

Секция «Журналистика»

Конвергенция и мультимедийность: попытка теоретического осмысления явлений

Кульчицкая Диана Юрьевна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: diana_ku@mail.ru

Конвергенция и мультимедийность – два термина, которые в настоящее время постоянно применяют в отношении новых медиа. Эти термины неразрывно связаны с Интернет-журналистикой. Они описывают те явления, которые происходят в современном медийном пространстве. Однако частота их употребления несколько усложняет работу исследователей, поскольку приводит к размыванию границ явлений. Более того, мало где в теоретической литературе проводится четкая грань между мультимедийностью и конвергенцией. Иногда эти понятия считают практически взаимозаменяемыми. Между тем на практике оказывается, что ставить знак равенства между ними неправомерно. Поэтому особую актуальность приобретает теоретическое осмысление обоих явлений, которое поможет лучше понять их суть и определить объем отражающих их понятий. Данное исследование основывается на рассмотрении существующих теоретических подходов к конвергенции и мультимедийности, а также на анализе глубинных интервью с представителями индустрии СМИ.

Впервые слово “конвергенция” появилось в трудах английского ученого Вильяма Дерхама, который пытался измерить скорость звука, определяя интервал между вспышкой и грохотом пушки. [5] Словом “конвергенция” (от лат. *convergo* – сближаться, сходиться) также описывали процессы схождения и взаимоуподобления в биологии, а позже в этнографии и языкознании. Основываясь на этом первоначальном значении, философы и социологи ввели этот термин в общественно-политические науки. [2]

В 1970-ые годы термин “конвергенция” начали использовать, говоря об интеграции различных технологических платформ – телевизоров, компьютеров и телефонов. Однако практическое измерение понятие конвергенции стало приобретать в связи с активным внедрением в жизнь людей Интернета. Особое значение для этого имел тот факт, что слияние технологических платформ стало возможным благодаря такому процессу, как дигитализация - перевод в цифровую форму разных типов содержания (текста, звука, графики). Появилась возможность объединить виды информации, которые ранее были несовместимыми в рамках одного продукта. Всемирная сеть стала плодотворной средой для такой интеграции. [2]

Сегодня, когда практическое применение конвергенции мало кто отрицает, разные исследователи все равно продолжают понимать этот термин по-разному. Однако в современной теории коммуникации все же есть более-менее устоявшиеся дефиниции. Например, в книге Л.М. Земляновой дается следующее определение:

“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 транс-

миссии информации в коммутирующихся телекоммуputerных и телефонно-кабельных линиях». [Землянова Л.М., 2004, С.84]

В учебном пособии «Интернет-СМИ» есть более сжатое определение: «Конвергенция – это сближение, слияние на цифровой основе различных медийных платформ, типов СМИ». [Лукина М.М., 2010, С. 342]

Бурное развитие процессов конвергенции приводит к вполне конкретным изменениям в профессии журналиста. Одно из них проявляется в том, что меняются компетенции, которые необходимы журналисту для успешной работы в масс медиа. Теперь все больше редакций требуют от своих работников мультимедийных навыков. Корреспондент должен уметь не только писать, но и снимать фото и видео, работать со звуком, т.е. создавать материалы, используя разные медиа. Эту особенность современных СМИ американские исследователи Стефан Куин и Винсент Филак называют *information-gathering convergence* (конвергенция методов сбора информации). [4] Под этим они подразумевают новые принципы работы журналистов, которым приходится осваивать специфику разных медиа. С другой стороны, возникает и так называемая «конвергенция повествования» или *storytelling or presentation convergence*, которая заключается как раз в формировании нового типа медиатекстов, интегрирующих разные типы информации в пределах одного медийного продукта. То есть изменение принципов работы журналистов приводит к тому, что на выходе появляются принципиально новые журналистские произведения.

Именно такими принципиально новыми произведениями являются мультимедийные журналистские материалы, которые представляют информацию с помощью разных знаковых систем – текста, звука, картинки и т.д. Сам принцип интеграции разных медиа существовал давно, но получил полное воплощение с ускорением конвергенции, т.е. техническим слиянием различных платформ.

Суммируя все вышесказанное, можно заключить, что мультимедийность представляет собой одно из проявлений и выражений конвергенции, которая по своей сути является более глобальным, общим процессом. Разницу между этими двумя феноменами, по мысли одного из представителей индустрии СМИ, можно сформулировать и иначе: конвергенция – это *modus vivendi* в современных масс-медиа, а мультимедийность – это *modus operandi*. Последняя имеет прикладной характер и описывается более узким понятием. Объединение различных технических устройств и цифровизация контента сделала на практике возможным существование мультимедийных произведений. Также следует отметить, что конвергенция – это процесс сближения различных платформ, а мультимедийность – характеристика продукта, сделанного с использованием разных знаковых систем. Эти два термина описывают разные явления, которые используют общие смыслы и методы. Стоит сказать, что часто и под конвергенцией, и под мультимедийностью понимают просто использование множества платформ. Такой чисто технический подход обедняет эти два явления, а кроме того полностью стирает границу между ними. Конвергенция действительно является технически обусловленным явлением. Она началась с технических новинок и развития дигитализации. Однако и мультимедийность, и конвергенция имеют свои измерения в культуре. К такому подходу призывает и австралийский исследователь Терри Флю, который предлагает рассматривать все новые медиа как «культурные технологии». [3]

Литература

1. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.
2. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. Пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М., 2010.
3. Flew, T. New Media: an introduction. Oxford University Press. 2005.
4. Quinn, S., Filak, V. Convergent media. An introduction. Focal Press. 2005.
5. Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Rowman & Littlefield Publishers. 2003.