

Юлія Половинчак

канд. іст. наук, ст. наук. співроб.,
керівник Національної юридичної бібліотеки,
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

**КОНВЕРГЕНТНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНОМУ
ІНФОПРОСТОРИ: ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕКСТІВ,
ПРАКТИК, ІЄРАРХІЙ**

Стаття присвячена дослідженню явища медіаконвергенції як процесу злиття засобів традиційних масової інформації та комунікації в єдиний інформаційний ресурс. Обґрунтовано тезу про нелінійний характер розвитку сучасних медіа та продукованих текстів. Розглядається трансформація інформаційного простору як площини комунікативних та ширше – соціокультурних практик. Предметом наукового зацікавлення є нові тенденції продукування і трансформації сенсів, репрезентації цінностей.

Ключові слова: конвергентні медіа, трансмедіа, інтерактивність, комунікативні практики.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій останніх десятиліть вносить принципові зміни в усі сфери життя, пов'язані з масовою комунікацією: зростає кількість і видова різноманітність медіа, ускладнюється їх функціонал (інструменти і можливості: різномовні варіанти сайту, рейтингування авторів і контенту, голосування, форуми, інтеграція із соціальними мережами, фотогалереї тощо); зростає інтерактивність, тобто включеність користувачів у створення, трансляцію та трансформацію контенту, процеси, що можуть бути описані як «вибух авторства» [8]. Ці зміни визначають трансформацію всіх сфер, пов'язаних так чи інакше з медіа: по-перше – переформатовується співвідношення між типами зв'язків: зростає роль та інтенсивність горизонтальних комунікацій. Друге – розширення видів контенту, зростання, відповідно, кількості конфігурацій його поєднання, аж до інтеграції різних типів медіа чи їхніх елементів, значним чином завдяки процесам дигіталізації (англ. digitalisation) – переведення інформації у цифровий формат.

Така інтегрованість медіа (технологій і контенту) описується через поняття конвергентності (від латин. *convergo* – сходжусь, наближаюсь) як процесу злиття засобів традиційних масової інформації та комунікації в єдиний інформаційний ресурс [18].

Специфіка наукового осмислення проблеми визначається переважно тим, що швидкість змін перевищує сьогодні швидкість їх теоретико-методологічної рефлексії; науковцям доводиться фіксувати фрагментарні трансформації, що відбуваються, та одночасно працювати над їх теоретичним осмисленням. Так, багатозначність термінів «конвергенція ЗМІ», «конвергентні медіа», «мультимедійна журналістика», на думку М. Кастельса, пов'язана з тим, що «медіареволюція відбувається на наших очах і злиття раніше роз'єднаних преси, радіо, телебачення йде різними шляхами» [5, с. 157–164]. Друга причина відсутності єдиної системи наукових уявлень про описані процеси полягає в тому, що ці процеси стосуються різних галузей сучасного життя і трактуються дослідниками з різних точок зору. Зокрема, феномен конвергентних медіа може вважатися досить розробленим з точки зору проблематики становлення цифрової журналістики та ширше – в контексті теорії мас медіа [2, 6]; розробляються проблеми конвергентності і в галузі текстознавства [3]. Водночас досліджуване явище є ширшим – ідеться не лише про зміни у медіаспоживанні, а і про трансформацію інформаційного простору як площини найрізноманітніших соціокультурних практик – від гастрономічної культури і спортивного вболівання до політичних процесів та інформаційних війн. З точки зору соціокомунікативістики стоїть завдання дослідження проблеми саме з огляду на такий розріз – як трансформації комунікативних та ширше – соціальних практик. У нашому випадку предметом наукового зацікавлення є нові тенденції продукування і трансформації сенсів, репрезентації цінностей, фактично грань, де комунікативістика перетинається із широкими соціокультурними дослідженнями.

Поняття «злиття», яким оперуємо, визначаючи конвергентність, охоплює різнопланові процеси: не лише ерозію традиційних відмінностей між ЗМІ у зв'язку з концентрацією власності, глобалізацією та фрагментацією аудиторії; об'єднання на єдиній технологічній базі або загальній промисловій стратегії [13]. Власне, синтезованою конвергентною технологією можемо вважати Інтернет з його безмежними

цифровими можливостями трансформації даних: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформаційний продукт, який позначають терміном «мультимедіа», і який є за своєю природою конвергентним. Відповідно, мультимедійність є одним із аспектів конвергентності.

