

ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ

DOI: 10.24290/1029-3736-2018-24-3-7-23

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ НА ПРОЦЕССЫ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ

О.И. Молчанова, канд. пед. наук, доц., доц. кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории Санкт-Петербургского государственного экономического университета, улица Садовая, д. 21, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, 191023*

Цель данной статьи — рассмотреть процесс формирования взглядов зарубежных и российских исследователей на проблему процессов медиаконвергенции. Акцентируется внимание на социологическом аспекте данного явления. Указаны базовые понятия, формирующие тенденции и перспективы развития в изучении медиаконвергенции как современного феномена. Переосмысление понятия конвергенции началось с публикаций, в которых знания и информационные технологии были названы основными составляющими будущей экономики: конвергенция предстала явлением, с которым следует считаться, которое становится определяющим понятием в контексте глобализации. Рассматривая медиасреду как особую систему, состоящую из средств коммуникации, причем в синергетическом эффекте, зарубежные социологи кардинально изменили представление о современных медиа, об их возможностях, степени влияния на социум. Социологический аспект в исследованиях состоит в необратимом воздействии медиаконвергенции на жизнедеятельность каждого человека, на его состоятельность в обществе, его сознание, способы коммуникации, профессиональную сферу, досуг. В целом история развития социологических взглядов на процессы медиаконвергенции настраивает на поликонтекстуальность в изучении массмедиа. Сегодня их следует изучать в совокупности всех современных научных дисциплин, в теоретическом и практическом прикладном аспектах. Автором статьи была составлена таблица, в которой представлены этапы развития социологических взглядов на процессы медиаконвергенции с краткой характеристикой каждого из них. Выявлены основные направления перспективных социологических исследований, соответствующих вызовам настоящего времени.

Ключевые слова: медиаконвергенция, конвергентные процессы, медиасреда, массмедиа, социологические результаты, социальная среда.

* Молчанова Ольга Ильинична, e-mail: moi.2012@bk.ru

FORMATION OF SOCIOLOGICAL VIEWS ON THE PROCESSES OF MEDIA CONVERGENCE

Molchanova Olga I., the Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of international relations, media studies, political science and history, St. Petersburg State University of Economics, Sadovaya street, 21, St. Petersburg, Russian Federation, 191023, e-mail: moi.2012@bk.ru

The purpose of this article is to examine the process of emergence and views of foreign and Russian researchers on the problem of the processes of media convergence. Focuses on the sociological aspect of the phenomenon. Provided basic concepts, the trends and prospects in the study of media convergence as a modern phenomenon. Rethinking the concept of convergence began with the publications in which knowledge and technology have been named as key components of future economy, convergence has become a phenomenon to be reckoned with, which will soon become a defining concept in the context of globalization. Considering the media environment as a system consisting of means of communication, foreign sociologists have radically changed the view of modern media, of their possibilities, their degree of influence on the society. The impact of media convergence on the life of each person, his worth in society, his mind, the ways of communication, to the professional world, and to leisure is only a part of important research areas. In general, the history of the development of sociological views on the processes of media convergence adjusts to multicontextual in the study of media. Today should be studied in the aggregate of all modern scientific disciplines, in both theoretical and practical applied aspects. In the end, the author has compiled a table that presented the stages of development of sociological views on the processes of media convergence with a brief description of each of them. The main trends and promising sociological research relevant to the challenges of the present time.

Key words: media convergence, convergent processes, the media environment, the media, social views, social environment.

Трансформация медиасферы под воздействием медиаконвергенции и ее влияние на социальную среду – удивительный феномен, требующий глубокого осмысления. Для того чтобы видеть тенденции и перспективы социальных преобразований под воздействием конвергентных процессов, следует рассмотреть историю возникновения и развития социологических взглядов на данную проблему.

Следуя в рамках социологического подхода к пониманию процессов медиаконвергенции ее следует рассматривать как фактор необратимого влияния на жизнедеятельность общества, как совокупность идей, принципов, норм и правил, обеспечивающих баланс, при котором общество может успешно развиваться.

Понятие конвергенции в сфере медиа появилось не сразу, прежде оно активно использовалось в различных науках, в которых термин “конвергенция” обозначает интеграционные процессы по

основному значению латинского слова *convergere* “приближаться, сходиться”.

Первыми областями применения теории конвергенции стали экономика и социология. Немецкий экономист В. Ойкен¹ в первой половине XX в. обратился к теории конвергенции, применив ее к развитию человечества в целом, взяв за основу характер ее воздействия на цивилизацию.

