



МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ

УДК 070

Анастасия Сергеевна Юферва

аспирантка Института философии и права УрО РАН,
г. Екатеринбург. E-mail: info.nedv@mail.ru

В статье рассмотрена проблема медиаконвергенции. Автор пытается раскрыть ключевые характеристики данного процесса, определить типологию, с целью проведения всестороннего анализа обозначенной темы обращается к освещению зарубежных и отечественных научных трудов. Исследована специфика, а также существенные различия в подходах к понимаю медиаконвергенции зарубежными и российскими исследователями. Различия в представлениях обусловлены тем, что на конвергенцию в медиаиндустрии изначально обратили внимание западные теоретики в середине XX в. в связи с развитием компьютерной техники. Впервые изучению данного вопроса посвятил свои работы канадский профессор английской литературы М. Маклюэн. Несмотря на приверженность позиции технологического детерминизма заслуга исследователя состоит в том, что он заложил основу для понимания медиаконвергенции путем введения понятия «имплозия», значение которого близко к конвергенции и сводится к нивелированию границ между различными сферами (не только в области СМИ). Следующие подходы отличаются большей глубиной. Медиаконвергенция рассмотрена не столько в технологическом, сколько в социальном контексте. Это позволяет иначе оценить социокультурные трансформации и коммуникационные процессы. В отечественных подходах внимание сконцентрировано на медиаконвергенции преимущественно в области СМИ. Ее соотносят главным образом с интеграцией ранее обособленных средств массовой информации (печатных, электронных), изменениями в организационных структурах медиакомпаний и пр. Примечательно, что зарубежные исследователи представляют медиаконвергенцию как процесс многомерный. Соответственно научно-исследовательский потенциал анализируемого нами феномена они раскрывают в большей степени.

Ключевые слова: медиаконвергенция, информационная глобализация, конвергенция СМИ, Интернет.

Проблемы типологии политической идеологии консерватизма являются перспективой формирования информационного общества невозможно оценить, если не принимать во внимание медиаконвергенцию. Будучи определенным этапом в развитии телекоммуникационной индустрии, медиаконвергенция выступает одним из факторов, ведущих к воплощению разных форм социальности. Формирование этого понятия шло постепенно

и в равной степени зависело от учета социальных и технологических факторов. Но единого понимания того, что такое медиаконвергенция, до сих пор не сложилось. Поэтому с целью определения ее ключевых характеристик рассмотрим основные подходы к осмыслению данного феномена.

Основой для определения понятия конвергенции применительно к телекоммуникационной области послужили разнообразные дефиниции, принятые в разных областях естествознания. Например, в биологии данный процесс означает проявление сходного строения у не связанных друг с другом организмов, которое явилось следствием проживания этих организмов в похожих экологических условиях [Convergent... 2005].

В 1960–1970 гг. в связи с интенсивным продвижением компьютерной индустрии на массовый рынок у конвергенции появляется новый смысл. Она начинает ассоциироваться с новыми достижениями в области передачи данных, переводом информации в электронный формат. Как полагает Р. Гордон, 60-е и 70-е гг. прошлого столетия – это и есть тот временной отрезок, в котором следует искать первые упоминания понятия «конвергенция» в исследованиях гуманитарной направленности [Gordon 2003].

Первым, кто предвидел в начале 1960 гг. эволюцию медиа в результате появления новых технологий, стал канадский социолог М. Маклюэн, широко известный благодаря таким работам как «Галактика Гуттенберга» [McLuhan 1962], «Понимание медиа» [Маклюэн 2003], «Война и мир в глобальной деревне» [Маклюэн 2012] и др. Описывая тенденции и перспективы развивающейся электронной эпохи, он использует понятие «implosion» (направленный внутрь взрыв, схлопывание). В определенной степени значение данного слова схоже с определением конвергенции, поскольку «имплозия» подразумевает нивелирование дистанционных границ между процессами; взаимное проникновение, охватывающее раннее обособленные друг от друга области; разрушение логики централизации; преобладание виртуального мира над действительным. Отсюда – усиление глобализации, повышение информатизации общества, что упраздняет множество локальных информационных структур, приводит к однообразному, равномерному пространству, мгновенному взрыву вовнутрь. Перечисленные процессы сопровождаются всеобщей интеграцией – порождением целостности частного и общественного сознания. «Все это привело Маклюэна к созданию гигантского утопического образа «глобальной электронной деревни», центр которой везде, а границы нигде и которую населяют электронные номады, свободно кочующие из одного мира в другой» [Дьякова 2002: 38].