Має місце також взаємопроникнення технологій впливу: маніпулятивних, журналістських, публіцистичних, психологічних, PR, рекламних [11, с. 2], і це зближення різних медіа-практик створює новий дискурсивний простір із своїми особливостями. Американська дослідниця С. Херрінг вважає їх останнім трендом у розвитку комп'ютерно-опосередкованої комунікації [14], заявляючи, що вже власне можна говорити не просто про комп'ютерно-опосередковану комунікацію, а про комп'ютерно-опосередковану комунікацію конвергентних медіа.

Згадану вище інтерактивність та перехід до ключової ролі горизонтальних комунікацій також можна розглядати в контексті конвергентних процесів. Фактично Інтернет є простором поєднання масової та індивідуальної комунікації, що спричиняє ще один наслідок – зростання частки контенту, генерованого безпосередньо користувачем (User Generated Content). Виходячи з авторства, українська дослідниця О. Горошко виділяє три типи медіаконтенту: 1) оригінальний професійний контент; 2) любительський контент, вироблений споживачами – записи в блогах, на персональних сторінках в соціальних мережах, створені споживачем фото-, відео- і аудіоконтент, інтернет-ресурси, створені користувачами, з різним рівнем колаборації (від авторського до проєктів з можливістю колективної творчості); 3) продукти, створювані штучним інтелектом (новинні агрегатори і пошукові системи, які фактично структурують новинні потоки автоматично, тобто виконують фундаментальну функцію ЗМІ у встановленні пріоритетності новин). Можуть існувати гібридні за авторством (поєднання професійного, користувачького та автоматичного) види контенту [3].

Відповідно, поряд із такими рівнями конвергенції, за класифікацією австралійського професора Т. Барра, як інституційна (сектори, що при перетині гарантують конвергентні процеси) та функціональна (контенту, технологій та трансляторів) [12, с. 23–24] з точки зору соціокомунікативістики варто додати суб'єкту, що описуватиме зрощення і змішування ролей – читача, автора, співавтора, перекладача, критика, видавця, коректора тощо. Інтерактивні форми зв'язку дають користувачеві можливість

брати участь у виробництві інформаційного продукту на різних його етапах – від створення до фінансування через краудфандингові проекти, формування нового рівня художньої чи медіакритики, тим самим розмиваючи межу не лише між читачем і автором, а навіть між читачем і медіа: користувач має змогу обирати, який саме контент він повинен отримувати, виходячи в мережу, налаштовуючись на читання обраних блогів, спільнот, стрічок або вікі-проектів, перебираючи на себе, таким чином, одну із функцій медіа: формування порядку денного, відбір і трансляцію значущого для своєї аудиторії. Стрічка оновлення сторінки в соціальній мережі, яку може бути сформовано таким чином, щоб вона виконувала роль агрегатора новин; спеціальні застосунки, призначені для синдикації контенту; рекомендаційні спільноти, побудовані на принципі колабораційної фільтрації – інтегрованість конвергованих медіа спрямована на конкретного користувача, що дозволяє йому поєднувати різні ролі та функції: одночасно виробника, редактора і споживача медійного продукту.

При цьому можна говорити про нові тенденції не лише у виробленні і споживанні контенту, а і в його дистрибуції, що набуває виразно інтерактивного характеру – вподобання і перепублікація (репост) виступають не лише найнижчим (мінімалістичним) рівнем соціальної активності в інформаційному просторі, а й інструментами вірусного редактора. Як суб'єктивно (фільтрування інформації за принципами домедійної епохи: «всі про це говорять»: «я читаю те, що подобається більшості»), так і об'єктивно (пошукові системи при індексуванні враховують популярність контенту; алгоритм представлення дописів у стрічці в соціальній мережі враховує популярність та реакції самого користувача) рекомендаційний принцип інтерактивного простору більше або менше впливає на доставку інформації, (очевидно, що про «чистий», не скорегований маркетинговими стратегіями користувацький відбір все ж не йдеться).

