

## НОВОЕ КАЧЕСТВО КОНВЕРГЕНЦИИ МЕДИА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

*А. С. Дударёнок*

*Белорусский институт стратегических исследований,  
пр. Победителей, 7, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
dudarenok@bistr.by*

Изменение качества коммуникации человека с современным городским пространством находят отражение в том числе в медиасфере. «Умный город» трансформирует СМИ, способствует их конвергенции, скорости передачи информации. В свою очередь медиа позволяют укреплять взаимопонимание в обществе, осуществлять связность взаимодействия городского населения, оперативно освещать и находить решения тех или иных социальных проблем, внедрять технологические достижения.

**Ключевые слова:** «Умный город»; медиаконвергенция; СМИ; «умные медиа»; цифровизация; web 3.0.

## NEW QUALITY OF MEDIA CONVERGENCE AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF URBAN SPACE

*A. S. Dudaryonok*

*Belarusian Institute for Strategic Research,  
7, Pobediteley Ave., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: A. S. Dudaryonok (dudarenok@bistr.by)*

Changes in the quality of human communication with modern urban space are reflected in the media sphere. «Smart City» transforms the media, promotes their convergence and speed of information transmission. In its turn, the media allow to strengthen mutual understanding in the society, connect the urban population, promptly cover and find solutions to various social problems, and introduce technological achievements.

**Key words:** «Smart City»; media convergence; media; «smart media»; digitalisation; web 3.0.

На фоне высокой скорости современных технологических изменений крайне актуальной становится способность городов, основанных на технологиях, адаптироваться к новым условиям, в том числе обеспечивая связность коммуникаций и скоординированное управление. Экспертами позиционируется концепция «Умного города» (англ. «Smart City») как «средства обеспечения устойчивого и пригодного для жизни городского будущего» [1, с. 641].

Под «умным городом», как правило, понимают конвергенцию технологий и городской инфраструктуры, когда за счет инфокоммуникационных ресурсов становится возможным более оперативно и эффективно решать общественные проблемы [2]. При этом, по мнению ученых, «большая часть коммуникативных процессов, происходящих сейчас в городах, базируется на средствах массовой информации, роль которых все больше смещается в сторону сбора, обработки и представления данных, полученных с множества устройств и множества каналов» [3].

В этой связи ключевым компонентом и свойством современного состояния этой сферы выступает конвергенция медиа. Под медиаконвергенцией ученые подразумевают прежде всего передачу одного и того же контента разными формами (текст, аудио, видео), а также при помощи разных каналов коммуникации (традиционная пресса, телевидение, радио, интернет).

В числе пяти основных элементов конвергенции медиа (технологический, промышленный, социальный, текстовый и политический) для smart city отмечается преобладание прежде всего технологического вектора, определяющего цифровизацию и доступ пользователей к медиаконтенту, а также разработку медиа-организациями кросс-медийного контента.

Конвергенция и коллективное со-творчество выступают одними из структурных компонентов парадигмы web 2.0, прежде всего за счет интерактивности, когда погруженные в медиaprостранство индивиды интегрируют роли потребителя и производителя информации. В то же время в соответствии с концепцией децентрализованного интернета web 3.0 управление обеспечивается уже посредством однородного и беспрепятственного соединения людей и устройств, а также децентра-

лизованной экосистемы, в которой создатели инфраструктуры коллективно владеют своими данными.

В этом отношении в качестве неотъемлемого элемента «умного города» можно рассматривать «умные медиа». Под этим термином понимается прежде всего «метафора для обозначения площадок для массовой и персональной коммуникации между властью, социальными институтами и городскими учреждениями с одной стороны, и массовой аудиторией либо конкретным гражданином – с другой». В качестве примеров «умных медиа» называются городское онлайн-СМИ, сервисы по отправке жалоб на сайте, мобильные приложения (например, гид по музеям) и др.

В таких условиях средства массовой информации (СМИ), чей базисный признак ранее фокусировался на сборе информации, ее обработке, распространении, начинают утверждаться на новой основе как средства массовой коммуникации (СМК), конкретизируя их основную функцию – обеспечение коммуникации с обществом для его развития. Соответственно, изменяется взаимодействие СМИ с аудиторией, которая превращается в конгломерат индивидов, что заставляет СМИ выстраивать персонализированные связи с целью привлечения внимания к своей структуре [4, с. 288].

В целом конвергенция медиа позволяет более эффективно выполнять социальную функцию «умного города» – не только внедрять технологические достижения, но и «обеспечивать понимание социально-технических и политико-правовых проблем управления и гражданского участия» [5, с. 28]. Тем самым медийная составляющая постепенно начинает рассматриваться как необходимая часть устойчивого городского развития, функционирования качественной городской среды и обеспечения социального благополучия, дополняющая экономические показатели.

Таким образом, медиаконвергенция обеспечивает важнейшее качество «умного города» – гибкость, которая в рамках новой философии урбанизма позволяет органично приспосабливаться к динамично меняющимся условиям.

#### Библиографические ссылки

1. Иванова С. А., Карагулян Е. А. Умный город через призму рейтингов // Вопросы инновационной экономики. 2021. Том 11. № 2. С. 641–656.

2. *Макарова Ю.* «Умный город»: пять технологий концепции smart city // РБК. Тренды [Электронный ресурс]. 2020. 1 дек. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5fc625769a79471899ba9ad2?from=copy> (дата обращения: 23.05.2024).
3. *Mikuski J.* Managing future cities: media and information and communication technologies in the context of change // De Gruyter Mouton [Electronic resource]. 2023. June, 29. URL: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/omgc-2022-0065/html?lang=en> (date of access: 23.02.2024).
4. *Уразова С. Л.* Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. теоретический аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2011. № 5. С. 287–293.
5. *Тихалева Е. Ю.* «Умный город»: тенденции развития в зарубежных странах // Вестник экспертного совета. № 2(33). 2023. С. 26–33.