

КОНВЕРГЕНЦИЯ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА

Особенностью современных масс-медиа стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную формы коммуникаций, массовые и немассовые средства информации. Потребление новых медиа имеет более индивидуальный характер. Новые медиа увеличивают возможности коммуникации. Электронные медиа предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания.

Новая эпоха создает и новую глобальную коммуникационную сферу. Под глобализацией средств массовой информации понимают:

- глобализацию рынков, т.е. возникновение универсального спроса на медиапродукты и новые технологии со стороны потребителей различных стран;
- глобализацию организации производства, когда в различных странах используются одни и те же модели организации медиа бизнеса, включая методы производства, применение технологий;
- глобализацию модели финансирования [1].

На движение информационных потоков уже не оказывают существенного влияния государственные границы. Сейчас границы государства определяются не пограничными столбами, а тем информационным пространством, которое развивает и распространяет данное государство. Изменилась скорость доставки информации, идет процесс формирования новых трудовых ресурсов за счет увеличения количества занятых в информационной индустрии.

Массовая информация, коммуникация приобретают глобальный характер, ее развитие и совершенствование становятся важными факторами прогресса общества благодаря новым информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ). Потенциал ИКТ уже входит в число государственных приоритетов. В стране растет производство информационных продуктов и услуг. В XXI веке бизнес информационных технологий стал одним из наиболее процветающим. Ежегодно отрасль информационных технологий в Казахстане растет на 13-18%. Изменения в жизни казахстанского общества, вызываемые

распространением ИКТ, носят экономический, социально-политический и культурный характер.

Разные виды телевидения, видеоинформация, компьютерные игры, компакт-диски, ноутбуки, банкоматы, мобильные телефоны, цифровые фотоаппараты, кинокамеры, пластиковые карточки, факсы, телексы, электронные устройства защиты и безопасности, дистанционные пульты, видеонаблюдение, различная мультимедийная продукция – это все наша сегодняшняя жизнь. «Включенность» в мир ИКТ стала реальным фактором социальной мобильности, социальной обеспеченности и защищенности.

Наблюдается слияние компьютерной, вещательной и телекоммуникационной технологий. Это сближение и взаимодействие изменяет коммуникационную систему. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных СМИ и создавая новые медиасистемы. Происходит тенденция «конвергенции» – объединения, слияния в единое целое и коммуникационных технологий, рынков и самих средств информации, бытовой и профессиональной техники.

Конвергенция (от лат. «convergere» – приближаться, сходиться) означает «схождение», «сближение», что в контексте медийных реформ обеспечивает разным типам СМИ новое концептуальное взаимодействие с учетом их организационно-структурного сближения или полного слияния, включая формирование новых управленческих методик для оперативного создания оригинального информационного продукта с целью его размещения в различных медийных средах и захвата внимания потенциальной аудитории.

Интернет и процесс конвергенции послужили толчком для развития новых средств массовой коммуникации и изменили медиаландшафт, информационное пространство XXI века. Свободный рынок идей в эпоху глобальной информационной инфраструктуры все больше определяется коммерческими целями, которые и диктуют стремление к либерализации. Исследователь С.Л. Уразова выявляет ряд характеристик, обуславливающих преобразование медийного рынка, которые показывают причинную связь возникновения конвергентных процессов. Вот некоторые из них:

1. Смена мономедийной среды на мультимедийную.

2. Замена классификационного названия медиа – из СМИ они трансформируются в СМК.

3. Возникает новая форма коммуникации – интерактивность.

4. Процессы глобализации с учетом использования современных цифровых технологий изменяют параболу распространения информационного продукта [2].

В отличие от традиционных СМИ пользователи Интернета из пассивных реципиентов информации превращаются в ее активных преобразователей, создателей и распространителей. Цифровая, мультимедийная интерактивная коммуникационная технология становится более доступной в разных регионах мира. «Интеграция всех видов коммуникации на основе волоконно-оптического кабеля в телекоммуникационную структуру служит своего рода «центральной нервной системой всего общества» [3].

В отличие от традиционных СМИ пользователи Интернета из пассивных реципиентов информации превращаются в ее активных преобразователей, создателей и распространителей. Содержание новых медиа создается бесчисленным количеством пользователей, которые производят, редактируют и сами потребляют этот контент. В качестве примеров новых медиа можно привести следующие:

- Интернет,
- Электронные книги,
- Интернет радио,
- Цифровое телевидение (кабельное, спутниковое),
- Видеоигры (компьютерные, мобильные),
- Мобильная связь,
- Киноиндустрия (фильмы, видеоблоги) и др.

Исследователь И.Балахнин к новым медиа относит: свободные площадки для публикации материалов, например, Википедия; разнообразные сервисы для stand-alone блогов, таких как WorldPress или Blogger; площадки для того, чтобы делиться разнообразным контентом: YouTube – для видео, Flickr – для фотографий, Slideshare – для презентаций; платформы для организации дискуссий, локальные форумы; социальные сети: Facebook, LinkedIn, ВКонтакте, мой мир и др.; микроблоги – Twitter, Plurk и др.; агрегаторы социальной информации, например, FriendFeed; лайвкасты – сервисы, позволяющие смотреть и комментировать в прямом эфире трансляции различных событий или программ [4].

