэг хийх,
- Фото зургийг бүтээлчээр авах,
- Эргэх холбоо бүхий контент бүтээх,
- Нээлттэй өгөгдлийн сангуудыг ашиглах,
- Олон нийтийн сүлжээнд идэвхтэй ажиллах,
- Программчлалын үндэс, HTML-протоколын мэдлэгтэй байх,
- Маркетингийн үндсийн талаар мэдлэгтэй болох,

### **Дүгнэлт**

Мультимедиа сэтгүүл зүй гэдэг нь хоёр буюу түүнээс олон элемент (формат) ашиглан өөр өөр медиа платформуор дамжуулж мэдээллийн контентыг түгээж буй орчин үеийн (интернет) сэтгүүл зүйн практик.

Сэтгүүл зүй дэх конвергенцийн үзэгдэл, мэдээний үйлдвэрлэлийн бизнес интеграц, мэдээний редакцуудын стратеги бодлоготой салшгүй холбоотой үйл явц. Конвергенцээс хамаарч бас түүнд нөлөөлж буйн хувьд тасралтгүй харилцан үйлчлэлцэж байна. Түүний үр нөлөө нь контентын үр ашигт байдал, сэтгүүл зүйн үзэл баримтлал, редакцын хөдөлмөр хуваарилалт болон хүлээн авагч-сэтгүүлч хоорондын харилцаа холбоо зэрэг олон хүчин зүйлээр нөхцөлддөг.

Сэтгүүлч мэргэжилтэн нь салбарын хөгжил өөрчлөлтийг даган зохицож, олон талын ур чадвартай байх бодит шаардлага бий болж байна. Энэ нь олон форматаар контент үйлдвэрлэж, түүнийг олон платформуор зэрэг дамжуулах үйл ажиллагаа буюу мультимедиагийн үндсэн тодорхойлолттой шууд холбогдож байна. Тиймээс мультимедиа сэтгүүл зүйн үндсэн элементүүдийг зүй зохистой ашиглаж, контент үйлдвэрлэх нь орчин үеийн сэтгүүлчийн ур чадварын цөм хэсэг болно хэмээн хэлэхэд буруудахгүй юм.

### **Ишлэл**

1. Tay Vaughan. 2014. Multimedia: Making it Work. 9<sup>th</sup> edition. p.1.
2. Mark Deuze. 2004. What is multimedia journalism? // Journalism studies. Volume 5. №2. pp.139-152
3. Зулькафиль М. 2017. Дэлхийн сэтгүүл зүйн хөгжлийн хандлага Монголын сэтгүүл зүйд нөлөөлөх нь // Сэтгүүл зүй. МУИС-ийн эрдэм шинжилгээний бичиг. №18(479). х.16.
4. Mark Deuze. 2004. What is multimedia journalism? // Journalism studies. Volume 5. №2. pp.139-152
5. Болд-Эрдэнэ Б. 2014. Нийгэм, интернет, сэтгүүл зүй. х.98.
6. Seth Gitner. 2016. Multimedia Storytelling for digital communicators in a multiplatform world. p.xviii.

7. Shyam Sundar. 2016. Multimedia Effects on Processing and Perception of Online News: A Study of Picture, Audio, and Video Downloads // Journalism & Mass Communication Quarterly. №77(3). p.480–499.
8. <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/>
9. <http://www.niemanlab.org/2011/03/the-newsonomics-of-oblivion/>
10. Steve Hill,. Paul Lashmar. 2014. Online journalism. SAGE publications. p.8.
11. <https://www.easymedia.in/move-print-multimedia-newsroom/>
12. [http://itoim.mn/article/aOJET/14911?fbclid=IwAR0F790coFt1nKGRbWk2I5n26tTh6aDWtyeKo8P2qe\\_vlqY1x15bY7mVPgE](http://itoim.mn/article/aOJET/14911?fbclid=IwAR0F790coFt1nKGRbWk2I5n26tTh6aDWtyeKo8P2qe_vlqY1x15bY7mVPgE)
13. <http://towknight.org/research/superpowers/>
14. Дагиймаа Д. 2018. Технологийн эрин үеийн хэвлэл мэдээлэлд тулгарч буй сорилт, тулгамдсан асуудлууд // Цахим эрин ба сэтгүүл зүй, чиг хандлага. Сэтгүүл зүй судлаачдын үндэсний IV симпозиумын эмхэтгэл. х.20-26.

#### **Ашигласан бүтээлийн жагсаалт**

1. Зулькафиль М. 2017. Дэлхийн сэтгүүл зүйн хөгжлийн хандлага Монголын сэтгүүл зүйд нөлөөлөх нь // Сэтгүүл зүй. МУИС-ийн эрдэм шинжилгээний бичиг. №18(479).ч
2. Болд-Эрдэнэ Б. 2014. Нийгэм, интернет, сэтгүүл зүй.
3. Дагиймаа Д. 2018. Технологийн эрин үеийн хэвлэл мэдээлэлд тулгарч буй сорилт, тулгамдсан асуудлууд // Цахим

- эрин ба сэтгүүл зүй, чиг хандлага. Сэтгүүл зүй судлаачдын үндэсний IV симпозиумын эмхэтгэл.
4. Tay Vaughan. 2014. Multimedia: Making it Work. 9<sup>th</sup> edition.
5. Mark Deuze. 2004. What is multimedia journalism? // Journalism studies. Volume 5. №2.
6. Seth Gitner. 2016. Multimedia Storytelling for digital communicators in a multiplatform world.
7. Shyam Sundar. 2016. Multimedia Effects on Processing and Perception of Online News: A Study of Picture, Audio, and Video Downloads // Journalism & Mass Communication Quarterly. №77(3). DOI:10.1177/107769900007700302.
8. Steve Hill,. Paul Lashmar. 2014. Online journalism. SAGE publications.
9. <https://www.easymedia.in>
10. <http://itoim.mn>
11. <http://towknight.org>
12. [www.multimedia.journalism.berkeley.edu/](http://www.multimedia.journalism.berkeley.edu/)
13. <http://www.niemanlab.org>

#### **Summary**

Research and information about multimedia journalism is not enough on Mongolian language. Thus, the purpose of this study is to collect the concepts and theoretical interpretations of international scientists and researchers. Multimedia journalism is a trend in media industry. Many scholars agree that multimedia journalism in its content and form is a phenomenon of convergence.