Метафорически описывая перечисленные социокультурные преобразования, М. Маклюэн формулирует символическое кредо – «Средство есть сообщение» («The medium is the message»). Смещение внимания не столько на сообщение, сколько на медиа, означает, что приоритет в трансформации общественных отношений отдан технологиям. Под «медиа» понимаются не только средства массовой информации, но и широкий спектр окружающих человека вещей: фотография, телеграф, деньги, алфавит, часы, игры и т.д. Выступая в роли «технологий» или «посредников» они

не только трансформируют коммуникационные процессы, но и вступают в «сращивание» с человеческим телом и сознанием. «В нашу электрическую эпоху, – пишет М. Маклюэн, – мы видим себя все более и более переводимыми в форму информации и идущими в сторону технологического расширения сознания, ... мы можем переводить все большую и большую часть самих себя в иные формы выражения, превосходящие нас самих» [Маклюэн 2012: 69]. Бессознательно поддаваясь этой ситуации, человек постепенно принимает технологическую форму. Выражается это в образном расширении разных частей физического тела, которые начинают уподобляться медиа (например колесо как расширение ноги). В такой ситуации, человек занимает подчиненное по отношению к «посредникам» место, поскольку, привязавшись к ним, начинает служить технологической инфраструктуре, обладающей логикой, далекой от человеческой.

Несмотря на обобщенный подход к анализу всеобщего поля («глобальная деревня») и приверженности позиции технологического детерминизма М. Маклюэн впервые заложил понимание иного состояния мира, изменившегося под влиянием электронных средств, которые «формируют наши мысли, структурируют наш опыт и определяют наши взгляды на окружающий мир» [Землянова 1999: 115]. Кроме того, в абстрактной рефлексии окружающего мира мы впервые встречаем близкое к конвергенции понятие «имплозия», смысл которого сводится к изображению процесса ранее невысказанных масштабов, направленного на стирание четких границ и охват различных систем (технические, биологические, коммуникационные и пр.).

В 1980–1990 гг. рассматриваемый нами феномен стал предметом научного интереса многих зарубежных исследователей гуманитарного профиля. Например, политолог И. де Сола Пул в своей работе «Технология свободы» (1983) [Pool 1983] представил более специализированный подход к пониманию конвергенции. Выражается это в том, что данное понятие начинает применяться исключительно к коммуникационным технологиям, техническим средствам связи. Пул предположил, что в будущем вся информация будет храниться в цифровом виде, перемещаться по информационным сетям, а получить доступ к ней можно будет при помощи электронного оборудования. Таким образом, автор предпринял попытку целенаправленного изучения взаимодействия медиаконвергенции с традиционными медиа, результатом которого является перевод последних в электронный формат.

Пул определил, что конвергенция – есть «размывание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими как телефон, почта, телеграф и такими средствами массовой коммуникации как пресса, радио и телевидение» [Pool 1983: 23]. При этом исследователь стремился дистанцироваться от характерного для М. Маклюэна технологического детерминизма: «Простые версии технологического детерминизма не принимают во внимание различия в способах, в соответствии с которыми то или иное явление возникает на разных этапах жизненного цикла технологии, ... технологическое воплощение становится просто особым случаем» [Pool 1983: 5].

Следующий этап анализа медиаконвергенции принадлежит социологу М. Кастельсу. Всесторонне анализируя видоизменение социального ланд-

шафта в период развития систем электронных коммуникаций, он обращает внимание на переходный момент – начало 1970-х гг. Указанный период ознаменовался революцией планетарного масштаба в результате появления Интернета, распространения телекоммуникационных систем.

В настоящее время итог их совместной интеграции находит свое отражение в существовании конвергентной коммуникационной системы. Ее специфика в том, что она говорит на цифровом языке, существует в глобальном масштабе и предоставляет каждому возможность производить, хранить и распространять сообщения различного формата, таким образом «создавая новые формы и каналы коммуникации, формируя жизнь и формируя жизнь в одно и то же время» [Кастельс 2000].

Кроме того, М. Кастельс приходит к выводу о невозможности данной системы быть единственным источником видоизменения человеческой деятельности. Вступая в непосредственное взаимодействие с электронной системой для «выполнения своих собственных дел, мы изменяем и саму эту систему» [Кастельс 2004]. Отсюда вывод о взаимовлиянии социальных и технологических измерений. Выделенная закономерность подтверждается тем, что Интернет в качестве материальной (или технологической) основы может быть использован «для вовлечения таких движений (виртуальных сообществ – А.Ю.) в процесс создания нового общества. Однако при этом они видоизменяют сам Интернет: из орудия организации бизнеса и средства коммуникации он превращается также в рычаг общественных преобразований» [Кастельс 2004]. Из этого следует заключение М. Кастельса о том, что инфраструктуру Интернета составляют как телекоммуникационные и компьютерные технологии, так и социальные движения, которые поддерживают его существование посредством реализации различных коммуникативных форм.

Описываемое слияние социальных и технологических структур составляет концептуальную основу информационно-коммуникационной парадигмы и информационного общества в целом. М. Кастельс в своем труде [Кастельс 2000] изложил особенности парадигмы такого типа в следующей последовательности.

Первая особенность относится к способности технологии оказывать влияние на информацию, а не наоборот.

