

**МЕДІА-КОНВЕРГЕНЦІЯ: НИТКА АРІАДНИ
ЧИ СКРИНЬКА ПАНДОРИ ДЛЯ ДИСКУРСИВНИХ ПРАКТИК
У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ КІБЕРПРОСТОРИ?**

**MEDIA CONVERGENCE IN THE DISCOURSE PRACTICES
OF THE MODERN ENGLISH CYBERSPACE:
ARIADNE'S THREAD OR PANDORA'S BOX?**

Кузнецова М.О.,

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри теорії та практики перекладу
Запорізького національного технічного університету*

Статтю присвячено аналізу культури конвергенції в процесі аранжування дискурсивних практик у сучасному англомовному кіберпросторі, і більш конкретно – практикам англомовних фандомних спільнот зі створення для себе культурного простору в Інтернеті. У статті проаналізовано вплив медіа-конвергенції на традиційні види людської діяльності, пов'язані з творчістю та самовираженням. Домінантною рисою конвергенції як нової культурної парадигми детерміновано активний розвиток культури співучасті, яка каузує втрату користувачами мережі Інтернет статусу пасивних споживачів. У межах кіберпростору останні, за результатами аналізу, стають продуцентами нового медіа-контенту, моделюючи текстові й інші семіотичні складові вторинного типу дискурсу. Тож медіа-конвергенцію визначено як універсальний механізм і чинник аранжування мовних, соціальних і дискурсивних практик у сучасному англомовному кіберпросторі.

Ключові слова: конвергенція, медіа, кіберпростір, культура співучасті, текст, вторинний текст, дискурс, вторинний дискурс.

Статья посвящена анализу места культуры конвергенции в процессе ранжирования дискурсивных практик в современном англоязычном киберпространстве, и более конкретно – практикам англоязычных фандомных сообществ по созданию для себя культурного пространства в Интернете. В статье проанализировано влияние медиа-конвергенции на традиционные виды человеческой деятельности, связанные с творчеством и самовыражением. Доминантной чертой конвергенции как новой культурной парадигмы детерминировано активное развитие культуры соучастия, которая вызывает потерю пользователями сети Интернет статуса пассивных потребителей. В пределах киберпространства последние, по результатам анализа, становятся продуцентами нового медиа-контента, моделируя текстовые и другие семиотические составляющие вторичного типа дискурса. Таким образом, медиаконвергенция определена как универсальный механизм и фактор ранжирования языковых, социальных и дискурсивных практик в современном англоязычном киберпространстве.

Ключевые слова: конвергенция, медиа, киберпространство, культура соучастия, текст, вторичный текст, дискурс, вторичный дискурс.

The article analyzes the convergence culture in the process of discourse practices arrangement in the modern English cyberspace. Furthermore, it views the practices of English-speaking fandom communities in their own cultural space creation on the Internet. The article also examines the influence of media convergence on the traditional human activities related to creativity and self-expression. The dominant feature of convergence, as a new cultural paradigm, is the active development of a participatory culture, where the users of the Internet lose the status of passive consumers. Within the cyberspace, they become the producers of new media content, modeling textual and other semiotic components of the secondary type of discourse. Thus, the research defines media convergence as a universal mechanism and a factor of linguistic, social and discourse practices arrangement in the modern English-speaking cyberspace.

Key words: convergence, media, cyberspace, participatory culture, text, secondary text, discourse, secondary discourse.

Постановка проблеми. Як влучно свого часу зауважив Б. Гейтс, «Інтернет змінює все» [12]. Інтернет без перебільшення постає найбільш перспективним із технологічного, медійного та соціально-суспільного кутів зору комунікаційним середовищем сучасності, адже елімінує такі виміри антропного буття, як темпоральність і локативність, пропонує безпрецедентні можливості для поширення знань, комунікації та колективної творчості.