У цьому контексті важливим видається врахування української специфіки, що визначається відмінностями у особливостях соціокультурних процесів, – для України слід враховувати, як мінімум, посттоталітарний та постколоніальний характер розвитку; спричинену цим специфіку медіаполя. Так, американська дослідниця С. Херрінг вважає, що основна функціональна роль конвергентних медіа – це розвага,

а комунікативна й інформаційна функції тут відходять на задній план [14]. Такі висновки можуть відображати специфіку американських медій, але не є релевантними для українського простору – для останнього характерна заангажованість традиційних ЗМІ (див., наприклад, проект «Моніторинг медіавласності» Інституту масової інформації та «Репортерів без кордонів», що обґрунтовує висновок про те, що в Україні 75% медіа належить політикам та олігархам [1]); висока інкорпорованість як на інституційному [4], так і на неформальному рівні [9] українського медіаполя з російським, навіть після тривалої та очевидної російської агресії. Отже, специфіку вітчизняного інтерактивного інформаційного простору великою мірою визначає його альтернативність як незалежного (відносно) джерела інформації в умовах неподоланої, і навіть поглибленої недовіри до традиційних ЗМІ політично активної частини суспільства. Ця тенденція цілком суголосна із світовими процесами: для посттоталітарних суспільств є особливо важливим зникнення монополії професійних журналістів на отримання, обробку і поширення інформації, коли, за висловом Е. Тоффлера, «розвиток інформаційної технології непомітно і швидко демонополізує інформацію без єдиного пострілу» [10, с. 38]. Тому, власне, значна кількість «розгорнутих» – великих за розміром, складних як за тематикою, так і за аргументацією текстів у соціальній мережі Фейсбук та розвинена суспільно-політична блогосфера є характерною особливістю українського медіаполя. Окрім суспільно-політичної тематики, соціальні медіа представляють тексти, що стосуються культури, історії, дорожніх нотаток, літописів чи хронік (наприклад, сучасних воєнних подій в Україні). Низка цікавих проектів соціальних медіа за останні роки були опубліковані і стали успішними як книги: О. Забужко «Літопис самовидців: дев'ять місяців українського спротиву» та Х. Бердинських «Є люди» (хроніки дописів з соціальних мереж про події Революції гідності); книга Facebook-постів «Фантомная боль #maidan»; книга військового журналіста К. Машовця «Діалоги з “нуля”» та ін.

Поява масиву інтелектуального контенту в соціальній мережі обумовлена як згаданими вище компенсаційними механізмами, так і, з високою вірогідністю, радянською традицією протидії інтелектуалів пропаганді, коли офіційним ЗМІ протиставлявся «самвидав». Тож інтерактивний інформаційний простір, особливо його суспільно-

заангажований сегмент, відіграє роль електронного «самвидаву» і попри його не домінуючий за охопленням аудиторії статус, є досить впливовим чинником українського суспільного життя (телебачення все ще є головним джерелом новин для українців, проте зниження його популярності триває на тлі зростання числа українців, які спілкуються та отримують новини онлайн) [7].

Плідним видається врахування ідей американського дослідника конвергенції в культурі і медіа Г. Дженкінса, який пропонує концепцію конвергенції як стратегію еволюційних змін медіа; розглядає конвергенцію як парадигму, визначальну ієрархію, диверсифікацію і взаємозв'язок медіа; поняття, яке описує технологічні, промислові, культурні та соціальні зміни. Важливо, що до опису явища він відносить не лише потік контенту на різних платформах ЗМІ, співпрацю різних засобів масової інформації, а й міграційну поведінку аудиторії медіа, яка практично в будь-якому місці знаходить інформацію чи розваги [15, с. 7–8]. Поряд із поняттям «конвергентні медіа» Г. Дженкінс оперує поняттям «трансмедіа», описуючи цим терміном взаємоперетин медіа-форматів. З цієї точки зору трансмедіа – це один із способів говорити про конвергенцію як про культурну практику. Слід мати на увазі, що М. Кіндер у своїй роботі «Playing with Power» писала про «трансмедійну інтертекстуальність» [17], а Г. Дженкінс популяризував термін «трансмедійна оповідь». Автор звертає увагу на особливості трансформації контенту у разі переходу на різні медіаплатформи, розмірковує про трансмедійні перформанс, ритуал, гру, трансмедійну філософію як «іншу логіку». Феномен трансмедіа розглядається ним у контексті логіки взаємодії між різними медіа, як структура, що базується на розвитку віртуальних світів через кожне нове середовище. Одна з характеристик трансмедіа – це розкриття історії не просто через кілька медіаформатів, а за допомогою різних текстів, що являють собою різні «точки входу» для нарративу.