Вторая характеристика – всеохватность эффектов технологий, которые формируют процессы человеческой деятельности.

Третья черта состоит в обладании новой информационной технологии сетевой логикой, которая в достаточной степени адаптирована к сложным взаимодействиям и непредсказуемым путям развития.

Четвертая особенность выделяет одно из наиболее важных качеств информационно-технологической парадигмы – гибкость: «организации и институты можно модифицировать и даже фундаментально изменять путем перегруппировки их компонентов. Конфигурацию новой технологической парадигмы отличает ее способность к реконфигурации – решающая черта в обществе, для которого характерны постоянные изменения и организационная текучесть, ... материальную базу организации теперь можно перепрограммировать и перевооружить» [Кастельс 2009]. На наш взгляд,

обозначенные аспекты в полной мере находят свое отражение в политическом измерении, в особенности – в конструировании модели «электронного правительства».

Массовая компьютеризация и стремительное распространение во всех сферах бытия Интернета поставило вопрос об изменении управленческих структур государства. «Именно этот достаточно неожиданный для органов власти процесс заставил их перейти от программ информатизации, рассчитанных на перевод в безбумажный формат внутреннего документооборота, к проектам предоставления гражданам услуг в электронном виде» [Трахтенберг 2012: 289]. Изменение традиционных иерархических структур и перевод части полномочий в киберпространство преследует цели глобального масштаба: повышение эффективности государственного управления путем интеграции основных его звеньев и процессов в единую систему и повышения качества государственных услуг [Трахтенберг 2012: 291]. Обозначенная стратегия позволит наладить интерактивное взаимодействие между государством и обществом, беспрепятственно и оперативно реализовать возможность оказания гражданам необходимых услуг, повысить прозрачность в деятельности органов государственной власти и др.

Пятая черта – технологическая революция, в которой ключевое место отводится слиянию технологий в высокоинтегрированных системах. Прежде всего речь идет о технологической медиаконвергенции, которая как результат интеграции Интернета и новых информационных технологий представляет собой процесс объединения различных мультимедийных функций (доступ в Интернет, возможность осуществления коммуникаций в социальных сетях и пр.) в границах одного электронного дивайса. Иными словами, медиаконвергенция интегрирует на одном устройстве (компьютер, мобильный телефон и пр.) различные мультимедийные функции, которые позволяют субъекту участвовать в формировании социального контекста и таким образом поддерживать инфраструктуру Сети.

Тот вид медиаконвергенции, который мы наблюдаем сегодня, появился относительно недавно. Расцвет данного процесса пришелся, на наш взгляд, на тот момент, когда технологическая система подготовила почву для социальных взаимодействий. Формирование принципиально нового коммуникационного формата в Интернет-пространстве связывают с термином «Web 2.0.», который был предложен в начале 2000-х гг. Тимом О’Рейли. Он означает «самостоятельное производство контента массой пользователей и активный обмен информацией между ними» [Тимофеева 2012: 42]. Ранее существовавшая форма (Web 1.0) упомянутыми преимуществами не обладала, поскольку производство и распространение контента было прерогативой малого круга лиц. В этом случае речь идет о начальном (первом) этапе развития медиаконвергенции. Переход к следующему этапу произошел сообразно с соответствующими технологическими условиями, позволяющими представителями широкой аудитории воспринять их и осуществлять коммуникационные взаимодействия в режиме реального времени.

Провести разницу между первым и вторым этапами развития медиаконвергенции возможно, обратившись к анализу стадий перехода го-

сударства к электронному правительству, которые разработаны Департаментом по экономическим и социальным вопросам ООН (UN DESA) [United Nations... 2012: 123-124].

Первая стадия перехода к электронному правительству сопровождается постепенной интеграцией управленческих структур государства и Интернет-платформы. Существовавшие на тот момент официальные сайты органов власти были предназначены главным образом для оказания информационных услуг о деятельности правительства. Речь идет о наличии доступа к данным о государственной политике, нормативным актам, архивам и пр. Перечисленные особенности характеризуют первый этап становления медиаконвергенции – начало 1990-х гг., когда произошло проникновение в виртуальную среду государственных структур.

Вторая стадия характеризуется улучшением качества информационных услуг, оказываемых официальными сайтами органов власти. Проявляется это в наличии возможности размещения представителями власти образцов официальных документов, выбора гражданином необходимого языка для ознакомления с информацией на электронном ресурсе и т.д. Однако производство и распространение контента по-прежнему остается прерогативой малого круга лиц. Поэтому описанная нами стадия относится к начальному этапу становления медиаконвергенции.

На третьей стадии на официальных сайтах властей начинают появляться интерактивные элементы, ставшие следствием модернизации телекоммуникационной индустрии. Гражданин получил доступ к инструментам электронного голосования, отправки налоговых деклараций или заявлений в электронном формате. Между тем наличествующие возможности пока недостаточны для перехода медиаконвергенции ко второму этапу.

