

## СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ПРОЦЕСС КОНВЕРГЕНЦИИ

О.В. Андреева

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Andreeva9603@mail.ru

Для определения технологических процессов в современном обществе и их влияния на социальные сети, основным и одновременно наиболее бесспорным представляется конвергенция.

Конвергентная журналистика – это результат слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.

В последние десятилетия Интернет из сети, объединяющей множество компьютеров, превращается в особую инфокоммуникационную среду, в которой информация любой давности может дополняться различным контентом и услугами, предоставляемыми только новыми медиа. Все это происходит за счет цифровизации. Именно она, устраняя различия между прежде разными СМИ и уравнивая все типы медиаконтента, создает реальную основу для конвергенции массмедиа [1; 2]

В основе процесса конвергенции также лежит технологическое его развитие. Это приводит к новым явлениям в медиа и журналистике, что позволяет выявить несколько уровней этого процесса – технологический, экономический и профессиональный [3].

Одной из главных и важнейших последствий технологического развития конвергенции является значительное обогащение информации, которая распространяется в сети Интернет.

Для потребителей важнейшим критерием выбора СМИ является контент. Именно контент является основным продуктом СМИ, который производится для последующей реализации на рынке товаров [4; 5].

Со временем интернет приобрел черты, которые стали важными для сферы журналистики:

- цифровизация контента, что стимулировало процесс конвергенции, – видео, аудио, и т. д.;
- емкость, мультимедийность и гипертекстуальность;
- интерактивность в интернете. Это дает большую свободу потребителю информации выбирать и изменять цифровой контент [6].

В последнее время, а именно в последние десятилетия, когда господство сети Интернет стало очевидным, встал вопрос о существовании традиционной журналистики. Особый интерес вызвало появление активных аудиторий – пользователей, которые не только

обладают развитыми навыками пользования техникой, но и базовыми компетенциями создания содержания. Активные аудитории принимают на себя часть творческих и социальных функций журналистов по производству контента, который благодаря появлению социальных сетей с легкостью находит своих потребителей [7; 8].

Что касается конвергенции, то ее последствия для журналиста проявляются в нескольких формах:

- она приводит к слиянию разобщенных журналистских специализаций. Сегодня, когда журналист создает свой текст, он может его предложить различным СМИ: печатным, электронным и т.д. В результате этого становится трудно понять, о каком конкретно СМИ идет речь. В итоге радикально меняются прежние представления о каналах коммуникации и информации;

- изменяются требования к самому журналисту. Сейчас журналист должен уместить в себе мультимедийные навыки: он должен быть фотокорреспондентом, телеоператором, звукорежиссером и т.д. Таким образом, журналист, работающий для конвергентных СМИ, – это специалист, обладающий интегральными компетенциями в технической и управленческой сферах.

С точки зрения журналистики конвергенция оказывается выгодной, прежде всего, крупным концернам и медиаорганизациям, которые добиваются лучших результатов, создавая мультимедийные редакции и многократно используя собственный контент внутри своих структур [9; 10].

Укреплению положения Интернета в системе российских СМИ способствует и его растущая популярность в качестве рекламоносителя.

#### Список литературы

1. [http://www.erudition.ru/ref/id.53747\\_1.html](http://www.erudition.ru/ref/id.53747_1.html)
2. <http://www.socioera.ru/soces-586-1.htm>
3. [http://sbiblio.com/biblio/archive/pugachev\\_politolog/polit20.aspx](http://sbiblio.com/biblio/archive/pugachev_politolog/polit20.aspx)
4. <http://greenplaneta.org/posts/smi-i-chelovek>
5. [http://www.librero.ru/mass\\_media/](http://www.librero.ru/mass_media/)
6. <http://away.vk.com/away.php>
7. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшенз».
8. Вознесенская И.М., Попова Т.И. Интернет-пространство. Речевой портрет пользователя. 2012.
9. Грушин Б. А. Мнение о мире и мир мнений. Политиздат. 1967

10. Ким М. Н. Жанры современной журналистики. Издательство Михайлова В. А. 2004.
11. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. Издательство МГУ. 2004.