Цей принцип, сформульований Г. Дженкінсом, може бути екстрапольований і на дискурсивні практики чи ситуації. Зважаючи на описаний вище високий рівень політизації українського інтерактивного простору показовим може стати розгортання в ньому дискурсу декомунізації – відображення та осмислення процесу очищення фізичного та символічного простору від об'єктів, що репрезентують комуністичну ідеологію.

Хоча декомунізація розпочалася ще в період розпаду СРСР, проте його стихійна активізація припадає на період Революції гідності; офіційного статусу процес декомунізації набув у 2015 р. із ухваленням Верховною Радою України пакетау так званих «декомунізаційних законів». Отже, сучасний декомунізаційний інтернет-дискурс формує сума різних за походженням, якістю, авторством, медіаносієм текстів: академічні дискусії, публіцистичні рефлексії, довідкові статті, просвітницькі матеріали; опитування, обговорення в соціальних мережах, суперечки на форумах; петиції на сайтах органів влади і місцевого самоврядування; публікація копій історичних документів та фото; інтерактивні карти; інсталяції, «фотожаби» та демотиватори¹ відповідної тематики; стріми² «ленінопаду» – хвилі демонтажів і пошкоджень пам'ятників радянським політичним діячам, що їх можна розглядати як політичний перфоманс, як і «перевдягання» радянських пам'ятників – найвідомішою акцією став вінок вдягнений руфером Мустангом³ на монумент Батьківщини-Матері у 2015 р., відео, фото цих акцій тощо. Кожен із перелічених текстів може бути «точкою входу» для участі у суспільному осмисленні на різних рівнях – автора, співавтора, читача – декомунізації як явища сучасного життя чи окремого інформаційно-комунікаційного акту. Відзначимо також, що наведений перелік демонструє таку характеристику конвергентних трансформацій інформаційного простору, як відмова від текстоцентризму: кількість власне текстового контенту зменшується на користь інших виражальних засобів. Важливим аспектом в даному випадку є різний рівень лінійності (нелінійності) сюжету, інтерактивних можливостей взаємодіяти з контентом. Показовим прикладом, що демонструє ці характеристики, може вважатися антикорупційний проект – інтернет-гра «Гроші, метри, два авта», розроблена фахівцями

¹ Фотожаба – графічна карикатура, результат фотомонтажу, переробки зображення із застосуванням комп'ютерного дизайну; демотиватор – сатиричне зображення, створене за схемою: картинка (фото) в рамці та напис-слоган.

² Стрім (від Live-Streaming) відео-трансляція наживо певних подій, доступна для перегляду у режимі реального часу через мережу Інтернет, як правило – користувацький контент, що створюється безпосередніми учасниками за допомогою мобільних пристроїв.

³ Руфери (від англ. Roof – дах) – субкультура міських альпіністів-екстремалів. Mustang Wanted – нікнейм популярного українського руфера, відомого низкою політичних акцій.

медіапроєкту «Тексти» на основі інформації з бази даних декларацій declarations.com.ua: гравцям пропонують вгадати місячну зарплатню чиновника за його статками. З одного боку, проєкт є прикладом того, як ігрова форма спонукає читача замислитися над важливими соціальними чи політичними процесами, з іншого – подібні ігри яскраво відбивають суть процесу «гейміфікації», тобто залучення ігрових механік у медіа, що є, по суті, вірусним контентом (змушують грати знову і знову, щоб поліпшити результат), та «чіпляють» прив'язкою до конкретного інформаційного приводу, актуальністю і злободенністю.