На четвертой стадии государственные учреждения перешли к оказанию услуг полного цикла в режиме «24 часа в сутки 7 дней в неделю». Помимо этого речь идет об использовании государством платформы Web 2.0 и других интерактивных инструментов в целях получения необходимой информации, а также мнений граждан касательно того или иного политического вопроса. Следует процесс создания определенных условий, которые дают населению возможность принимать активное участие в деятельности государства. Как видно из описания, данная стадия в полной мере соответствует второму этапу развития медиаконвергенции, которая подразумевает двусторонний тип взаимодействия, взаимный обмен информационными данными и полноправное участие граждан в распространении контента соответствующего формата.

Наблюдаются и диаметрально противоположные взгляды исследователей на типы и виды медиаконвергенции. Поэтому необходимо остановиться более подробно на других направлениях анализа, в которых акцентируется внимание на рассматриваемом нами феномене как многокомплектном процессе, функционирующем на нескольких уровнях.

В частности, значительный вклад в разработку данной проблематики внес профессор Г. Дженкинс. Пытаясь объяснить путаницу в употреблении понятия «медиаконвергенция», исследователь пишет о том, что в этом

процессе следует разграничивать по меньшей мере пять значений. Первый вид конвергенции (технологический) означает «оцифровку» содержания всех СМИ. Далее следует второй вид – экономическая конвергенция, под которой понимается слияние разных сфер в индустрии развлечений (кино, телевидения, видеоигр, книг и др.). Третий вид конвергенции Г. Дженкинс называет социальной или органической. Она касается формирования у потребителей информации «многозадачных стратегий» (consumer's multitasking strategies), возникающих в связи с одновременностью совершения нескольких действий: просмотр телевизора, проверка электронной почты и т.д. Предпоследний (четвертый) вид – культурная конвергенция, которая возникает в момент взрыва (explosive) новых форм творчества, пересечения технологий разных СМИ, отраслей и потребителей. Глобальная конвергенция (пятый вид) – это культурная гибридизация, которая является результатом международной циркуляции медиаконтента (текстов, музыки, видео и пр.) [Jenkins 2001].

Другого представления о типологии медиаконвергенции придерживаются Г. Мейкл и Ш. Янг. С их точки зрения, данный процесс может быть понят в четырех аспектах его измерения:

- технологический – объединение телекоммуникационных сетей во-круг цифровых медиаплатформ;
- производственный – участие традиционных СМИ в цифровом меди-апространстве и увеличение количества компаний, основанных на использо-вании цифровых технологий, таких как Google, Apple, Microsoft и др.;
- социальный – рост числа социальных сетей, повышение объема со-держания, создаваемого пользователями;
- текстуальный – использование «трансмедийной» концепции, в соот-ветствии с которой следует изложение на нескольких медийных платфор-мах информационного сообщения, заключающего в себе все виды медиа (кино, видео, комикс, игры, фото и пр.) [Meikle, Young 2011].

Таким образом, зарубежные исследователи не ограничиваются одним технологическим измерением и стремятся описать медиаконвергенцию комплексно. Это значит, что данный феномен лежит в нескольких плоско-стях, обладает (помимо технологической) социальной логикой.

В отечественной литературе проблема медиаконвергенции также пред-ставлена. Качественный анализ научной литературы и профессиональной прессы, отражающих теоретические и практические уровни осмысления конвергенции в медиасфере, позволил выделить следующие подходы.

Первой исследовательской работой по данной проблематике стала статья Е.Л. Вартановой «К чему ведет конвергенция?» [Вартанова 1999]. В этой работе сформулирован вывод о том, что конвергенцию по отношению к медиаиндустрии можно трактовать по-разному. Во-первых, это слияние технологий. В основе технологической составляющей конвергенции медиа лежит процесс «дигитализации», который обозначает перевод содержания СМИ во всех ее формах (текстовой, графической, звуковой) в цифровой формат. Во-вторых, конвергенция – это слияние разных и разобщенных медиа, передача функций одних СМИ другим, возможность получать оди-наковые содержательные продукты разными каналами. В-третьих, кон-

вергенция – это слияние рынков в один общий, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов.

Изложенный подход представляется нам вполне содержательным, затрагивающим различные аспекты медийной индустрии. Справедливо отметить, что выделенные Е.Л. Вартановой уровни медиаконвергенции в определенной степени пересекаются с теми, которые были обозначены Г. Дженкинсом несколько лет спустя, и отличаются не меньшей глубиной осмысления данного вопроса. Это позволяет говорить о стремлении отечественного исследователя раскрыть научно-исследовательский потенциал анализируемого процесса в полной мере, что также характерно для воззрений зарубежных ученых.