Данная теория в следующем десятилетии нашла отражение в трудах таких ученых, как У. Ростоу, П. Сорокин, Р. Аарон, Д.К. Гэлбрейт, Я. Тинберген, П.Т. де Шарден, О. Флехтхайм. С середины прошлого века данное понятие стало употребляться в общественно-политических науках. Предполагалось, что мирное сосуществование двух систем, капитализма и социализма, вполне допустимо, и, более того, их синтез как “смешанное общество” должен быть лучше и эффективней как в экономическом, так и в политическом, и в идеологическом аспектах. Теория конвергенции выражалась в общности политических систем: при капитализме и социализме развиваются наука, производство, имеются общие проблемы в таких сферах, как демография, бюрократия, “массовая культура” и т.д.²

Американец У. Ростоу, голландец Я. Тинберген писали о сближении двух политических формаций – капиталистической и социалистической, а основной силой данного процесса назвали научно-техническую революцию³.

В 1960-х гг. тема конвергенции становится популярной у зарубежных социологов, которые сквозь призму конвергенции взглянули на устройство социума и его будущее.

В 1962 г. книга Д. Белла “Конец идеологии” стала настоящей сенсацией; в ней автор высказался о новом типе общества⁴. Знания и информационные технологии американским социологом были названы основными составляющими будущей экономики. Гипотеза о том, что новое общество будет опираться на технологии и информационную индустрию, стала основополагающей в данной работе. Благодаря Беллу началось переосмысление понятия конвергенции как явления, с которым следует считаться, за которым будущее и которое вскоре станет определяющим понятием в контексте глобализации.

Исследователю удалось вычленить несколько проблем, которые затем нашли свое отражение в современных тенденциях развития медиаконвергенции:

¹ Ойкен В. Основы национальной экономики. М., 1996.

² Добреньков В.И., Кравченко А.И. История зарубежной социологии. М., 2005.

³ Там же.

⁴ Bell D. The End of Ideology. Glencoe (Ill), 1960.

- слияние систем телефонии, компьютеров и телекоммуникаций в единую модель;
- замена бумаги на электронные средства записи, возникновение возможности дистанционного копирования и использования документов;
- доставка потребителю телевизионной трансляции посредством кабеля;
- развитие системы хранения информации с помощью компьютера и возникновение возможности запроса сведений через поисковые системы;
- развитие дистанционного образования на базе обучения с помощью компьютера, что актуально для слаборазвитых регионов;
- возможность использования видеодисков с целью развлечений, а также самостоятельного образования⁵.

Так, постепенно осмысление явления конвергенции проникает в сферу медиа, что становится источником новых идей для ученых, сумевших по-новому взглянуть на происходящие процессы в обществе.

Целая плеяда представителей английской теоретической школы в области социологии журналистики и средств массовой коммуникации имеет отношение к исследованию конвергентных явлений. Наиболее яркие ее представители Д. Макквейл, Д. Халлоран, Д. Бламлер, Д. Тренемен и др.

Создателем английской школы считается Дж. Тренемен, автор книги “Коммуникация и понимание”, вышедшей в 1967 г. В ней экспериментально сравнивались возможности разных СМИ. Немного ранее, в 1961 г., Дж. Тренемен в соавторстве с Д. Макквейлом написали работу “Телевидение и политический образ”, в которой рассматривалось влияние СМИ на общественное мнение в период выборов 1959 г. в Англии.

Конвергенция в трактовке объединения различных сфер деятельности, понятий в 1960-е гг. становится популярной темой для обсуждения, причем как на научном, так и на социальном уровнях: на конференциях, в научных трудах, на страницах газет.

Во второй половине XX в. происходит обособление социологии журналистики как отдельного направления. Д. Макквейл изучает журналистику как социальный институт, анализирует проблемы СМИ, социально-экономическое состояние аудитории, ее интересы, взаимоотношения журналистов с предпринимателями, властями,

⁵ Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. М., 1986. С. 336.

обществом в целом⁶. На рубеже 1960–1970-х гг. он пишет и редактирует труды, посвященные проблемам социального общения под воздействием массмедиа. Таким образом, ученый прогнозирует возрастающую роль массмедиа в обществе и интегрирующих процессов, их неизбежность.

Прорывом в осмыслении происходящих процессов является деятельность крупнейшего теоретика в области изучения медиа канадского ученого Герберта Маршалла Маклюэна, согласно воззрениям которого, все средства коммуникации выступают как “технологии” (“посредники”), введение которых в окружающий мир человека меняет его коммуникации, формирует новый способ мировосприятия и образ жизни. Маклюэн определил дальнейшее направление изучения глубинных процессов природы конвергенции.

Во-первых, Маклюэн рассматривает медиасреду как особую систему, состоящую из средств коммуникации, однако не просто как их сумму, а в синергетическом эффекте, что кардинально меняет представление о современных медиа. “Скрещивания, или гибридные соединения средств коммуникации, высвобождают великую новую силу и энергию, сопоставимую с той, которая высвобождается при расщеплении ядра или термоядерном синтезе”⁷, таким образом акцентируется свойство эмерджентности медиасреды как внезапно возникающее качество в развивающейся системе, что является одним из основных положений синергетики.