У цьому контексті цікава також ідея Г. Дженкінса про необхідність розрізнити інтерактивність і участь. Перша, на думку дослідника, має справу з технологічними особливостями, а друга – з культурними. Очевидно, що на практиці вони можуть співіснувати: наприклад, відеоігри підкреслено інтерактивні і, таким чином, заздалегідь орієнтовані на розвагу; культура фанів заснована на участі – шанувальники вкладають свої ресурси в конкретний художній твір і часто роблять акценти на тих напрямках, що не були задумані продюсерами [16, с. 209]. Зі свого боку відзначимо, що реакція користувачів як участь у осмисленні, колективна рефлексія може бути змодельованою, бути результатом соціального інжинірингу за заданими параметрами, але часто має побічні лінії, які принципово перевертають плановану реакцію. Для прикладу можна навести конфліктний дискурс пам'яті, пов'язаний з Другою світовою війною в Україні – в суспільстві присутні кілька візій війни: радянська, європейська, українська націоналістична, єврейська та інші, що можуть бути як сумісними, так і антагоністичними одна щодо одної. «Війна пам'ятей» активізувалась у контексті російсько-українського потиствия, що увиразнило концепцію «Великої Перемоги» як одного із елементів інформаційної політики Кремля, суть якої – відновлення (збереження) російського впливу на пострадянському просторі. У 2017 р. акцентування окремими політичними силами позиціонування в суспільстві та відповідне висвітлення в медіа «святкування Дня Перемоги» на протипагу «відзначенню Дня Пам'яті», з одного боку дало очікуваний результат – було створено «телекартинку» для російських і проросійських каналів, що демонструє підтримку в Україні ідеї «Безсмертного полку»⁴ та ширше –

⁴ «Безсмертний полк» – російська пропагандистська громадська організація,

спільність простору пам'яті для частини громадян України із сучасним російським, навіть не пост-, а неорадянським, символічним простором. Також увиразнюється розкол в українському суспільстві по лінії різних практик комеморації – радянських, європейських, націоналістичних... Водночас ці події каталізують маргіналізацію однієї із найбільш виразно радянських і при цьому живучих в силу суспільної сакралізації практик: радянська практика «святкування» перемоги у Другій світовій досить чітко вписується у асоціативний ряд із «сепарським шабашем», ідея «безсмертного полку» як вшанування пам'яті переможців (ставлення до якої в суспільстві лояльне попри виразний російський пропагандистський присмак саме з пошани до експлуатованих пропагандистами образів ветеранів) дискредитується включенням до героїчного пантеону бойовиків «ДНР/ЛНР». Тобто трансмедійність відповідного дискурсу створює «побічні» сюжетні лінії і реакції, що можуть виявитись більш важливими, або такими, що мають глибші, далекосяжніші наслідки, ніж основні.

Отже, медіаконвергенція охоплює різноманітні та різнопланові процеси – від переведення змісту в цифрову форму (характерний приклад – створення і активний розвиток інтернет-версій більшості впливових ЗМІ, поява онлайн радіо і телебачення) до асиміляції в Мережі різних рис телебачення, друківаних видань, радіо та кінематографа. Водночас зближення різних медіа-практик створює новий дискурсивний простір зі своїми особливостями. Відбувається поєднання масової та індивідуальної комунікації, причому в першому випадку йдеться про один із найпотужніших та ефективних засобів масової комунікації, до якої елемент індивідуальної комунікації привносить високий рівень суб'єктивності та атомізації спільнот (не закриті, але світоглядно гомогенні спільноти). Така суб'єктна конвергенція характеризує зрощення і змішування ролей у інформаційно-комунікаційних процесах, дає користувачеві можливість брати участь у виробництві інформаційного продукту на різних його етапах – від створення до дистрибуції, перебираючи на себе, таким чином, одну із функцій медіа: формування порядку денного, відбір і трансляцію значущого для своєї аудиторії. Важливим

що проводить однойменні акції-марші з портретами та виступами-вшануванням учасників війни. 2017 р. у кількох українських містах було організовано такі марші, що викликали конфлікти між їхніми прибічниками та противниками.