Параллельно Л.М. Землянова в толковом словаре терминов и концепции дает гораздо более узкое определение понятия конвергенции. Это допустимо объяснить особенностью подачи текста в подобных сборниках: «В коммуникативистике этот термин используется для обозначения взаимодействия и объединения различных каналов и средств связи в условиях развития мультимедийных процессов и информационных супермагистралей, совершающихся благодаря широкому внедрению новых технологий, обеспечивающих применение цифровой трансмиссии информации в коммутирующихся телекомпьютерных и телефонно-кабельных линиях» [Землянова 1999: 97].

М.В. Луканина интерпретирует процесс конвергенции СМИ как сближение разных технологий на единой платформе, унифицирующей предлагаемое содержание. Все изменения и быстротечные тенденции развития интернет-версий традиционных СМИ показывают, что идет процесс приспособления разных форматов друг к другу: взаимовлияние и взаимопроникновение. Развивая тему преобразований на уровне текста в условиях конвергенции СМИ, М.В. Луканина обращает наше внимание на столкновение двух тенденций СМИ – модели традиционных СМИ и новых медиа. Первую модель культивирует печать, которая использует аналитический, углубленный и контекстуальный материал. Другую модель характеризует доминирование новостей-порывов, особое внимание к заголовкам, попытки освоения мультимедийных способов подачи информации. В то время как традиционная модель уже получила описание во многих работах, новая, принятая «на вооружение» большим количеством редакций, заслуживает отдельного рассмотрения. Вне зависимости от того, является или нет эта модель временной, трансформационной, она все же окажет воздействие на процесс создания текстов СМИ [Луканина 2006].

По сравнению с предыдущими представлениями о процессе медиаконвергенции М.В. Луканина дает более специализированную характеристику с учетом особенностей жанра журналистики. Соответственно, это предопределило дальнейший ход размышлений, в которых ведущая роль отведена журналистскому тексту, меняющемуся под влиянием новой мультимедийной среды.

В 2010 г. под редакцией М.М. Лукиной вышло в свет учебное пособие «Интернет-СМИ. Теория и практика» [Лукина 2010], в котором дано определение медиаконвергенции: «сближение, слияние на цифровой основе

различных медийных платформ, типов СМИ». Оценивая в целом критически приведенную формулировку, также отметим, что данное пособие касается лишь технологической стороны медиаконвергенции, а следовательно имеет слишком общий характер и не отражает всех изменений, происходящих в медиаиндустрии.

В 2011 г. в статье «Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности» [Калмыков 2011] А.А. Калмыков пришел к выводу о том, что система СМИ представляет собой связность уже четырех компонентов: печати, радио, телевидения, Интернета. Конвергенция в ней подразумевает соединение и объединение в одном издании разных способов донесения контента до потребителя, то есть появление гиперизданий, включающих различные комбинации: газета + интернет, телевидение + газета + интернет и т.п. Интернет в этих связках является основным локомотивом конвергентных процессов и одновременно плацдармом, на котором они разворачиваются. Исследователь также отмечает расширение медийного пространства за счет использования средств PR, рекламы, маркетинга. Происходит слияние коммуникативных практик, прежде всего журналистики и PR; согласование информационных политик самостоятельных игроков рынка, в частности отдельных СМИ (как предприятий) и производителей продукции иного рода (корпораций, промышленных предприятий, учреждений науки и образования). Это дает основания полагать, что речь идет о том, что журналист на практике включается в решение задач, более свойственных пиару, рекламе, маркетингу, чем журналистике, и о том, что эти задачи решаются в рамках взаимодействия СМИ с другими общественными институтами. Подобное сближение различных медиапрактик требует более четкого профессионального разграничения.

Не трудно заметить, что данный подход представляет собой развитие позиции М.В. Луканиной, которая предприняла серьезную попытку осуществить анализ медиаконвергенции в контексте видоизменения журналистики.

В новейшем труде, посвященном конвергенции СМИ, Е.А. Баранова отразила ключевые характеристики данного процесса, выделив два уровня понимания [Баранова 2015]. Первый связан с техническими достижениями в области передачи данных, возможностью хранить и передавать информацию любого формата (текстовую, аудио-, видео) в цифровом виде, однократным производством содержания и многократном его тиражированием на разных медиаплатформах. Второй уровень касается трансформации организационной структуры медиакомпании, которая приводит к конструированию совершенно иного рабочего пространства, выдвиганию дополнительных требований к подготовке контента, созданию новых рабочих мест.

Любопытно, что в теме, посвященной медиаконвергенции в области журналистики, заинтересованы не только теоретики, но и практики, которые также оценивают происходящие в медийной среде изменения.

Так, М. Синдинская в статье «Осторожно, конвергенция!» [Синдинская 2011] характеризует тему конвергентных СМИ как весьма популярную на-

ряду с прогнозами развития печатных СМИ в ближайшее время. Появление конвергентных СМИ связано, по мнению автора, с изменениями модели потребительского поведения целевой аудитории и переводом информации в цифровую форму. СМИ выступают одновременно как инструмент доступа рекламодателей к аудитории (аудиториям), источник информации и знаний, инструмент формирования общественного мнения (создание, управление, манипулирование), индустрия свободного времени (важная форма проведения досуга). Таким образом, будущее и успешное развитие СМИ тесно связано с активным внедрением новых технологий, охватом всех возможных каналов распространения информации, а также созданием новых эффективных моделей взаимодействия как с аудиторией, так и с рекламодателями.

