

СЕКЦИЯ 3

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ И НОВЫЕ МЕДИА: РАЗРУШЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ МЕДИА ИЛИ ЖЕ ИХ ВОЗРОЖДЕНИЕ

Бабаев Э. А., канд. наук, доц., г. Баку

1. Повторение истории: мы это уже видели. С появлением печатной прессы – древних папирусных листовок, каменных объявлений и наскальных изображений и вплоть до первых газет на бумажных носителях, в истории человечества начался новый этап развития. Люди стали получать информацию не только о новых событиях в жизни общества, но и узнавать о жизни и проблемах таких же как и они субъектов, использовать прессу и, само собой разумеется, информацию в ней, для продвижения своего бизнеса и идей.

Но уже в начале 20 в. печатная пресса столкнулась с новым конкурентами – радио и кино, а затем в середине века – с телевидением. Новости и события на радио и ТВ были во много раз оперативнее и просто их было интереснее отслеживать, чем в печатной прессе. Некоторые специалисты даже прогнозировали смерть традиционных газет... еще в середине 20 века

2. Новые технологии в медиaprостранстве: прорыв 1990-х гг. Новая революция в медиа началась в первой половине 90 годов со началом массового радиовещания в формате ФМ и затем с появлением интернета и новостных сайтов. Это были прорыв не только в технологиях, но и в способах и методах доставки до людей информации и знаний.

3. Медиаконвергенция как результат технического прогресса – вторая волна медиаконвергенции. Научно-технический прогресс в медиа-сообществе привел ко второй в истории человечества медиаконвергенции – интернет активно теснит телевидение и радиовещание, не говоря уже о бумажных печатных изданиях. Одновременно эти новые интернет-СМИ вбирают в себя все лучшее, что есть у телевидения, радио, кино и печатной прессы. Но эта медиаконвергенция (Интернета, ТВ, радио, кино и печатные издания) является уже второй волной глобальной медиаконвергенции. Первая началась с момента массового распространения телевидения, которое

объединило в себе некоторые возможности сразу же трех видов медиа – радио, кино и печатной продукции. Таким образом то, что происходит на наших глазах является уже вторым этапом медиаконвергенции в истории.

4. Что ждет медиа в будущем – революция или возвращение к истокам. В будущем медиа станут еще более высокотехнологичными, пройдет уже третья волна медиаконвергенции, связанной с мобильными технологиями и социальными сетями, а также если смотреть еще дальше, то может быть и со вживлением в организм человека безопасных для него специальных носителей – микроприемников информации. Но останутся, правда, в измененном виде и печатные СМИ, и тем более ТВ и радиовещание. Они не отомрут, как бы об этом не заявляли некоторые наблюдатели.

5. Медиаконвергенция на пространстве СНГ и зарубежная медиа-экспансия евразийского пространства. У стран СНГ есть шанс, учитывая нашу пока относительную техническую отсталость, сделать мощный рывок в сфере медиатехнологий, перескочив через несколько уже пройденных мировыми медиа этапов.

Одновременно, таким образом мы можем не допустить те ошибки в сфере развития общества и медиа, которые были допущены развитыми странами. Если же удастся объединить новейшие медийные технологии с культурно-цивилизационным пластом Евразии, то мы будем весьма конкурентоспособными на глобальных медиа-рынках. Но для этого нужны единые программы действий и согласование интересов стран и обществ СНГ.