

**Конвергенция традиционных и новых медиа в современном  
информационно-коммуникативном пространстве**

**Бабичев Михаил Александрович**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: babichev.mikhail@gmail.com*

В связи с цифровой революцией, вызвавшей небывалую скорость обмена информацией, глобализацией информационно коммуникативного пространства, вовлечением в медиа среду широких слоев населения для более эффективного решения новых задач, происходит конвергенция старых и новых медиа.

«Конвергенция - переход СМИ к объединенному производству контента для разных каналов массовой информации, или, как теперь принято говорить, для разных медийных платформ» (Л.А. Каллиома 2013:1).

Медиа среда в настоящее время не только обособленный фрагмент социальной реальности, но и механизм влияющий на все другие сферы жизни общества (экономическую, политическую, духовную и т.п.). Более того, в современных условиях, медиа не только отражают те или иные события, но порой и сами формируют повестку дня. В наше время заметно насколько повседневная жизнь людей связана с медиа. Особенно сильно в процесс медиатизации включены жители мегаполисов, для большинства из них медиапотребление часть ежедневного опыта.

В современной медиасреде можно выделить следующие каналы передачи информации: традиционные (периодические издания, радио, телевидение) и новые: (интернет, мобильная связь).

Появление Интернета, стремительное развитие информационно-компьютерных технологий привели к структурным изменениям в медиа системе. Освоение традиционными медиа новых форм взаимодействия, прежде всего в рамках глобальной паутины, приводит к образованию совершенно иных типов коммуникации. Основой данных изменений является конвергенция.

На данном этапе развития жизни общества стоимость передачи и хранения информации упала в разы, таким образом, практически каждый человек благодаря новым медиа является не только получателем информации, но и ее распространителем. Интернет среда позволила в разы ускорить распространение информации, а также позволила органично совместить текстовую, визуальную и аудиовизуальную составляющие, тем самым, по сути, объединила все ранее существовавшие форматы медиа, а также добавила интерактивную составляющую.

В настоящее время происходит процесс многомерной конвергенции в рамках медиасреды. Отвечая на существующий общественный запрос, медиа ищут более жизнеспособные формы коммуникации. Наблюдается движение к все большей мультимедийности и интерактивности. Главным катализатором подобных изменений послужило массовое распространение интернета и мобильной телефонии. Так, согласно исследованиям ВЦИОМ, 23% процента россиян получают информацию из сети, при этом аудитория на 50% состоит из молодых людей в возрасте от 18-24 лет, также, если обратиться к результатам исследования, проведенному Левада центром, аудитория Интернета только возрастает.

«Интенсификация и экстенсификация медиатизации общества порождают новые социальные последствия, меняют как существование самого человека, так и устоявшиеся

закономерности всего спектра социального взаимодействия» (Чудновская И.Н. 2014:811).

В докладе будут рассмотрены результаты проведенного нами исследования, показывающего, что вместе с кардинальными изменениями в структуре медиа, изменился тип коммуникации между людьми. Также данная работа раскрывает особенности функционирования традиционных медиа в условиях конвергенции. Произведен анализ характерных черт медиаконвергенции в России. В работе были проанализированы как эмпирические данные о медиапотреблении, так и теоретические концепции М. Маклюэна, У.Эко, Н.Лумана и др.

Среди выводов, полученных в рамках данного исследования, можно отметить следующие: 1. Стремительное развитие новых медиа; 2. Сохранение традиционных медиа в новых условиях, несмотря на кардинальные изменения в каналах связи. 3. Трансформация коммуникации между людьми в связи с изменениями в медиа структуре.

### Источники и литература

- 1) Чудновская И.Н. Медиатизированное общество как перспективный объект социологии // IX Международная научная конференция «Сорокинские чтения»: Приоритетные направления развития социологии в XXI веке: К 25-летию социологического образования в России. Сборник материалов. Электронное издание. М.: Издательство Московского университета, 2014. С. 809-811.
- 2) Л.А. Каллиома. Адаптация как стадия перехода редакции к конвергентным основам информационного производства (опыт «Российской газеты»). Медиаскоп №4. 2013г URL: <http://www.mediascope.ru/>
- 3) ВЦИОМ: ««ОНЛАЙН И ОФЛАЙН: ОТКУДА ПОЛУЧАЮТ ИНФОРМАЦИЮ РОССИЯНЕ» [Офиц. сайт]. URL: <http://wciom.ru/> (дата обращения 26.02.2015).
- 4) АНО Левада-Центр: «Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет» [Офиц. сайт]. URL: <http://www.levada.ru/> (дата обращения 26.02.2015).