Генеральный директор ИД «Алтапресс» Ю. Пургин в статье «Медиадом: как попасть в будущее» [Пургин 2012] говорит о том, что появление новых технологических возможностей и платформ повлекло за собой неизбежную трансформацию СМИ. Сегодня этот процесс оборачивается кризисом не адаптированных к новым реалиям традиционных редакций и усилением новых медиа. Цель, которую поставили перед собой представители ИД «Алтапресс», заключается в том, чтобы вернуться в центр коммуникаций местного сообщества, сохранить доверие и привязанность людей, привлечь внимание нового поколения. Суть нового формата отношений между «Алтапресс» и потенциальной аудиторией состоит в стремлении стать ключевым и наиболее полным каналом получения информации о жизни сообщества, учитывая особенности изменений медиапотребления и используя весь мультимедийный потенциал компании. Трансформации подлежат как редакция, так и рекламная деятельность компании. Новая стратегия предполагает создание постоянно развивающихся сервисов, которые представляют собой удобно организованные для пользователей базы данных. Изменения должны затрагивать и сам характер организации работы рекламистов. В ИД «Алтапресс» вошли продающие подразделения: отделы телемаркетинга, активных продаж и корпоративных клиентов. Их работу обеспечивают маркетологи, копирайтеры, менеджеры по размещению рекламы. Чтобы не разочаровать своих читателей, необходимо обращать особое внимание на качество журналистики и дизайн издания. Тогда СМИ для аудитории будет по-прежнему привлекательным, модным и полезным.

В заключение отметим, что приведенные нами работы отнюдь не единственные по данной теме, позволяют продемонстрировать особенности понимания процесса медиаконвергенции в зарубежной и отечественной научной мысли.

Как показал анализ зарубежной литературы, основа для понимания медиаконвергенции была заложена М. Маклюэном. Понятие «имплозия», означающее нивелирование границ между разными областями, применялось к объяснению изменений различных систем. В частности, автором сделан акцент на способности конвергенции к созданию гибридных коммуникационных систем, однородного информационного пространства за счет перевода данных в электронный формат, к интеграции ранее независимых друг от друга областей, как это произошло с «печатью и паровым

прессом, а также с радио и кино, на пересечении которых родился звуковой фильм» [Маклюэн 2003: 48].

Далее медиаконвергенция получает достаточно всестороннее рассмотрение в трудах таких исследователей как И. Де Сола Пул, М. Кастельс, Г. Дженкинс и др. Рассмотренные нами подходы к осмыслению данного феномена демонстрируют сдвиг интереса от технологического контекста к контексту социальному, что позволяет иначе взглянуть на социокультурные преобразования, процесс изменения понимания виртуальной среды.

В выделенных нами отечественных работах преобладает ключевая тенденция, которая характеризует специфику отечественной научной мысли. Так, исследователь Е.Л. Варганова впервые ввела в отечественный научный оборот понятие конвергенции и попыталась представить данный процесс как многоуровневый, затрагивающий различные аспекты медийного пространства. Отойти от данного подхода, который по большому счету свойствен зарубежному контексту, посчитали необходимым другие российские исследователи (М.В. Луканина, М.М. Лукина, А.А. Калмыков, Е.А. Баранова и др.). Они сузили диапазон анализа конвергенции, остановились на роли данного феномена в области журналистики. Внимание главным образом уделено переменам в организационных структурах (интеграция ранее обособленных разделов), видоизменению журналистского текста, пересмотру профессиональных компетенций журналистов и представителей смежных видов массовой коммуникации.

Однако перечисленные концепты, которые анализируют отечественные теоретики в области масс-медиа, крайне недостаточны для того, чтобы в полной мере считать медиаконвергенции раскрытыми в научно-исследовательском потенциале. Многомерность самого понятия «медиаконвергенция» подтверждается тем, какой многоуровневый смысл вкладывают зарубежные исследователи в этот феномен. Тем не менее, если отечественная практика, реализуя стратегии развития, в основном ориентируется на метод проб и ошибок, то теория довольствуется преимущественно умозрительным, порой далеким от практики анализом ситуаций, лишенным прогноза и обоснованных рекомендаций [Большева, Макшакова 2012].

Материал поступил в редколлегию 31.05.2015 г.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Баранова Е.А. 2015. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. М. : Юрайт. 269 с.

Большева С.А., Макшакова А.С. 2012. Представления профессионального общества современных российских СМИ о процессах конвергенции медиа-сферы // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15-16 ноября 2012 г.) : в 3 ч. Екатеринбург : ИГУП. Ч. 1: Интегрированные маркетинговые коммуникации как фактор динамики развития социальных систем. С. 72-82.

