

ТЕМА. КОНВЕРГЕНТНІСТЬ ЯК ДОМІНУЮЧА ОЗНАКА НОВІТНІХ МЕДІА

Говорячи про явище конвергенції в медіаіндустрії, науковці різних країн по-різному підходять до розуміння цього процесу, дають йому подекуди зовсім протилежні визначення. Це пояснюється тим, що на процес конвергенції у багатьох країнах впливають неоднакові фактори:

1) по-перше, відмінності у законодавстві, насамперед, норми регулювання перехресного (міжгалузевого) володіння в області мас-медіа;

2) по-друге, специфіка ринку, аудиторії та культури.

Як зазначає голландський дослідник М. Дезе, «конвергенцію в основному сприймають у різних формах і масштабах, на що впливають як внутрішні (практика, звичаї, культура), так і зовнішні (регулювання, конкуренція, зацікавлені групи осіб, цільова аудиторія) фактори» [191, с. 7]

Московська дослідниця К. Баранова пропонує під конвергентною моделлю медіа розуміти певну концепцію розвитку медіаіндустрії в конкретній країні, на що впливають такі фактори:

- використання сучасних цифрових технологій;
- мультимедійне представлення новин;
- одноразове виробництво контенту і багаторазове його подальше розповсюдження на різних медіаплатформах, що дозволяє утримувати споживачів та рекламодавців, заохочувати нову аудиторію і підвищувати впізнаваність бренду видання;
- об'єднання раніше розрізнених відділів різних мас-медіа [10].

Українські дослідники медіаконвергенції також відстоюють різні точки зору. Вітчизняна учена В. Золяк виокремлює два рівня конвергенції засобів масової комунікації. Перший рівень – технічний, в межах якого відбувається сумісність технологій, яка дозволяє різним технічним носіям (кабельним, бездротовим, комп'ютерним, мережевим, супутниковим тощо) доправляти інформацію користувачеві. В основі технологічної конвергенції засобів масової комунікації лежить процес диджиталізації, переведення контенту в цифрову форму, яка дозволяє нівелювати вербальну та рухому групу повідомлень та переводити їх в інтерактивність. Цифровий формат контенту дозволяє здійснювати розповсюдження повідомлень у різноманітних формах поза залежністю від конкретної комунікаційної індустрії та технологічних платформ. Технологічний рівень конвергенції припускає також, що інтерактивність стає ключовим чинником сучасних засобів масової комунікації. Другий рівень – контентний, в межах якого медіа конвергенція призводить до сумісності віддалених та роз'єднаних масовокомунікаційних

груп, передачі функцій від одних засобів масової комунікації до інших та можливості отримувати будь-які контенти будь-якими каналами [69].

Інший дослідник С. Блавацький не погоджується із позицією В. Золяк щодо того, що «конвергенція завжди пропонує синтез технологічних елементів» [68, с. 139]. Натомість, позиція вченого така, що конвергенція у журналістиці «передбачає і синтез, зближення нетехнологічних інгредієнтів (стилістики, контенту, рубрикаційної моделі, принципів відображення дійсності та ін.) [19, с. 135]. У цьому плані ми не можемо погодитися із останньою думкою, адже одним із ключових факторів, що вплинули на створення сучасної системи новин (усіх її складових: як матеріальної, фінансово-організаційної, так і творчої та ін.), є саме технологічний прогрес.

Інформаційно-комунікаційна революція, що стала каталізатором глобальних процесів у політиці, економіці і культурі наприкінці 1990-х рр., безпосередньо пов'язана з удосконаленням засобів зв'язку, розповсюдженням персональних комп'ютерів та інтернету. Одним із новітніх атрибутів розвитку диверсифікованої системи медіа стало явище цифрової конвергенції, коли процес взаємопроникнення і злиття цифрової обчислювальної техніки і систем передачі даних відбувається на основі первинного оцифрування різномірних інформаційних повідомлень (текстових, графічних, аудіовізуальних тощо). Завдяки цифровій конвергенції знижуються витрати на обробку і доставку інформації при збільшенні й удосконаленні функціональних можливостей усього комплексу інформаційно-комунікаційних систем.

При цьому об'єднуючий ефект диджиталізації (цифрової конвергенції) сприяє уніфікації інформаційних обмінів, у результаті чого підлягають переосмисленню традиційні способи класифікації інформаційної продукції мас-медіа. Цю думку підтверджує слушне зауваження вже згадуваної вченої В. Золяк про те, що «конвергенція засобів масової комунікації є можливою завдяки саме процесам диджиталізації, яка дозволяє уніфікувати комунікаційний чинник будь-якого повідомлення у зрозумілій кібернетичній системі спосіб, що санкціонує досить легке «транспортування» повідомлень будь-яким каналом передачі повідомлень. У результаті цього будь-яка кібернетична система перетворюється на особливе середовище, де контент, отримавши новий цифровий вигляд, долає локалізації традиційних засобів масової комунікації та стає соціальним явищем» [69, с. 6].

На нинішньому етапі, в умовах конвергенції ЗМІ відбувається яскраво виражене змішування форматів і «гібридизація» жанрів медіа. Так, виникли інтернет-радіо і веб-телебачення, PDF-газети та інші новітні види медіа. Це дає можливість розширення аудиторії, стимуляції її інтересу, провокування на відповідну реакцію. При цьому інтерактивність (поряд із оперативністю та

періодичністю подачі інформації) стають базовими характеристиками мас-медіа і нерідко визначають саму форму існування того чи іншого ЗМІ.

Розвиток мережі інтернет призвів до появи нового засобу комунікації, децентралізованого і гнучкого. Нині інтернет пропонує не лише високошвидкісну передачу новин, але й чималу кількість інформресурсів, що стосуються тієї чи іншої події. Статистика, історичний контекст, карти, біографії, документи, посилання на альтернативні дослідження, аналітичні статті, думки експертів – усе це можна досить швидко знайти у мережі.

Інтернет змінив динаміку розвитку як новинних медіа, так і їх аудиторії. На погляд учених, тенденції подальшого розвитку інновацій в інформаційній сфері є такими:

- ціна на засоби передачі інформації продовжуватиме знижуватися, а швидкість і доступність комунікаційних технологій зростатимуть;
- надшвидку передачу новин можна буде здійснювати у будь-якій точці земної кулі;
- зростатиме активність аудиторії та створена нею частка медіаконтенту;
- диджиталізація і розвиток комп'ютерних технологій сприятимуть виникненню буквально необмеженої кількості джерел і каналів інформації;
- наукові розробки в області електронних технологій сприятимуть розвитку нового типу комунікації – *комп'юнікації* (англ. – communication), комунікації за допомогою мобільних комп'ютерів і комунікаторів (конвергенція мобільних засобів зв'язку і комп'ютерів тощо) [112, с. 20-21].

Таким чином, глобалізація новин стала невід'ємною складовою інтеграційних процесів у всіх сферах життя людини, трансформувала політичні, економічні і культурні відносини між країнами. В умовах переходу світу на новий етап розвитку – до інформаційного суспільства – склалася система міжнародних новин, яка, зокрема, завдяки процесам цифрової і контентної медіаконвергенції, стала величезним мультимедійним сектором інформаційного ринку і безпосередньо впливає на нього.

Джерело: Сірінюк-Долгарьова К. Глобальний новинний дискурс: тенденції функціонування англословних інтернет-медіа : монографія / К. Г. Сірінюк-Долгарьова. - К. : ЦВП, Запоріжжя : ЗНУ, 2012. – С.69-72.