Технічний прогрес, поява та застосування принципово нових інструментів і механізмів акумуля-

ції, обробки й поширення інформації визначили нову парадигму комунікаційного середовища, одне з центральних місць у якій посів Інтернет. Логічним продовженням стало перенесення різних сфер людської діяльності у кіберпростір. І це не дивно, адже, як глобальна комунікаційна система, Інтернет додав до засобів та інструментів комунікаційного середовища новий вимір, невідомий раніше завдяки винаходам Гутенберга та Марконі.

Поєднавши засоби зв'язку, радіо, телебачення та комп'ютер в цілісну систему, людина стала

жити в знаково-символічному світі, який багато в чому визначає правила її поведінки. З цього часу не тільки людина створює знаки та символи, але в певному сенсі знаки й символи формують людину. Такий процес призвів до змішання реального та віртуального, важливого й другорядного, дійсного та вигаданого, що ставить перед культурою складні, неоднозначні за своїми можливими наслідками проблеми [6, с. 18].

Сучасна людина сьогодні, як ніколи раніше, залучена до процесу виробництва нового медіа-контенту. Дедалі частіше з'являються нові соціальні мережі, а багато із сервісів, які в попередні роки призначалися виключно для зберігання інформації, стають сервісами для її передачі, з'являється досить багато сайтів або якихось можливостей для демонстрації відеоконтенту, який теж є авторським. Отже, з розвитком Інтернет-технологій і з появою у 2000-х роках різноманітних соціальних мереж у людини з'являється абсолютно безпрецедентний культурний досвід: кожен охочий може стати автором. Безперечним видається твердження, що нині ми всі беремо участь у наповненні цифрового середовища певними смислами, на кожен із яких знайдеться свій реципієнт. Кожен із нас стає автором у своєму вимірі: хтось пише пости, хтось робить фотографії або записує відеоблоги, хтось може користуватися спеціальними можливостями для запису музики – усе це і наближує нас до позиції продуцента значного за обсягом медіа-контенту в сучасному кіберпросторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із поширенням цифрової технології ми стали свідками появи якісно нового явища, коли поступово нівелюється розрив між різними формами інформації: по одному і тому ж каналу може передаватися як текст, так і аудіовізуальне зображення. Такий процес інтеграції, зближення різних і незалежних одна від одної технологій, їх об'єднання в єдину технологічну платформу отримав назву *конвергенції*, а відповідна характеристика певних процесів або явищ – *конвергентності*. Найважливішим наслідком процесу конвергенції стала зміна характеру самого інформаційного продукту: текстові, графічні, звукові та відеоілюстрації інтегруються в єдиний інформаційний продукт, створюючи нове конвергентне інформаційне середовище.

Термін «конвергенція» походить від латинського *“convergo”*, що означає «наближуватись, нахилитися один до одного» і як іменник використовується в мові вже з XVIII століття. Цей термін було інтродуковано у науковий обіг англійським фізиком Дж. Максвеллом у процесі створення теорії електромагнітних полів. Дефініцію «конвергенції» сьо-

годні можна зустріти у різних науках: математиці, екології, біології, лінгвістиці тощо. Наприклад, в економіці конвергенція означає збігання економічних систем різних країн за різними ознаками. У теорії еволюції конвергенція виступає як поява внаслідок адаптації до аналогічних умов проживання у різних видів, схожих ознак і рис. У лінгвістиці конвергенція – зближення елементів мови або самих мов. У різних науках поняття конвергенції часто пов'язано з полюсом – дивергенцією, під якою розуміється свого роду біфуркація об'єктів складної архітектури.

На початку 1960-х років Герберт Маршалл Маклуен, канадський філософ, філолог, літературний критик, дослідник впливу медіа як засобів комунікації на аудиторію, відомий завдяки таким працям, як *“The Gutenberg Galaxy”* [19], *“Understanding Media: The Extensions of Man”* [4], *“War and Peace in the Global Village”* [3], передбачив еволюцію медіа внаслідок появи нових технологій. Під «медіа» соціолог пропонує розуміти не лише засоби масової інформації, але й широкий спектр речей, що оточують людину та які виступають у ролі «технологій» або «посередників», трансформують комунікаційні процеси й вступають у «зрощування» з людським тілом і свідомістю. Ці технології дають змогу розширювати людські органи чуття, змінювати свідомість; переводити речі в будь-який формат, створювати всюди центри. Звідси – стискання нашої планети до розмірів «глобального села» [3]. М. Маклуен став першим, хто наголосив на тенденції до однорідності електронного світу внаслідок конвергенції різних засобів комунікацій, здатних зіграти вирішальну роль у формуванні людських відносин.

