

Камягина А.А

*Научный руководитель: к.и.н., доцент каф. ПМК М. Е. Гусарова
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: Kamiagina@yandex.ru*

Конвергенция медиа

Становление информационного общества и стремительное развитие технологий кардинально изменили инфокоммуникационный процесс. После появления и распространения интернета, в появившейся информационной среде пересекаются вербальная, визуальная и аудиальная информация. Ни один сайт радио или журнала не обходится без изображений, музыки, видео. Все виды информации объединены и взаимодействуют между собой – это явление и называется конвергенцией медиа [1].

Появление конвергенции медиа обусловлено и значительно изменившимся характером потребления массовой информации. Интерес общества переходит от письменной информации к визуальной. Людям хочется получать наглядную информацию о мире. Для удержания изменившейся аудитории современные масс-медиа пересматривают традиционные модели функционирования, происходит процесс конвергенции. Можно выделить нескольких этапов в становлении конвергенции в медиа.

Первая цепь выделяется на заре человечества, когда события передавались с помощью рисунков на камнях, впоследствии мы научились переносить их на бумагу, а еще позже на фотобумагу. Еще через некоторое время мы начали наблюдать за событиями в мире на экранах телевизоров. Телевидение позволило улучшить распространение информации. Но технический прогресс не стоял на месте. Появились новые средства распространения информации.

Вторая цепь включает в себя изобретение в 1876 году телефона, в след за тем – радио, а по прошествии времени были изобретены кремниевые чипы, передающие информацию посредством сжатия их в мини-устройства. В результате соединения этих изобретений в 1973 году появились сотовые телефоны.

Третья цепь начинается с появления телефонов очень маленького размера. Позднее была изобретена первая цифровая камера, а после появился интернет. В результате синтеза сотового телефона, цифровой камеры и интернета появились первые смартфоны.

В четвертой цепи содержатся следующие события. В середине 1960-х годов появился первый чат для скоростного обмена сообщениями IM (Instant Message). Вследствие прогресса появилась электронная почта, используемая нами ежедневно для обмена сообщениями.

Пятая цепь включает в себя первые записи в блогах, начиная с 1990-х годов, когда была изобретена первая система поиска в интернете. После появляются первые записи в блогах. Далее пользователи интернет сети начали объединяться на форумах [2].

Конвергенция медиа, приводящая к существенному «перераспределению ролей» в традиционных СМИ, изменяет роль и аудитории, и самих передатчиков информации. В связи с этим изменяется вещательная политика и становятся многообразными средства доставки информации и, конечно, видоизменяются технологии воздействия на аудиторию.

Потребитель имеет возможность получать визуальную и аудиальную информацию одновременно, обращаясь к одному сообщению. Исчезает необходимость тратить время на поиски отдельного типа информации, ведь все, что нужно потребителю, есть в одном источнике.

Средства массовой информации всегда исторически отдавали предпочтение какому-то одному основному средству коммуникации: газета – письменности (реже – изображению), радио – устной речи, а телевидение – изображению. Именно поэтому с появлением каждого нового типа СМИ старые средства массовой информации не умирали, вопреки прогнозам многих ученых, предсказывающих, например, смерть газеты в связи с появлением радио [3].

Сегодня система медиа представляет собой объединение уже четырех компонентов: печать, радио, телевидение, интернет.

Информационным пространством, в котором пересекаются все прямые каналы информационных лент, становится интернет, так как доступ к нему имеет практически каждый и он отличается простотой использования и хранения информации.

Исследователи, изучающие проблемы медиаконвергенции, отмечают ее существенное влияние на сбор, создание и распространение информационного продукта. Конвергенция создает новые жанры и форматы, технически позволяющие объединять в себе текстовые, визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, графические и анимационные средства.

Подводя итоги, хочется отметить, что, несмотря на изменения в общемировом курсе развития конвергенции, сама она в целом не изменилась. Вследствие того, что читатель потребляет информацию из разных средств медиа, а источники информации оперируют конвергированным материалом и технологиями.

Литература

1. Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика. - М.: ИПК, 2002. - 170 с.
2. Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., 2000.- 301 с.
3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под. ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. - 200 с.