

Барлыбаева С., Лейман Е.  
**Глобализация и конвергенция  
медиа развития**

В статье показаны тенденции глобализации и конвергенции, которые влияют на медиаразвитие. Конвергенция – это слияние компьютерной, вещательной и телекоммуникационной технологий. Это сближение и взаимодействие изменяет коммуникационную систему и средства массовой коммуникации. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных СМИ и создавая новые медиасистемы. Эти тенденции стали определять современное медиаразвитие в мире и в Казахстане.

**Ключевые слова:** конвергенция, информационно-коммуникационные технологии, новые медиа, интеграция, Интернет, медийный рынок, социальные сети.

---

Barlybayeva S.Kh., Leiman E.  
**Globalization and convergence  
of media development**

In this article is about tendencies globalization and convergence, confluence computer, broadcasting and telecommunication technologies. This rapprochement is change communication system and mass media. This integration is going to expansion information industry and create new media systems. This tendencies became define of modern media development in world and in Kazakhstan.

**Key words:** Convergence, information-communication technologies, new media, integration, Internet, media market, social network.

---

Барлыбаева С.Х., Лейман Е.  
**Медиадамудың жаһандануы  
мен конвергенциясы**

Мақалада Қазақстандағы ақпараттық индустрияның дамуы, елдегі бұқаралық коммуникациялардың жаңа тенденциялары туралы жазылған. Бұл тұтастық пен ықпалдастық коммуникациялық жүйе мен бұқаралық коммуникация құралдарын өзгертеді. Нақты интеграциялану арқылы ақпараттық индустрия кеңістігі кеңейе түсіп, дәстүрлі БАҚ секторлары ығыстырылып шығарылады да жаңа медиалық жүйелер құрылады.

**Түйін сөздер:** ақпараттық индустрия, ғаламдастыру, бұқаралық коммуникация, интеграция және ақпараттық Қазақстан.

## **ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И КОНВЕРГЕНЦИЯ МЕДИАРАЗВИТИЯ**

Развитие современного общества происходит под влиянием новых информационно-коммуникационных технологий и новых медиа. Интернет, кабельно-спутниковое телевидение, мобильная телефония, цифровое вещание являются одними из главных компонентов процесса глобализации. Они глобальны по своей сути. Глобальными являются и последствия эволюции новых медиа, их внедрение и развитие уже сегодня изменяет формы потребления информации. В настоящее время все страны мира охвачены процессом глобализации. Есть много определений понятию «глобализация», среди них:

Глобализация – процесс лавинообразного формирования единого общемирового финансово-информационного пространства на базе новых, преимущественно компьютерных технологий.

Глобализация – это слияние национальных экономик в единую общемировую систему. Она основывается на возникшей в последнее десятилетие XX в. легкости перемещения капитала, на новой информационной открытости мира, технологической революции, приверженности развитых индустриальных стран либерализации движения товаров и капитала.

Как отмечает профессор Е.Л. Вартанова, глобализация – многомерный процесс, происходящий одновременно на нескольких уровнях. Это глобализация и рынка, и производства, и финансов, и коммуникаций, опирающаяся на глобальную инфраструктуру. Она обеспечивает беспрепятственное круглосуточное движение не только финансовых потоков, но и потоков информации, включая глобальную рекламу. Пространство глобальной коммуникации, формируемое сетями современных информационно-коммуникационных технологий – спутниками, Интернетом, мобильной телефонии – пролегает поверх границ и национального законодательства, и потому, утратив абсолютный контроль над потоками медиаконтента, государство ослабляет его и над идеологическим, и над культурным суверенитетом. Здесь есть позитивные и негативные моменты [1].

По мнению профессора Г.А. Югая, в эпоху информационного общества глобализация – категория не столько экономической интеграции, сколько формирования единого информационно-интеллектуального пространства на базе новых, преимущественно

но компьютерных, технологий [2]. Глобальность – это взаимозависимое многообразие без единства. Понятие «глобализации», по У. Беку, определяется как процессы, которые вплетают национальные государства в деятельность транснациональных акторов и подчиняют их властным возможностям, ориентации и идентичности последних [3].

Исследователь Ф. Уэбстер в книге «Теории информационного общества» приводит свою трактовку глобализации, определяя ее как процесс, означающий рост взаимозависимости и взаимопроникновения человеческих отношений наряду с ростом интеграции социоэкономической жизни. Энтони Гидденс отмечает, что глобализация увеличивает взаимосвязь между людьми, регионами и странами в мире, одновременно сокращая расстояния [4]. Другой исследователь Терхи Рантанен – «глобализация означает одновременно присутствие и отсутствие, переплетение социального, имеющего глобальный масштаб, с личным» [5].

Глобальное распространение медиапродуктов невозможно без глобальных сетей, построенных на использовании современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), без которых процесс глобализации не может существовать и развиваться.

Во всех этих подходах есть нечто общее и важное, а именно подчеркивание достаточно высокого уровня технологического и информационного развития общества и возможность перемещения информации, капиталов и товаров беспрепятственно относительно национально-государственных границ.

В качестве ключевых факторов глобализации выделяются информационный, экономический и технологический. Человеческий фактор является носителем и субъектом преобразования всех этих процессов. Информационно-коммуникационные технологии часто выступают синонимом глобальности. Сам термин «глобальное» выступает одновременно в смысле доступного практически всему миру. Коммуникационные модели медиасистемы в Казахстане и за рубежом становятся похожими и процесс глобализации играет в этом важную роль.