Варганова Е.Л. 1999. К чему ведет конвергенция СМИ? // Инфор. общество. № 5. С. 11-14.

- Дьякова Е.Г. 2002. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург : УрО РАН. 278 с.
- Землянова Л.М. 1999. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : Толковый словарь терминов и концепций. М. : Изд-во Моск. ун-та. 300 с.
- Калмыков А.А. 2011. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности [Электронный ресурс] // Вестн. электронных и печатных СМИ. № 16 URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231> (дата обращения: 26.09.2014).
- Кастельс М. 2000. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Электронный ресурс]. М. : Изд-во Высш. шк. экономики. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Vuks/Polit/kastel/ (дата обращения: 15.04.2015).
- Кастельс М. 2004. Галактика Интернет [Электронный ресурс]. Екатеринбург : У-Фактория. URL: <http://m.litread.ru/read/431307/436000—437000?page=1> (дата обращения: 16.03.2015).
- Луканина М.В. 2006. Текст средств массовой информации и конвергенция // Полит. лингвистика. № 20. С. 205–214.
- Лукина М.М. 2010. Интернет-СМИ: Теория и практика : учеб. пособие. М. : Аспект Пресс. 348 с.
- Маклюэн М. 2012. Война и мир в глобальной деревне. М. : АСТ : Астрель. 226 с.
- Маклюэн М. 2003. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле. 464 с. (Прилож. к сер. «Публикации Центра Фундамент. Социологии»).
- Пургин Ю. 2012. Медиадом: как попасть в будущее // Журналист. № 3. С. 46–48.
- Синдинская М. 2011. Осторожно, конвергенция! // Журналист. № 1. С. 63–64.
- Тимофеева Л.Н. (ред.) 2012. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой. М. : РОССПЭН. 327 с.
- Трахтенберг А.Д. 2012. Электронное правительство: состоится ли «изобретение государства заново»? // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Урал. отделения Рос. акад. наук. Вып. 12. С. 285–297.
- Pool I. de Sola. 1983. Technologies of Freedom. Cambridge, Mass. : Belknap Press. 299 p.
- Gordon R. 2003. Convergence defined [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php> (дата обращения: 07.04.2015).
- Convergence Evolution (Convergence). 2005 // The Facts on File Dictionary of Biology / ed. by R. Hine. 4th ed. New York : Checkmark Books. P. 89.
- Jenkins H. Convergence? I [Электронный ресурс]. 2001. URL: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence—i—diverge/> (дата обращения: 01.02.2015).
- McLuhan M. 1962. The Gutenberg Galaxy; the making of typographic man. Toronto, Canada : Univ. of Toronto Press. 293 p.
- Meikle G., Young Sh. 2011. Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life. Houndmills ; Basingstoke ; Hampshire ; New York : Palgrave Macmillan. VI, 242 p.
- United Nations. E-Government Survey. 2012 : E-Government for the People [Электронный ресурс], 2012 / UN Department of Economic and Social Affairs. New York. URL: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048065.pdf> (дата обращения: 19.09.2015).

References

Baranova E.A. *Konvergentnaya zhurnalistika. Teoriya i praktika : ucheb. posobie dlya bakalavriata i magistratury* [Convergence journalism. Theory and practice :

schoolbook for bachelor degree course and master course], Moscow, Yurayt, 2015, 269 p. (in Russ.).

Bolysheva S.A., Makshakova A.S. *Predstavleniya professional'nogo soobshchestva sovremennykh rossiyskikh SMI o protsessakh konvergentsii media-sfery* [Representations of the professional community of modern Russian media about the process of convergence of the media sphere], *Kommunikativno-upravlencheskie strategii v razvitii sotsial'nykh sistem: tendentsii, resursy, tekhnologii : sb. materialov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Ekaterinburg, 15-16 noyabrya 2012 g.)*, in 3 pt., Ekaterinburg, 2012, IGUP, pt. 1: Integrirovannyye marketingovyye kommunikatsii kak faktor dinamiki razvitiya sotsial'nykh sistem, pp. 72-82. (in Russ.).

Dyakova E.G. *Massovaya kommunikatsiya i vlast'* [Mass communication and power], Ekaterinburg, UrO RAN, 2002, 278 p. (in Russ.).

Vartanova E.L. *K chemu vedet konvergentsiya SMI?* [To what convergence of mass-media conducts?], *Infor. Obshchestvo*, 1999, no. 5, pp. 11-14. (in Russ.).

Zemlyanova L.M. *Zarubezhnaya kommunikativistika v preddverii informatsionnogo obshchestva : Tolkovyy slovar' terminov i kontseptsiy* [International communication science in advance of the Information Society: Glossary of terms and concepts], Moscow, Izd-vo Mosk. un-ta, 1999, 300 p. (in Russ.).