У середині 1980-х років американський політолог І. де Сола Пул запропонував у праці *“Technologies of Freedom”* [20] більш спеціалізоване розуміння феномена конвергенції. Завдяки досліднику це поняття починає застосовуватись виключно до комунікаційних технологій і технічних засобів зв'язку. І. де Сола Пул робить спробу цілеспрямованого вивчення взаємодії медіа-конвергенції з традиційними медіа, результатом якої є їх конвертування в електронний формат.

На процеси стрімкого поширення конвергенції в сучасному світі звернув увагу також соціальний мислитель й авторитетний дослідник Мануель Кастельс, який у книзі *«Інформаційна епоха: економіка, суспільство та культура»* [1] постулював складну взаємодію технології, суспільства, культури, економіки, політики й ідеології, яка конвертує навколишній світ. А втім, такого роду тенденція, на думку М. Кастельса, залежно від використання

самими людьми нових технологій і пристосування останніх до мрій, цілей кожної окремої людини в певному середовищі може мати як позитивний, так і деструктивний характер. Ідеї М. Кастельса внесли абсолютно новий погляд на конвергенцію як на інструмент, механізм розвитку суспільства, сплетеного матеріальною або технологічною культурою в цілісну тканину.

За словами шведського дослідника Е. Еплгрін [7], в Європі термін «конвергенція» набув актуальності впродовж 1990-х років ХХ століття, коли розглядався як провідна сила розвитку в системі телекомунікаційних, медійних й інформаційних технологій. А вже наприкінці ХХ століття на рівні Європейського Союзу цей термін було офіційно прийнято, і він передбачав два можливі шляхи використання: перший – як можливість розповсюджувати за допомогою різноманітних типів мереж принципово прості сервіси, другий – поєднувати разом різні електронні прилади, як-от телефон, телебачення та комп'ютери.

Нині вивченню феномена «конвергенція в медіа-індустрії» присвячено значну кількість теоретичних і практичних розвідок як вітчизняних (В. Золяк, О. Кайда, Л. Мудрак, О. Самуляк, А. Сімашова, Л. Цодіков), так і зарубіжних дослідників (Е. Appelgren, F. Filak, R. Gordon, H. Jenkins, G. L. Lawson-Borders, S. Quinn), більшість із яких дотримується одноставної думки, що визначення цього явища в різних галузях науки тривають й досі, оскільки воно має багато смислових граней та аспектів. Наприклад, автор ґрунтовної праці «Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers» Г.Л. Лоусон-Бордерс [18, с. 3] називає конвергенцію «невловимим» терміном, який часто є амбівалентним, а тому неповністю зрозумілим у своєму значенні.

Значний внесок у розроблення цієї проблематики зробив Г. Дженкінс [14], американський дослідник медіа, професор комунікації, журналізму та кіно-мистецтва. Бажання дослідника пояснити плутанину у вживанні поняття «медіа-конвергенція» привели до того, що він пропонує розмежовувати в цьому процесі щонайменше п'ять значень. Перший вид конвергенції (технологічний) означає «оцифрування» змісту всіх засобів масової інформації. Другий вид – економічна конвергенція, під якою розуміється злиття різних сфер в індустрії розваг (кіно, телебачення, відеоігор, книг тощо). Третій вид конвергенції Г. Дженкінс називає соціальною або органічною. Вона стосується формування у споживачів інформації «багатозадачних стратегій» (consumer's multitasking strategies), що виникають у зв'язку із здійсненням декількох дій одночасно:

перегляд телевізора, перевірка електронної пошти тощо. Четвертий вид – культурна конвергенція, яка виникає в момент вибуху нових форм творчості, перетину технологій різних засобів масової інформації, галузей і споживачів. Глобальна конвергенція (п'ятий вид) – це культурна гібридизація, яка є результатом міжнародної циркуляції медіа-контенту (текстів, музики, відео та іншого).