Новая эпоха создает и новую глобальную медиасферу. Под глобализацией средств массовой информации и ИКТ 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 медиабизнеса, включая методы производства, применение технологий;

– глобализацию модели финансирования [6].

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, совершенствование становятся важным фактором развития общества благодаря новым информационно-коммуникационным технологиям. 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 процветающих. 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.

Социокультурный характер воздействия коммуникационной инфраструктуры на общество проявляется в увеличении возможностей общения и сотрудничества, использовании различной информации и знания для решения вопросов, проблем. 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 интег-

рация 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.

В настоящее время цифровая, мультимедийная интерактивная коммуникационная технология расширяет свои границы между странами, становится более доступной в разных регионах мира. Сектор СМК становится взаимодополняемым. «Интеграция всех видов коммуникации на основе оптоволоконного кабеля в телекоммуникационную структуру служит своего рода «центральной нервной системой всего общества» [7].

Использование новых ИКТ усиливает процесс конвергенции и ведет к построению глобального информационного общества. 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 преобразования 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 [8].

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 WordPress 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 [9].

В настоящее время приблизительно 2,1 млрд. человек по всему миру подключены к Интернету. Еще 10 лет назад Facebook и Twitter просто не существовали, а сегодня их пользователями являются 1,5 млрд. человек по всему земному шару. В настоящее время бурно развиваются новые медиа и, в частности, социальные сети во всем мире, и Казахстан не исключение. В республике свыше 700.000 пользователей [10]. К 2015 году число Интернет-пользователей в Казахстане насчитывалось около 12 млн. человек (17,3 млн. жителей в республике).

Особенностью новых СМК стало изменение характера коммуникации. В них трудно различить массовую и личностную форму коммуникаций, массовые и немассовые средства информации. Электронные новые СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. Они дают возможность осуществлять межличностное общение. Яркое тому доказательство – развитие Интернета, мобильной телефонии.

В XXI веке именно передовые информационно-коммуникационные технологии, обеспечивающие динамичное социально-экономическое и культурное развитие, стали определять лицо постиндустриальных государств.

### Литература

- 1 Вартанова Е.Л. Глобализация СМИ и массмедиа России // Вестник МГУ. Серия-10. Журналистика, 2005. – №4. – С. 13.
- 2 Югай Г.А. Голография Вселенной и новая универсальная философия. Возрождение метафизики и революция в философии. Общая метафизика: учебное пособие с хрестоматией. – М.: Крафт+, 2007. – С. 356.
- 3 Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – С. 23.
- 4 Гидденс Э. Социология. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – С. 665.
- 5 Рантанен Т. Национальное и глобальное. Масс медиа и коммуникации в посткоммунистической России. – М.: МГУ, 2004. – С. 10.
- 6 Кирия И.В. «Цифровой раскол» и глобализация СМИ и ИКТ // Вестник МГУ. Серия 10-Журналистика. – 2005. – №4. – С. 49.
- 7 Колесник С.Г. Основные тенденции развития телевидения в США (1995-1996) // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 1998. – № 1. – С. 36.
- 8 Уразова С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиа среде: методическое пособие. –М.: ИПК, 2010. – С. 11.
- 9 Балахнин И. Горизонтальный мир: экономика, инновация, новые медиа // <http://www.Arcbook.ru>, 2011.
- 10 Данные из семинара-тренинга Сони Смитт «Facebook и Twitter для журналистов», 9 июля 2013 г.

### References

- 1 Vartanova E.L. Globalizacija SMI i massmedia Rossii // Vestnik MGU. Serija-10. Zhurnalistika, 2005. – №4. – S. 13.
- 2 Jugaj G.A. Golografija Vselennoj i novaja universal'naja filosofija. Vozrozhdenie metafiziki i revoljucija v filosofii. Obshhaja metafizika: Uchebnoe posobie s hrestomatiej. – М.: Kraft+, 2007. – S. 356.
- 3 Bek U. Chto takoe globalizacija? Oshibki globalizma – otvety na globalizaciju. – М.: Progress-Tradicija, 2001. – S. 23.
- 4 Giddens Je. Sociologija. – М.: Jeditorial URSS, 1999 – S. 665.
- 5 Rantanen T. Nacional'noe i global'noe. Mass media i kommunikacii v postkommunisticheskoj Rossii. – М.: MGU, 2004. – S. 10.
- 6 Kirija I.V. «Cifrovij raskol» i globalizacija SMI i IKT // Vestnik MGU. Serija 10-Zhurnalistika, 2005. – №4. – S. 49.
- 7 Kolesnik S.G. Osnovnye tendencii razvitija televidenija v SShA (1995-1996) // Vestnik MGU. Serija 10. Zhurnalistika, 1998. – № 1. – S. 36.
- 8 Urazova S.L. Konvergentnaja zhurnalistika v cifrovoj media srede: Metodicheskoe posobie. –М.: IPK, 2010. – S. 11.
- 9 Balahnin I. Gorizontal'nyj mir: jekonomika, innovacija, novye media // <http://www.Arcbook.ru>, 2011.
- 10 Dannye iz seminar-treninga Soni Smitt «Facebook i Twitter dlja zhurnalistov», 9 ijulja 2013 g.