Kalmykov A.A. *Konvergentsiya – vozmozhnost' universal'nogo zhurnalizma v ramkakh professional'noy identichnosti* [Convergence is the possibility of universal journalism as part of professional identity], *Vestn. elektronnykh i pechatnykh SMI*, 2011, no. 16, available at: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231> (accessed 26 September 2014). (in Russ.).

Castells M. *Galaktika Internet* [The Internet Galaxy], Ekaterinburg, U-Faktoriya, 2004, available at: <http://m.litread.ru/read/431307/436000-437000?page=1> (accessed 15 April 2015). (in Russ.).

Castells M. *Informatsionnoe epokha: ekonomika, obshchestvo, kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture], Moscow, Izd-vo Vyssh. shk. ekonomiki, 2000, available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/ (accessed 26 September 2015). (in Russ.).

Lukanina M.V. *Tekst sredstv massovoy informatsii i konvergentsiya* [Text of mass media and convergence], *Polit. lingvistika*, 2006, no. 20, pp. 205-214. (in Russ.).

Lukina M.M. *Internet-SMI: Teoriya i praktika : ucheb. posobie* [Online media: Theory and practice, textbook], Moscow, Aspekt Press, 2010, 348 p. (in Russ.).

Maklyuen M. *Voyna i mir v global'noy derevne* [War and Peace in the Global Village], Moscow, ACT, Astrel', 2012, 226 p. (in Russ.).

Maklyuen M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], Moscow, Zhukovskiy, KANON-press-Ts, Kuchkovo pole, 2003, 464 p. (in Russ.).

Purgin Yu. *Mediadom: kak popast' v budushchee* [Mediadom: how to get to the future], *Zhurnalst*, 2012, no. 3, pp. 46-48. (in Russ.).

Sindinskaya M. *Ostorozhno, konvergentsiya!* [Look out! Convergence!], *Zhurnalst*, 2011, no. 1, pp. 63-64. (in Russ.).

Timofeeva L.N. (ed.) *Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika* [Political communication science: theory, methodology and practice], Moscow, ROSSPEN, 2012, 327 p. (in Russ.).

Trakhtenberg A.D. *Elektronnoe pravitel'stvo: sostoitsya li «izobretenie gosudarstva zanovo»?* [E-government: is «reinventing the government» possible?], *Nauch. ezhegodnik In-ta filosofii i prava Ural. otd-niya Ros. akad. nauk*, 2012, iss. 12, pp. 285-297. (in Russ.).

Pool I. de Sola. *Technologies of Freedom*, Cambridge, Mass., Belknap Press, 1983, 299 p.

Gordon R. *Convergence defined*, 2003, available at: <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php> (accessed 07 April 2015).

Convergence Evolution (Convergence), R. Hine (ed.), *The Facts on File Dictionary of Biology*, 4th ed., New York, Checkmark Books, 2005, p. 89.

Jenkins H. *Convergence?* 2001, available at: URL: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence—i—diverge/> (accessed 01 February 2015).

McLuhan M. *The Gutenberg Galaxy; the making of typographic man*, Toronto, Canada, Univ. of Toronto Press, 1962, 293 p.

Meikle G., Young Sh. *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, New York, Palgrave Macmillan, 2011, vi, 242 p.

United Nations. *E-Government Survey. 2012 : E-Government for the People / UN Department of Economic and Social Affairs*. New York, available at: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048065.pdf> (accessed 19 September 2015).

Anastasia S. Yufereva, Post-graduate Student, Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg.
E-mail: info.nedv@mail.ru

MEDIA CONVERGENCE: MAIN APPROACHES TO DEFINITION

Abstract: The article is devoted to the analysis of the process of media convergence and crucial characteristics and typology of this process. The author studies both foreign and domestic approaches in order to conduct an extensive analysis of this topic. The article is concerned with specific and significant differences in approaches in connection with the understanding of media convergence. There are few explanations of differences between these representations. First, foreign scholars explain media convergence as a consequence of the development of the computer industry in the 20th century. M. McLuhan, Canadian professor of English literature, was a pioneer on this topic; he wrote several monographs on it. Through the vision of a generalized approach to the electric structuring of the world and his theory of technological determinism, M. McLuhan provided a foundation for understanding the process of media convergence. To explore this phenomenon, he used the concept of “implosion”, which means erasing the line between different systems (not only in the area of mass media). Other approaches differ significantly in depth because media convergence is studied not only in a technological context, but also in a social one, allowing evaluation of cultural and social issues and the communication process from different points of view. Domestic scholars analyze the process of media convergence primarily in the area of mass media. Researchers note that this process is related to the integration of formerly isolated mass media (print, electronic), as well as to the development of the organizational structure of media companies, etc. Notable foreign scholars study media convergence as a multidimensional process. Consequently, research potential is greatly enhanced.

Keywords: media convergence, age of globalization, convergence of mass media, Internet.