

**Оксана Кузьменко,**

*аспірант кафедри культурології УМКС, Люблін (Польща)*

*викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності,  
НУ«ОА», Острог (Україна)*

### **Персональна журналістика у культурі конвергенції**

Розвиток інформаційних технологій і постійно зростаюча роль інформації у суспільстві є беззаперечним аргументом того, що будь-які сучасні суспільні дослідження не будуть повними без переосмислення традиційних культурних феноменів. Відомий французький соціолог і філософ Жан Бодрійяр у праці «Реквієм для мас-медіа» [8] критикуючи ЗМІ та процес масової комунікації відзначав, що комунікація як взаємний зв'язок слова і відповіді унеможлиблюється структурою традиційних ЗМІ, які являються лише фундаментом суспільного контролю і впливу. Мас-медіа, говорить він, виступають лише транслятором ідей, не передбачаючи наявності і оприлюднення реакції. Єдиним шансом революції і докорінної зміни у системі масової комунікації він вбачав у налагодженні «зворотного зв'язку». Нині ж, поява Інтернету й інших нових медій надає інструментарій до повалення усієї традиційної системи ЗМІ та змін не лише у системі масових комунікацій, але і у всьому суспільному та культурному ладі.

Поширення Інтернету, а особливо другої його генерації названого «веб 2.0» (явище описане у праці Тіма О'Райлі [4], новий вид творення інтернет-контенту, що дозволяє кожному учаснику долучитись до творення смислів і не передбачає зовнішньої модерації) пропонує нові форми масової комунікації, а отже – і нові форми співпраці. Комунікативність є важливою рисою нових медій, а масова комунікація описується як багаторівнева, різнонаправлена, мультимедійна і глобальна, що великою мірою пов'язано з її гіпертекстуальністю та інтерактивністю. Сучасна аудиторія перестає бути пасивним отримувачем змістів, і є активним користувачем, котрий може

продукувати змісти і цінності. Домінація нових технологій в культурі означає не лише зміни у старій системі комунікації, але і народження цілком нового.

Центральною працею у контексті роздумів щодо суспільних змін є робота шведських дослідників Александра Барда і Яна Зодерквіста «Нетократія. Нова правляча еліта і життя після капіталізму» [7], у якій автори описують нову форму управління суспільством, де основною цінністю є не матеріальні блага, а інформація. Говард Рейнгольд пов'язує розвиток новітніх технологій із появою новою формою суспільної комунікації і співпраці «розумні натовпи» [11], а те, яким чином, такого роду співпраця реалізується у, наприклад, економічній сфері описує Дон Тапскотт у праці «Вікіноміка. Як масова співпраця змінює все» [4].

Нові шляхи творення культурних смислів, надані Інтернетом і новітніми технологіями, отримують різні оцінки – від очікування максимально позитивних суспільних зрушень (як, наприклад, у праці Лоренса Лессінга «Вільна культура» [3]), до різко негативних, що зосереджуються на відсутності глибокого інтелектуального, естетичного і професійного змісту у створених і поширених аматорами сенсах, що описує у праці «Культ аматора» Андрю Кін [2]. Специфіка інтернет-комунікації надає більшу свободу тому, хто висловлюється, в порівнянні з іншими видами комунікації. По-перше, попри той фактор, що спостерігається тенденція від анонімності до презентування себе в мережі [6], можливість зберігати анонімність до сих пір залишається однією з основних найважливіших якостей. По-друге, в порівнянні з традиційними ЗМІ рівень цензурування висловлювань або значно нижчий, або відсутній взагалі. По-третє, глобальний характер цього мас-медіа дозволяє долучитись до дискусії будь-кому охочому не залежно від територіального розташування.

Однією з найбільш важливих суспільних змін, що виникають внаслідок розвитку нових медій – це явище персональної (громадської) журналістики. Сергій Квіт у монографії «Масові комунікації» [10] описує явище персональної журналістики як процес стихійного творення контенту без

будь-яких обмежень і впливів, де журналіст водночас виступає як співтворцем, так і отримувачем смислів. Беззаперечними плюсами персональної журналістики він вбачає у можливості кожному долучитись до процесу обміну, творення швидкої і «живої» новини з перших рук та можливість оминати цензуру, замовні матеріали та інші недоліки, притаманні офіційним медіям.