Постановка завдання. Отже, зважаючи на вищевикладений матеріал, метою наукової розвідки є вивчення медіа-конвергенції під кутом зору її впливу на процес аранжування дискурсивних практик у сучасному англomовному кіберпросторі.

Виклад основного матеріалу. У нашому дослідженні ми поділяємо думки Генрі Дженкінса, який досить ґрунтовно описав феномен конвергенції у книзі «Convergence Culture: Where Old and New Media Collide» [14]. Дослідник детермінує конвергенцію як культуру, де зустрічаються старі та нові медіа, де аматорські та корпоративні медіа перетинаються, де сила продюсерів і споживачів взаємодіє непередбачуваним чином. Конвергенція являє собою, передусім, зміну відношення громадськості до медіа. Вона дає змогу інтегрувати різні види інформаційного контенту з мультимедійними технологіями на базі єдиної цифрової платформи. Конвергенція постає одним із центральних процесів трансформації сучасної медіа-індустрії та характеризує не тільки діяльність нових засобів масової інформації, а й процеси інтерсекції та взаємодії старих і нових медіа. Слідом за Г. Дженкінсом ми заперечуємо думку про те, що конвергенція є суто й виключно технологічним процесом, адже вона «репрезентує культурну зміну, коли покупців заохочують шукати нову інформацію та встановлювати зв'язки поміж розосередженим медіа-контентом» [14, с. 3].

Отже, використання терміна «конвергенція» можливе як для опису технологічних й індустріальних, так культурних і соціальних змін залежно від того, хто та про що говорить, як вони думають і що хочуть сказати. Для конвергенції дуже важливо, щоб кожна історію розповіли, кожного споживача залучили за допомогою якоїсь однієї з мультимедіаплатформи. У такий спосіб результатом посилення інтерактивних можливостей зв'язку цифрових й Інтернет-технологій став бурхливий розвиток мовних, соціальних і дискурсивних практик у глобальному комунікативному просторі, де молоде покоління виступає виробником, активним і творчим учасником культури, таким способом закладає підвалини культури співучасті (*participatory culture*) – домінантної риси культури конвергенції, – яка усуває асиметрію, прірву між продуцентом і

реципієнтом [15–17]. Культура співучасті передбачає певне наближення людини, яка раніше була виключно споживачем культурних і соціальних смислів, до позиції виробника. Під культурою співучасті в сучасних дослідженнях розуміється вся та істотна рецептивна та творча робота, яка проводиться активними читачами / глядачами / користувачами сучасного простору маскультури в комунікації один з одним. Для них характерна велика емоційна, безкорислива залученість до інтерпретативної та творчої діяльності, висока компетентність у тих сферах масової культури, фанатами яких вони себе вважають.

Культура співучасті – найважливіше поле не тільки трансляції, але й обговорення та розвитку норм і цінностей сучасних західних суспільств, що отримало величезний імпульс до розширення завдяки Інтернет-технологіям. У Західній Європі працюють десятки дослідників у таких міждисциплінарних напрямках, як *media studies* та *fan studies* [8–10; 11; 13]. В Україні та колишніх державах СНД багато сфер культури співучасті, як-от література фанфікшен, фан-арт, або аматорські ілюстрації, онлайн-ігри, блоги, сайти й архіви, конкурси та премії або інші різноманітні фанатські практики, залишаються «невидимими» та неприйнятними як для суспільства, так і для наукових спільнот. Утім, англомовний фанфікшен у центрі нашого наукового пошуку перебуває ще із 2012 року, тому маємо можливість спостерігати ситуацію в цій сфері альтернативної культури в динаміці.