Глобальный информационный процесс сильно повлиял на развитие национальных ме-

диа. Особенностью новых медиа стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную форму коммуникаций. Новые СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. Они дают возможность осуществлять межличностное общение. Яркое тому доказательство – развитие блогосферы, социальных сетей, мобильного Интернета, цифрового, интерактивного вещания, за которыми – будущее коммуникации.

Для новых СМИ характерна растущая скорость, взаимосвязанность и двусторонний (интерактивный) характер электронной коммуникации. Информационно-технологическая революция активизировала развитие новых медиа, конвергентной журналистики. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых СМИ республики в эпоху конвергенции.

Глобальное распространение информации и коммуникации создает возможности для свободного общения на разных уровнях: вертикальном, горизонтальном, сетевом, массовом и индивидуальном. Модели изменения медиасистем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция конвергенции играет в этом процессе важную роль.

Традиционная журналистика под воздействием активного развития новых информационных технологий, современных трендов массовой коммуникации становится конвергентной журналистикой. В настоящее время можно выделить две основные тенденции в деятельности конвергентной редакции: это главенствующая роль координатора, собирающего и распределяющего темы, новости, информацию. А также универсализация репортеров на местах, которые должны уметь собирать информацию для всех видов СМИ: записывать комментарии на аудио- и видеоносители, писать материалы для Интернет-СМИ и газет, готовить фоторепортажи.

Журналисты должны расширять спектр своей профессиональной деятельности: сегодня он готовит содержание для Интернета, завтра – пишет телетексты, послезавтра – материал для основного СМИ. Это ведет к реальному освоению мультимедийности, созданию «универсального» журналиста, способного работать в любом мультимедийном формате, владея определенной тематикой.

На базе учебной телестудии им. М.К. Барманкулова факультета журналистики КазНУ

им.Аль-Фараби ведутся занятия по следующим дисциплинам телевизионной журналистики: «Тележурналистика», «Технология подготовки телепередач», «Практический курс подготовки телерепортажа», «Мастерство телеведущего» и многие другие предметы.

Используя современное цифровое оборудование, студенты учатся готовить телевизионные, радиоматериалы: интервью, репортажи, заметки, телесюжеты и программы. Одновременно с подготовкой телерадиоматериалов, студенты факультета журналистики готовят и сетевые материалы, т.е. Интернет-продукцию, информационные новостные выпуски, которые готовятся раз в неделю на двух языках: казахском и русском. Таким образом студенты имеют возможность готовить материалы в разных форматах: в телевизионном, радионном, газетном и сетевом-Интернет-формате.

Казахстанские СМИ активно внедряют конвергентные, мультимедийные редакции. Практически все крупные медиахолдинги стали создавать мультимедийные пространства. Конвергентная редакция позволяет готовить более полноценные материалы, сочетающие в себе глубину газетной журналистики, эмоциональность видео и онлайн-интерактивность.

Конвергенция как понятие начинает доминировать в медиаменеджменте, включая и производство контента. Существенно влияя на сбор, создание и распространение информационного продукта, конвергенция не только кардинально изменяет подходы к управлению информацией, принципиально реконструируя организационную структуру СМИ, но и формирует новую модель журналистики. Отсюда и новые требования при подготовке конвергентных журналистов.

Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального журналистского мастерства. Мультимедийные журналисты быстрее и активнее переходят на конвергентную журналистику, т.к. подготовка ТВ материалов требует знания техники, различного телевизионного оборудования, монтажа. А эти навыки и умения служат основой овладения мультимедийной журналистикой, позволяют быстрее перенимать знания в области газетного, издательского, фото дела, а также Интернет-дизайна, сетевого контента.

Конвергенция – это и слияние рынков. Современная индустрия СМИ движется ко все большей интеграции с телекоммуникационным сектором, производством бытовой техники, информационными технологиями. В результате

создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов.

В настоящее время электронные СМИ, новые медиа влияют на нашу жизнь гораздо сильнее,

чем другие виды коммуникации, отсюда быстро меняющиеся ценностные ориентиры, потребительские запросы. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление коммуникационного развития в эпоху конвергенции.

Литература

- 1 Кирия И.В. «Цифровой раскол» и глобализация СМИ и ИКТ // Вестник МГУ. Серия 10-Журналистика. – 2005. – №4. – С. 49.
- 2 Уразова С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиа среде: методическое пособие. – М.: ИПК, 2010. – С. 11.
- 3 Колесник С.Г. Основные тенденции развития телевидения в США (1995-1996) // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 1998. – № 1. – С. 36.
- 4 Балахнин И. Горизонтальный мир: экономика, инновация, новые медиа//<http://www.Arcbook.ru>, 2011.

References

- 1 Kiriya I.B. The «digital bread» and globalization of mass media and information-communication technologies//Bulletin of MSU. Section –Journalism, 2005.-#4-P.49.
- 2 Urazova S.L. Convergence journalism in digital media sphere: Methodical textbook.-M., 2010-P.11.
- 3 Kolesnik S.G. The main tendencies of development TV broadcasting in USA (1995-1996)// Bulletin of MSU. Section 10–Journalism, 1998-#1-P.36.
- 4 Balakhnin I. Horizont world: economy, innovation, new media// <http://www.Arcbook.ru>, 2011.