Во-вторых, медиасреда остается незаметной для человека. Она связывает его с внешним миром, но связи эти не имеют материальной оболочки.

В-третьих, Маклюэн считает, что любая медиасреда постоянно трансформируется и трансформирует социум. Появление нового медиа связано с изменениями взаимосвязей, установившихся ранее.

Идеи Маклюэна опередили время, и только сегодня становится понятно, как прав был исследователь, как точен был его прогноз и насколько близко он подошел к трактовке современных взглядов на общественное развитие. В 80-гг. прошлого века, подчеркивая социокультурные трансформации, М. Маклюэн и К. Фиоре заявляют: “В нашу электрическую эпоху мы видим себя все более и более переводимыми в форму информации и идущими в сторону

⁶ Орехова С.Г. Критический обзор теоретических исследований английской буржуазной пропаганды и журналистики: социологическое и социально-психологическое направления // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1978. № 4. С. 90–91.

⁷ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=102820>

технологического расширения сознания”⁸. Данное утверждение вновь звучит сенсационно, но мы уже наблюдаем социальные изменения, связанные с выходом человека в глобальную сеть, как меняется сознание и поведение современного потребителя, что находится в центре внимания многих современных исследователей.

В отечественной социологии явление конвергенции поначалу рассматривалось так же, как и в зарубежной, в техническом аспекте и с точки зрения политических процессов.

Академик Андрей Сахаров, как дальновидный ученый, заинтересовался теорией конвергенции и даже написал книгу, вышедшую в 1968 г. в свет, в которой отмечал: “Эти идеи возникли как ответ на проблемы нашей эпохи и получили распространение среди западной интеллигенции, в особенности после Второй мировой войны. Они нашли своих защитников среди таких людей, как Эйнштейн, Бор, Рассел, Сцилард. Эти идеи оказали на меня глубокое влияние, я увидел в них надежду на преодоление трагического кризиса современности”⁹.

Надо отметить, что по мере развития массмедиа и роста их роли в обществе актуализируется интерес со стороны исследователей к сфере массовой коммуникации. Сфера медиа уже в первой половине XX в. активно изучается американскими авторами (П. Лазарфельд, Г. Саймон, Б.Ф. Грин и др.), немецкими учеными (Т. Адорно, М. Хоркхаймер и др.), британскими и французскими исследователями (Ф. Ливис, Д. Томпсон, Ж. Деррида)¹⁰.

Так, французский философ и теоретик литературы Жак Деррида, которого по праву называют одним из основоположников идеи нелинейного письменного текста, замечает в своем классическом труде “О грамματοлогии” (1967): “...то, с чем имеет дело современное мышление, не может быть представлено на письме линейно, в форме книги”¹¹. Это важное замечание как предвидение появления гипертекстуальности положило начало осмыслению новых свойств современного текста и его восприятия.

В 1977 г. советский ученый В.С. Хелемендик заявил о координации и взаимодействии функций печати, радио и телевидения, выдвинув предположение о том, что “со временем организационная структура журналистики изменится, и ныне самостоятельная газета,

⁸ Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. М., 2012.

⁹ Сахаров А.Д. Размышления о прогрессе, мирном сосуществовании и интеллектуальной свободе. URL: <http://coollib.com/b/267574/read>

¹⁰ Медиа. Введение: Уч. / Под ред. А. Бриггз, П. Кобли. М., 2012. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>

¹¹ Цит. по: Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 2010.

радио, телевидение сольются в своеобразные объединения с общим информационным центром, планированием и измерением эффективности их воздействия на массы”¹². Данное предположение в 1970-е гг. звучало как сенсация, но, тем не менее, актуальность темы была очевидна, и, вполне закономерно, что различные аспекты ее исследования оказались в сфере научных интересов таких ученых, как М.К. Барманкулов, Е.П. Прохоров и др.

Е.П. Прохоров писал о четком взаимодействии печати, радио и телевидения в случаях необходимости решения социальных проблем¹³.

Однако в трактовке термина “конвергенция” на протяжении довольно длительного времени лидирующим оставалось понятие интеграции.

В 1980-х гг. в ходе дискуссий о возможности регулирования телекоммуникационного и вещательного рынков США и Западной Европы термин “конвергенция” получил дальнейшее развитие. Так, книга политолога И. де Сола Пула “Технология свободы” посвящена конвергенции, которую автор применяет к коммуникационным технологиям. Исследователь делает прогноз, в котором предполагает оцифровку информации, обмене ею в информационных сетях с помощью электроники¹⁴.