«Фанфікшен» (англ. – *«fan's fiction»*) – корпус текстів різного порядку (поетичних, прозових, образотворчих) прихильників популярної масової культури, який має медійну форму існування й саме завдяки новітнім технологіям сягає великих масштабів сьогодні, а отже, заслуговує на увагу, як і будь-який інший лінгвокультурний феномен. У наших дослідженнях феномен «фанфікшен» характеризується, передусім, як явище вторинної творчості, тобто творчості за мотивами улюбленого літературного твору. З одного боку, фанфікшен – це великий корпус вторинних текстів, що експонентно зростає та оновлюється. З іншого боку, фанфікшен – це вторинний тип дискурсу, тобто мисленнєво-мовленнєвий феномен сучасного англомовного кіберпростору, комунікативна подія реципієнтів первинного текстопростору, яка об'єктивується через корпус власних (вторинних) текстів, обумовлюється взаємозв'язком між антропоцентрами текстової комунікації (вторинним продуцентом і вторинним реципієнтом), характеризується їхніми ментальними та лінгвальними компетенціями та враховує весь спектр екстралінгвальних чинників [2, с. 112].

Сьогодні фандомна культура в англомовному кіберпросторі посідає чільне місце, оскільки є досить розвинутою та має велику кількість «опорних точок». Це, перш за все, сайти-архіви, платформи блогів, соціальні мережі, де вторинні автори продукують безліч вторинних текстів найрізноманітнішого об'єму, характеру та змісту й створюють умови для того, щоб ці тексти були помітні, обговорювалися та оцінювалися учасниками спільноти. Крім того, окреме місце у фанатській культурі посідають і різноманітні практики офлайн-комунікації (косплеї, участь у конвентах, офлайн-зустрічі за інтересами, виробництво та продаж фандомної атрибутики тощо).

Як бачимо, управління інформаційними потоками перебуває в руках користувачів, які власноруч управляють контентом, відбирають те, що їм до вподоби, і обходять те, що їх не влаштовує, минаючи різноманітні ієрархічні ланки. Нові інформаційно-комунікаційні технології розширюють тіло користувачів у просторі й часі, забезпечуючи можливість контролювати та змінювати реальність у своїх інтересах. Усі ці процеси каузують зміну самої культури споживання інформації – від пасивної й споживчої до кооперативної та інтерактивної. У системі культури конвергенції, обумовленої розвитком нових мультимедійних засобів, читач, слухач або глядач отримує необмежений доступ до механізмів інтерактивної взаємодії з медіа-каналами.

Слідом за епохою інтерактивності сучасне суспільство вступає в так звану добу «співтворчості», яка передбачає зміну рольових парадигм, коли межа між автором і читачем, творцем і споживачем зникає. Кіберпростір, побудований за принципом гіпертексту, і зміна рольових парадигм формують креативного суб'єкта, який виступає носієм нової «інформаційної культури». В умовах, коли масове поширення комп'ютерних технологій надає кожному охочому можливість пошуку інформації та самовираження, відбувається становлення нового психотипу людини та нового типу суспільства – інформаційного суспільства, а Земля, за визначенням вищезгаданого М. Маклюєна, перетворюється у глобальне село.

Тут, проте, варто згадати й про певному сенсі негативні наслідки глибоких культурних і соціальних зрушень, які зазнає сучасний соціум. Ідеться про так званий феномен «шоку майбутнього», який уперше було сформульовано у 1965 році Е. Тофлером [5]. Цим терміном американський соціолог, футуролог і публіцист описує руйнівний стрес і дезорієнтацію, що відбуваються за короткий проміжок часу з перманентно зростаючою кількістю людей і приносять великі зміни, тобто це

захисна психологічна реакція людини або суспільства на стрімкі та радикальні зміни в його оточенні, викликані прискоренням темпів технологічного та соціального прогресу. Доречним, на нашу думку, видається використання цього «футурошоку» стосовно практик і цінностей, пов'язаних із розвитком медіа-конвергенції, а відтак і культури співучасті. В Україні, зокрема, його каузовано, як уже було сказано, забобонами, які викликані незнанням і коло-сальним культурним розривом між поколіннями. Не треба забувати, що сучасна людина – це не пасивний реципієнт і користувач інформаційно-комунікаційних технологій, а активний, здатний до самостійних суджень і вираження власних думок продуцент, який готовий нести відповідальність за всі ті ефекти та наслідки, які з'являться після того, як він залучиться до інформаційного потоку й почне творити в культурному та соціальному середовищах.