Існування нових медій і розвиток мережі, хоч і впливають на традиційні ЗМІ, не означає, що вони знищують традиційний уклад масової комунікації. Інтернет не знищить традиційні мас-медіа, як кіно не знищило книжки, а телебачення не знищило преси, зазначає Генрі Дженкінс у праці «Культура конвергенції. Зіткнення старих і нових медій» [1]. У цій праці він розвиває ідею про співіснування нових і старих медій, котрі будуть між собою вступати в різноманітні зв'язки: *«Ми вже не говоримо про цифрову революцію, яка передбачає, що старі медіа зміняться новими. Тепер ми говоримо про конвергенцію медій, де старі і нові медіа вступають в щораз більш складну взаємодію, де кожна історія, марка, звук відбиватиметься в максимальній кількості каналів і медіа-платформ»* [1].

Сьогодні культура, яка формується у світлі таких змін, визначається Генрі Дженкінсом як «культура конвергенції». Конвергенція – термін, який описує технологічні, промислові, культурні та соціальні зміни в способі циркуляції інформаційного потоку у засобах масової інформації між різними медіа-платформами, співпрацю між різними медіа сферами та зміни в поведінці аудиторії, котра буде вільно рухатись між ЗМІ у пошуках потрібної інформації чи розваги [1]. Такі процеси перетікання контенту і від одного ЗМІ до іншого Генрі Дженкінс ілюструє з допомогою історії, яка відбулася в 2001 році, коли підліток на ім'я Діно Ігнасіо створив і поширив в Інтернеті колаж з персонажем з мапет-шоу із Усамою бін Ладеном. Колаж згодом був передрукований видавцем з Бангладешу (в свідомості якого не існувало образу персонажа мапет-шоу, і тому він не звернув на нього належної уваги) і поширений між учасниками антиамериканських протестів. Ситуація,

автором якої був звичайний школяр, викликала міжнародний скандал, а колаж був опублікований в низці засобів масової інформації по всьому світу.

Прикладів того, як функціонує громадянська журналістика у часи культури конвергенції в українських реаліях можна знайти все більше. Кілька традиційних ЗМІ і інтернет-медіа одночасно провели журналістське розслідування після публікації на блозі студентом фото звіту про жахливі умови на хлібокомбінаті під час проходження виробничої практики [9], а до висвітлення ситуації щодо масових настроїв відзеркалення політичної ситуації традиційні медіа дедалі частіше покликаються на зміст повідомлень соціальних мереж і твітерів, як, наприклад, «хроніка путчу» на «Українській правді» [12].

Все це є яскравою ілюстрацією того, що проникнення Інтернету і нових медій в соціальне життя значно змінили процес виробництва і сприйняття інформаційних змістів. Сучасна людина живе в культурі конвергенції, де повідомлення, створене громадськими журналістами, дедалі частіше стає більш вагомим чинником впливу на масову думку. Персональні журналісти нині є не лише на гідними конкурентами традиційним редакційним системам, а досить часто у співпраці з ними творять нові якісні інформаційні продукти, що часто залишається межі лише Інтернету. Інформація, перетікаючи в інші засоби масової інформації, впливає на соціум за допомогою різних каналів.

Джерела:

1. : Jenkins H. Kultura konwergencji : zderzenie starych i nowych mediów, [Текст] / H. Jenkins. – Warszawa : Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, 2007. – 456 s.:
2. Keen A. Kult amatora. [Текст] / A. Keen: – Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. – 198 s.

3. Lessing L. Wolna Kultura. [Текст] / L. Lessing: – Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 2005 – 380 s.
4. O'Reilly T. What is it Web 2.0 [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.evencone.net/wordpress2.8.1/wp-content/uploads/2010/01/OReillyNetwork\\_WhatIsWeb2.0.pdf](http://www.evencone.net/wordpress2.8.1/wp-content/uploads/2010/01/OReillyNetwork_WhatIsWeb2.0.pdf).
5. Tapscott D. Wikinomics. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wikinomics.com/blog/>
6. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От мы-медиа к я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире//Вопросы психологии[Текст]:, 2009. № 3. – с.3-15
7. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. [Текст] А. Бард, Я. Зодерквист / Перевод с шведского языка. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 252 с.
8. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. [Текст] // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук– М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. - С. 193-226
9. В Умані хліб печуть в жажливих умовах [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://trigintaunum.com/a/201211/v\\_umani\\_hlib\\_pechut\\_v\\_zhahlivih\\_umovah\\_foto-100001660/](http://trigintaunum.com/a/201211/v_umani_hlib_pechut_v_zhahlivih_umovah_foto-100001660/)
10. Квіт С. Масові комунікації [Текст]: підр. для студ. вищ. навч. закл. /С. М. Квіт ; за ред. д-ра філософських наук, проф. В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2008. – 206 с
11. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция [Текст] / Г. Рейнгольд – М. : ФАИР-. ПРЕСС, 2006. – 416 с
12. Хроніка путчу [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/articles/2013/04/4/6987279/>