Испанский социолог М. Кастельс, однако, отметил, что люди способны изменять электронную систему, вступая с ней во взаимодействие для решения определенных задач, “формируя жизнь и формируясь жизнью в одно и то же время”¹⁵. Таким образом, им была отмечена и поднята одна из серьезных социальных проблем, которая пока не решена человечеством и остается до сих пор в поле зрения как футурологов, так и социологов: неоднозначность отношений человека и созданных им технологий.

Американский медиатеоретик Дуглас Рашкофф в 1994 г. вводит термин “медиавирус”, обозначая им “мемы и мемокомплексы”, которые, распространяясь, способны изменить восприятие и отношение людей к определенным событиям, происходящим в жизни. Рашкофф приводит пример “эффекта бабочки”, когда какое-либо событие, случившееся в одной части сложной системы, может кардинально повлиять на изменения в другой. Использование коммуникационной стратегии авторами вирусных сообщений (ролик,

¹² Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры (опыт системного исследования). М., 1977.

¹³ Прохоров Е.П. Союз пера, микрофона и телекамеры // Телевидение. Радио-вещание. 1978. № 6. С. 4.

¹⁴ Pool I. de Sola. Technologies of Freedom. Cambridge, 1983.

¹⁵ Кастельс М. Галактика Интернет. URL: <http://m.litread.ru/read/431307/436000-437000?page=1> (дата обращения: 25.12.2017).

реклама) мотивирует пользователей пересылать своему окружению данное послание, что может определенным образом сказаться на внедрении конкретных социальных идей, способных изменить общественное мнение больших социальных групп. Принцип вовлеченности пользователей, лежащий в основе данной стратегии, продемонстрировал свою эффективность, что гораздо продуктивнее традиционных способов воздействия¹⁶.

Научный мир Восточной Европы также был заинтересован теорией конвергенции. Формы взаимодействия СМИ изучались Г. Айслером, Д. Георгиевой, В. Симеоновой и др. Так, К.-Г. Рер доказывал, что кооперирование “помогает сильнее выявить публицистические особенности различных видов журналистики и характер связи между ними”¹⁷. Далее в своих трудах П. Фиртель отмечает, что “кооперирование усиливает непрерывность информационного влияния, устраняет неоправданные повторы содержания, с одной стороны, пробелы в информации – с другой”¹⁸. Влияние на общественное мнение и формирование общественного сознания – одна из самых актуальных проблем в социологии данного периода.

В 1990-х гг. дискуссии о конвергенции начинают приобретать практический смысл, так как интернет становится необходимостью как в профессиональной деятельности граждан, так и в личном пользовании. Развитие теории медиаконвергенции происходит в применении уровневого подхода: “...на технологическом уровне конвергенция – это слияние технологий распространения и производства информации, которое позволяет разным СМИ – кабельным или телефонным сетям, беспроводной спутниковой связи – доставлять аудитории одинаковые типы содержания. На уровне медиаиндустрии конвергенция проявляется в том, что предприятия по производству домашней электроники, компьютеров, оборудования для телекоммуникационного и аудиовизуального секторов вступили в период слияния <...> на профессиональном журналистском уровне конвергенция проявляется в нескольких формах. Во-первых, она приводит к слиянию прежде достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации. Во-вторых, изменяются требования к самому журналисту. Современные профессиональные требования к журналистам предполагают наличие у них мультимедийных навыков <...>. В-третьих, конверген-

¹⁶ Федоров Р.Ю. Проблемы изучения Веб-пространства как сложной самоорганизующейся системы. URL: <http://pandia.ru/text/78/524/61370.php>

¹⁷ Neue Deutsche Presse. 1967. N 3.

¹⁸ Neue Deutsche Presse. 1974. N 8.

ция СМИ, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров”¹⁹.

Е.Л. Варганова дает трактовку этому уникальному явлению: «Конвергенция – это слияние прежде различных и разобщенных медиа, в результате чего становится трудно определить, о каком же конкретно средстве идет речь. Радио в Интернете, энциклопедия Британика на компакт-диске, видеофильм по каналу кабельного ТВ или электронное рекламное сообщение, принятое вашим миниатюрным карманным коммуникатором, внешне похожим на калькулятор, но выполняющим большинство функций персонального компьютера... Передача функций одних СМИ другим, “перемена ролей” у разных каналов коммуникации, возможность получать одинаковые содержательные продукты разными каналами – все это радикально меняет прежние представления о каналах коммуникации и информации»²⁰. Данное видение спрогнозировало те тенденции, которые определяют трансформацию современной медиасферы.

Этот период характерен множеством подходов в трактовке понятия медиаконвергенции и попытками обоснования типологии данного явления.