Висновки. У підсумку зазначимо, що, по-перше, цифрова культура загалом і медіа-конвергенція зокрема зробили помітний вплив на традиційні види

людської діяльності, пов'язані з творчістю та самовираженням. По-друге, «стиснувши» просторово-територіальну організацію суспільства, цифрова культура породила культуру он-лайн, яка, власне, і надала нові можливості для самовираження та творчості. На зміну суспільства споживачів масової культури прийшло суспільство нових форм виробництва й самовираження.

Отже, конвергенція нових і старих медіа постає чимось більшим, ніж простим технологічним зсувом, оскільки вона одночасно описує технологічні, культурні та соціологічні зміни в системі громадського та інформаційного устрою й сприйняття медіа-середовища. Конвергенція – це новий потужний, але поки що малодосліджений комплекс, що охоплює практично всі сфери життя та діяльності людини. Ба більше: сьогодні концепція конвергенції лягає в основу нової структури нелінійного створення медіа-сюжетів, відомого як парадигма «трансмедійної розповіді», яка й становить **перспективу** наших подальших наукових пошуків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / Пер. с англ. М.: Гос. ун-т. Высш. шк. экономики, 2000. 606 с.
2. Кузнецова М.О. Вторинний дискурс англомовних текстів сучасної масової культури: монографія. Запоріжжя: ЗНТУ, 2015. 202 с.
3. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне. М.: АСТ, Астрель, 2012. 226 с.
4. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. М.: Жуковский: КАНОН-пресс-Ц: Кучково поле, 2003. 464 с.
5. Тоффлер Э. Шок будущего / Пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 557 с.
6. Янгель Л.Б. Информатизация в глобализирующемся мире: философский анализ: автореф. дисс. ... канд. филос. наук: спец. 09.00.08, 09.00.11. М., 2004. 25 с.
7. Appelgren E. Convergence and divergence in media: different perspectives. ICCS 8th International Conference on Electronic Publishing 2004. Brasilia: Brazil, 2004. P. 237–248.
8. Baym N.K. Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000. 264 p.
9. Black R.W. English-Language Learners, Fan Communities, and 21st-Century Skills. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*. 2009. Vol. 52 (8). P. 688–697.
10. Bronwen T. What Is Fanfiction and Why Are People Saying Such Nice Things about It? *StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies*. 2011. Vol. 3. P. 1–24.
11. Bury R. Cyberspaces of their own: Female fandoms online. New York : Peter Lang, 2005. 242 p.
12. Gates B. Business @ the Speed of Thought: Succeeding in the Digital Economy. Grand Central Publishing, 1999. 496 p.
13. Gray J. Fandom: Identities and Communities in a Mediated World. New York : New York University Press, 2007. 416 p.
14. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York : New York University Press, 2006. 308 p.
15. Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. NYU Press, 2006. 279 p.
16. Jenkins H. Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. New York : Routledge, 2013. 370 p.
17. Jenkins H., Mizuko Ito, Danah Boyd Participatory Culture in a Networked Era. A Conversation on Youth, Learning, Commerce and Politics, Cambridge : Polity Press, 2016. 214 p.
18. Lawson-Borders G. L. Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers. N.J. : Lawrence Erlbaum Associated, 2006. 224 p.
19. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy; the making of typographic man. Toronto, Canada : Univ. of Toronto Press, 1962. 293 p.
20. Pool I. de Sola. Technologies of Freedom. Cambridge, Mass. : Belknap Press, 1983. 299 p.