Г. Дженкинс, разрабатывая данную проблему, предложил несколько значений понятия “медиаконвергенция”, среди которых наряду с технологической, экономической, культурной называет социальную медиаконвергенцию, которая выражается в проявлении “многозадачных стратегий”, так как современному потребителю информации приходится одновременно совершать несколько действий: читать сообщения, приходящие с различных гаджетов, проверять почту, смотреть телевизор, слушать радио, т.е. быть своеобразным приемником информационных потоков различных уровней локальности²¹.

Американские исследователи Г. Мейкл и Ш. Янг рассмотрели процесс медиаконвергенции с различных точек зрения, взяв за основу различные аспекты проявления:

– *технологический* – телекоммуникационные сети объединяются вокруг цифровых медиаплатформ;

– *производственный* – производство в цифровом медиaprостранстве нового контента, рост медиакomпаний, в основе которых используются цифровые технологии (Google, Apple, Microsoft и др.);

¹⁹ Добренков В.И., Кравченко А.И. Указ. соч. С. 286–287.

²⁰ Варганова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. С. 11–14.

²¹ Jenkins H. Convergence? URL: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/>

– *социальный* – увеличение объема содержания в различных социальных сетях, создаваемого пользователями;

– *текстуальный* – внедрение “трансмедийной” концепции, которая предполагает создание истории на нескольких медиаплатформах с использованием видео, фото, игры, инфографики и др.)²².

Как пишет М.К. Симкачева: “Процессы, происходящие сегодня в журналистике и в средствах массовой информации, существенно изменили структуру современной медиаиндустрии, перекроили систему СМИ и совершенно по-иному формируют глобальное медиаполе. Современное медиаполе существенно расширилось за счет взаимодействия с сетью Интернет, с социальными сетями, блогосферой, рекламой и PR, активного привлечения аудитории к созданию информационного контента”²³. Таким образом, речь идет об одном из ярких проявлений нового медиаполя – феномене новых медиа.

Термин “новые медиа” стал актуален в конце XX в. и начал применяться для обозначения появившихся цифровых, компьютерных, информационных технологий. Новые медиа означают любую медиапродукцию, обладающую интерактивностью и распространяемую с помощью цифровых технологий. Характерными особенностями “новых медиа” становятся доступность и инновационные способы доставки конечного продукта потребителю. Сутью данного феномена являются информационно-коммуникационные ресурсы, дающие возможность его участникам получать и транслировать информацию, обмениваться ею, быть активными акторами в процессе циркуляции информационных потоков.

Ключевым моментом в идеологии новых медиа стала возможность интерактивного взаимодействия, что позволяет не только общаться в режиме реального времени, но и создавать свое собственное медиа, используя текст, фотографии, аудио, видео, инфографику, причем без ограничения во времени и пространстве.

Новые медиа создали и продолжают формировать коммуникативную социальную модель. Пока нет точного их определения, но имеются попытки формулирования этого понятия. Например, С.Г. Носовец определяет новые медиа как “высокотехнологичные интерактивные интернет-медиа, обладающие потенциалом гипермедийности и мобильного доступа к контенту”²⁴. Однако суть дан-

²² Meikle G., Young S. Media convergence: networked digital media in everyday life. N.Y., 2012.

²³ Симкачева М.К. Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя // Ученые записки Казанского университета. 2015. Т. 157. Кн. 4. Гуманитарные науки. С. 118–126.

²⁴ Носовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

ного явления, как нам кажется, шире, так как новые медиа мы связываем с современными информационными и коммуникационными технологиями, посредством которых можно передавать информацию и общаться в режиме онлайн.

Одна из характеристик новых медиа носит название “видимая бесконечность”, так осмысливается гипертекстуальность и нелинейность современного текста. Новые медиа ежедневно предъявляют миру бесконечное количество строк текста, инфографики, видео и т.д., будучи цифровыми, они распространяются по всему пространству медиа с огромной скоростью, а значит, контент становится в тысячи раз больше за счет такого дублирования²⁵.

Новые модели коммуникации в сетевом пространстве связывают с появлением Web 2.0. Данный термин, как известно, был введен Тимом О’Райли в начале XXI столетия и означает “самостоятельное производство контента массой пользователей и активный обмен информацией между ними”²⁶.

Развитие Web 2.0 способствовало развитию новых форм коммуникации, что, в свою очередь, привело к формированию PR 2.0. Изменения в медиасфере сказываются на всех сферах современной жизни и формируют принципиально новое информационное общество, которое нуждается в новом информационном продукте²⁷. Тема конвергенции касается институциональной сферы журналистики, рекламы и связей с общественностью, что сказывается на жанровом и стилистическом уровнях медиатекста — это одно из востребованных направлений исследования филологии, социологии, психологии.

В современных условиях отличительной чертой PR 2.0 является перманентный интерактив с целевой аудиторией. Тем самым PR 2.0 фокусируется на взаимодействии непосредственно с потребителем, может осуществлять коммуникацию с ним без помощи журналиста. Социальные медиа дают возможность каждому пользователю открыто выражать свое мнение о продуктах и услугах, обсуждать, спорить и делать выводы²⁸.

С начала XXI в. исследователи активно проявляют интерес к понятию “медиалогия” как к учению, опирающемуся на целый

²⁵ Бурдые П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. I. № 2.

²⁶ Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика. М., 2012.

²⁷ Молчанова О.И. Влияние процессов медиаконвергенции на деятельность современных связей с общественностью // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17. № 3. С. 73–80.

²⁸ Гавра Д. PR “дваноль” // Корпоративная имиджология. URL: <http://www.ci-journal.ru/article/596/pr-dvanol>

ряд гуманитарных дисциплин – культурологию, философию, филологию, педагогику, политологию, социологию и т.п.

Термин “mediologie” ввел французский социолог Р. Дебре еще в 1990 г. В книге “Введение в медиологию”²⁹ он предлагает различные подходы и понятия относительно процессов коммуникаций.

Современная трактовка медиалогии как новой науки гораздо шире. Авторы различных публикаций делают попытки сформулировать ее. Как пишут А.П. Суходолов и М.П. Рачков: “Медиалогия, в нашем понимании, есть синтез теории СМИ и теории журналистики, возвышающий над собой теорию управления массмедиа. В конечном счете медиалогия имеет своей задачей обеспечение здорового образа жизни человечества в системе глобальных социальных коммуникаций”³⁰. Данная социальная задача, стоящая перед новой наукой о массмедиа, может быть решена в процессе обновления медиатеории, которая должна включать аспект управления системой массмедиа, аспект подготовки профессиональных кадров для современных массмедиа, аспект трансформации мышления современного потребителя и т.д.

Процесс становления медиалогии как научной дисциплины только набирает обороты. Например, в российских вузах уже вводятся учебные курсы “Основы медиалогии” (Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет и др.), в которых преподаватели, опираясь на существующую теоретическую базу, формируют тематическую структуру программы в соответствии со своим видением.

Присоединимся к авторам, высказывающимся по поводу перспектив становления медиалогии как новой научной отрасли: “...у российской научной школы СМИ и журналистики есть достаточный потенциал, чтобы лидировать в этом процессе и ускорять его, проводя комплексные междисциплинарные исследования”³¹.

Анализ темы возникновения и развития социологических взглядов на медиаконвергенцию позволил обобщить сведения и представить этапы данного процесса в виде таблицы, с кратким описанием каждого из них. Границы этапов достаточно условны, но хронология развития позволяет уяснить приоритеты научного видения теоретиков и понять дальнейшие его перспективы.

²⁹ Дебре Р. Введение в медиологию. М., 2010.

³⁰ Суходолов А.П., Рачков М.П. Медиалогия – наука будущего // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 3. С. 267–286.

³¹ Там же.

Этапы развития социологических взглядов на теорию конвергенции

Этапы развития	Краткая характеристика этапа	Авторы основных научных трудов
1940–1950 гг.	Теория конвергенции впервые применяется к развитию человечества в целом, за основу берется характер ее воздействия на цивилизацию	В. Ойкен, А. Эйнштейн, Н. Бор, Б. Рассел, Л. Силард и др.
1950–1960 гг.	Теория конвергенции применяется в общественно-политических науках, при рассмотрении сближения двух политических формаций – капитализма и социализма, научно-техническая революция трактуется как основная сила данного процесса	П. Лазарфельд, Г. Саймон, Б.Ф. Грин, Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Ф. Ливис, Д. Томпсон, Ж. Деррида и др.
1960–1980-е гг.	Впервые социологи взглянули сквозь призму конвергенции на устройство социума и его будущее. Знания и информационные технологии признаны основными составляющими будущей экономики. Осмысление явления конвергенции проникает в сферу медиа, что становится источником новых идей для ученых	У. Росту, П. Сорокин, Р. Аарон, Д.К. Гэлбрейт, Я. Тинберген, П.Т. де Шардена, О. Флехтхайм, Д. Белл, Д. Макквейл, Д. Халлоран, Д. Бламлер, Д. Тренимен, Г.-М. Маклюэн, В.С. Хелемендик, А. Сахаров, М.К. Барманкулов, Е.П. Прохоров и др.
1980–2000-е г.	В жизни человечества интернет играет ключевую роль. Развитие теории медиаконвергенции происходит в применении уровневого подхода: технологический уровень, уровень медиаиндустрии, профессиональный журналистский уровень	И. де Сола Пул, Д. Рашкофф, Г. Айслер, Д. Георгиева, В. Симеонова, К.-Г. Рер, П. Фиртель, Р. Дебре, М. Кастельс, Г. Дженкинс и др.
2000–2010-е гг.	Теория медиаконвергенции в трактовке координации и взаимодействия функций печати, радио и телевидения начинает рассматриваться как слияние прежде различных и разобщенных медиа в один информационный ресурс. Медиаконвергенция радикально меняет прежние представления о каналах коммуникации и информации. В поле зрения ученых попадает феномен новых медиа как одно из ярких проявлений современной медиасреды	Е.Л. Вартанова, М.К. Симкачева, Д. Келлнер, Дж. Боман, П. Бергер, Т. Лукман, Н.Б. Кириллова и др.

Этапы развития	Краткая характеристика этапа	Авторы основных научных трудов
2010 – до наших дней	Актуализируется социологический аспект в изучении медиаконвергенции: поднимаются проблемы медиатизации общества, медиакультуры, медиаобразования, социализации и адаптации к новым условиям. Актуализируется идея медиалогии как науки будущего	Е.А. Баранова, А.В. Полонский, А.Г. Качкаева, И.В. Кирия, О.В. Копылов, Е.И. Кузнецова и др.

В течение последних лет активно ведутся исследования отечественными учеными в направлении выявления социальных изменений под влиянием медиаконвергенции по таким проблемам, как трансформация функционирования массмедиа, появление новых видов медиа, диверсификация информационно-коммуникационных технологий, профессиональная конвергенция, формирование редакций конвергентного типа, участие аудитории в создании контента, приобретение новых свойств мышления потребителей, медиаобразование и медиакультура современного общества, причины деструктивных явлений под воздействием медиаконвергенции, проблемы социализации в условиях медиаконвергенции и др.

Полагаем, что сегодня процессы медиаконвергенции следует рассматривать с точки зрения комплексного изучения конвергентного пространства массмедиа, в котором все виды социальной коммуникации взаимопроникают и рожают совершенно новый информационный продукт, медиапродукт, востребованный современным потребителем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. М., 1986.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 2010.

Бурдые П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. I. № 2.

Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. Вып. 5. С. 11–14.

Гавра Д. PR “дваноль” // Корпоративная имиджелогия. URL: <http://www.ci-journal.ru/article/596/pr-dvanol> (дата обращения: 14.10.2017).

Дебре Р. Введение в медиологию. М., 2010.

Добреньков В.И., Кравченко А.И. История зарубежной социологии. М., 2005.

Кастельс М. Галактика Интернет. URL: <http://m.litread.ru/read/431307/436000-437000?page=1>. (дата обращения: 25.12.2017).

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=102820> (дата обращения: 05.10.2017).

Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. М., 2012.

Медиа. Введение: Уч. / Под ред. А. Бриггз, П. Кобли. М., 2012. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (дата обращения: 25.12.2017).

Молчанова О.И. Влияние процессов медиаконвергенции на деятельность современных связей с общественностью // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17. № 3. С. 73–80.

Нусовец С.Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4 (10). С. 39–47.

Ойкен В. Основы национальной экономики. М., 1996.

Орехова С.Г. Критический обзор теоретических исследований английской буржуазной пропаганды и журналистики: социологическое и социально-психологическое направления // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 1978. № 4.

Прохоров Е.П. Союз пера, микрофона и телекамеры // Телевидение. Радиовещание. 1978. № 6.

Сахаров А.Д. Размышления о прогрессе, мирном сосуществовании и интеллектуальной свободе. URL: <http://coollib.com/b/267574/read> (дата обращения: 22.11.2017).

Симкачева М.К. Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиаполя // Ученые записки Казанского университета. 2015. Т. 157. Кн. 4. Гуманитарные науки.

Суходолов А.П., Рачков М.П. Медиалогия – наука будущего // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 3. С. 267–286.

Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика. М., 2012.

Федоров Р.Ю. Проблемы изучения Веб-пространства как сложной самоорганизующейся системы. URL: <http://pandia.ru/text/78/524/61370.php> (дата обращения: 25.12.2017).

Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры (опыт системного исследования). М., 1977.

REFERENCES

Bell D. The end of ideology. Glencoe (Ill), 1960.

Bell D. Social'nye ramki informacionnogo obshchestva [Social framework of the information society] // Novaya tekhnokraticeskaya volna na Zapade [New technocratic wave in the West]. М., 1986 (in Russian).

Berger P., Lukman T. Social'noe konstruirovanie real'nosti. Traktat po sociologii znaniya [The social construction of reality. A treatise in the sociology of knowledge]. М., 2010 (in Russian).

Burd'e P. Struktura, gabbitus, praktika [Structure, habitus, practice] // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii [Journal of sociology and social anthropology]. SPb., 2011. Т. I. N 2 (in Russian).

Debre R. Vvedenie v mediologiyu [Introduction to Medialogia]. M., 2010 (in Russian).

Dobren'kov V.I., Kravchenko A.I. Istoriya zarubezhnoj sociologii [History of foreign sociology]. M., 2005 (in Russian).

Fedorov R. Yu. Problemy izucheniya Veb-prostranstva kak slozhnoj samoor-ganizuyushchejsya sistemy [Problems of studying the Web as a complex self-or-ganizing systems]. URL: <http://pandia.ru/text/78/524/61370.php> (accessed: 25.12.2017) (in Russian).

Gavra D. PR “dvanol” [PR “two zero”] // Korporativnaya imidzhelogiya [Corporate image studies]. URL: <http://www.ci-journal.ru/article/596/pr-dvanol> (accessed: 14.10.2017) (in Russian).

Helemendik B.C. Soyuz pera, mikroфона i telekamery (opyt sistemnogo issle-dovaniya) [Union pen, microphone and camera (systematic study)]. M., 1977 (in Russian).

Jenkins H. Convergence? URL: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence--i-diverge/>

Kastel's M. Galaktika Internet [Galaxy Internet]. URL: <http://m.litread.ru/read/431307/436000-437000?page=1>. (accessed: 25.12.2017) (in Russian).

Maklyuen M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka [Under-standing media: external expansion person]. URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=102820> (accessed: 05.10 2017) (in Russian).

Maklyuehn M., Fiore K. Vojna i mir v global'noj derevne [War and peace in a global village]. M., 2012 (in Russian).

Media. Vvedenie: Uch. [Media. Introduction: textbook] / Pod red. A. Briggz, P. Kobli. M., 2012. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (accessed: 25.12.2017) (in Russian).

Meikle G., Young S. Media convergence: networked digital media in everyday life. N.Y., 2012.

Molchanova O.I. Vliyanie processov mediakonvergencii na deyatel'nost' sovremennyh svyazey s obshchestvennost'yu [The influence of the processes of media convergence on the activities of modern public relations] // Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya [The Bulletin of Volga region Institute of manage-ment]. 2017. T. 17. N 3. P. 73–80 (in Russian).

Neue Deutsche Presse. 1967. N 3.

Neue Deutsche Presse. 1974. N 8.

Nosovec S.G. Novye media: k opredeleniyu ponyatiya [New media: towards a definition of the concept] // Kommunikativnye issledovaniya [Communication studies]. 2016. N 4 (10). P. 39–47 (in Russian).

Pool I. de Sola. Technologies of freedom. Cambridge, 1983.

Ojken V. Osnovy nacional'noj ehkonomii [The Foundation of the national economy]. M., 1996 (in Russian).

Orekhova S.G. Kriticheskij obzor teoreticheskikh issledovanij anglijskoj bur-zhuaznoj propagandy i zhurnalistiki: sociologicheskoe i social'no-psihologi-cheskoe napravleniya [A critical review of theoretical studies of the English bourgeois propaganda and journalism: a sociological and socio-psychological direction] // Vestnik Moskovskogo universiteta [The Moscow University Herald]. Seriya 10. Zhurnalistika. 1978. N 4. P. 90–91 (in Russian).

Prohorov E.P. Soyuz pera, mikroфона i telekamery [Union pen, microphone and camera] // Televidenie. Radioveshchanie [TV. Broadcasting]. 1978. N 6. P. 4 (in Russian).

Saharov A.D. Razmyshleniya o progresse, mirnom sosushchestvovanii i intellektual'noj svobode [Reflections on progress, peaceful coexistence and intellectual freedom]. URL: <http://coollib.com/b/267574/read> (accessed: 22.11.2017) (in Russian).

Simkachyova M.K. Process konvergencii SMI i ego vliyanie na formirovanie sovremennogo mediapolya [The convergence of media and its influence on the formation of modern mediapal] // Uchyonye zapiski Kazanskogo universiteta Scientific notes of Kazan University]. 2015. T. 157. Kn. 4. Gumanitarnye nauki. P. 118–126 (in Russian).

Suhodolov A.P., Rachkov M.P. Medialogiya – nauka budushchego [Medialogy – science of the future] // Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Theoretical and Practical Issues of Journalism]. Theoretical and Practical Issues of Journalism. 2017. Vol. 6. N. 3. P. 267–286 (in Russian).

Timofeeva L.N. Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika [Political communication studies: theory, methodology and practice]. M., 2012 (in Russian).

Vartanova E.L. K chemu vedet konvergenciya SMI? [What is convergence of media?] // Informacionnoe obshchestvo [Information society]. 1999. Vyp. 5. P. 11–14 (in Russian).