аспектом у цьому разі є відмінність репрезентації в різних медіа: різний рівень лінійності (нелінійності) сюжету, інтерактивних можливостей взаємодіяти з контентом. У цій складно структурованій і самоорганізованій системі діють нові закони пред'явлення сенсів і репрезентації цінностей.

Література

1. В Україні створили сайт про власників ЗМІ: 75% телеринку контролюють олігархи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/v-ukraini-stvoryly-sait-pro-vlasnykiv-zmi>. – Назва з екрана.

2. *Вартанова Е.* К чему ведет конвергенция СМИ? / Е. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11–14.

3. *Горошко Е.* Типологизация контента современных СМИ (попытка рефлексии) [Электронный ресурс] / Е. Горошко // Материалы науч.-практ. конф. «Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы» (26–27 апреля 2013 г.). – Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=240>. – Загл. с экрана.

4. *Ищенко Н.* Новий рівень «діалогу». Або загроза державній безпеці? Чому активне співробітництво медійників України та Росії викликає все більше запитань [Електронний ресурс] / Н. Іщенко. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/novyy-riven-dialogu>. – Назва з екрана.

5. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – Москва : Изд-во ГУ – ВШЭ, 2000. – 608 с.

6. Конвергенція як стратегія розвитку сучасних ЗМІ // Нова парадигма: зб. наук. праць. – Київ, 2011. – № 97.

7. *Кросбі В.* Що таке нові медіа? [Електронний ресурс] / В. Кросбі. – Режим доступу: http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php. – Назва з екрана.

8. *Мирошниченко А.* Освобождение авторства. Адаптемы медиа // Сингулярность. Образы «постчеловечества» (сборник) / Фрумкин К. Г., составитель. – Москва : Алгоритм, 2016. – С. 73–109.

9. *Онищенко О.* Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. Онищенко, В. Горовий, В. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – 260 с.

10. *Тоффлер Э.* Шок будущего / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2008. – 560 с.
11. *Шеремет В.* Типология медиаконвергенции [Электронный ресурс] / В. Шеремет. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-mediakonvergentsii>. – Загл. с экрана.
12. *Barr T.* The changing face of Australia's media and communications / T. Barr. – Allen & Unwin, 2000. – 280 p.
13. *Danesi M.* Dictionary of media and communications / M. Danesi. – Pentagon Press, 2009. – 349 p.
14. *Herring S.* Commentary: Contextualizing digital discourse [Electronic resource] / S. Herring // Digital discourse: Language in the new media. – New York: Oxford University Press. – Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herr/herring/commentary.2011.pdf>. – Title from the screen.
15. *Jenkins H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide / H. Jenkins. – NYU Press, 2008. – 368 p.
16. *Jenkins H.* Transmedia 202: Further Reflections [Electronic resource] / H. Jenkins. – Mode of access: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html August 1, 2011. – Title from the screen.
17. *Kinder M.* Playing with Power in Movies, Television and Video Games / M. Kinder. – University of California Press, 1991. – 277 p.
18. *Zelenkauskaite A.* Television-mediated conversation: Coherence in Italian iTV SMS chat [Electronic resource] / A. Zelenkauskaite, S. Herring // Proceedings of the Forty-First Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-41). – Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2008. – Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss08.pdf>. – Title from the screen.

References

1. V Ukraini stvoryly sait pro vlasnykiv ZMI: 75% telerynku kontroliuiut oliharkhy [Ukraine has created the website about owners of media: 75% of the telemarket are controlled by oligarchs]. Retrieved from <https://hromadske.ua/posts/v-ukraini-stvoryly-sait-pro-vlasnykiv-zmi> [in Ukrainian].
2. Vartanova, E. (1999). K chemu vedet konvergentciia SMI? [To what convergence of media conducts?]. *Informatcionnoe obshchestvo – Informational Society*, issue 5, pp. 11–14 [in Russian].
3. Goroshko, E. (2013). Tipologizatsiia kontenta sovremennykh SMI

(popytka refleksii) [Typologization of content of modern media (attempt of a reflection)]. *Materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii «Razvitie russkoiazыchnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy» (2013, 26–27 Apr.) – Materials of a scientific and practical conference «Development of Russian-speaking media space: communication and ethical problems» (2013, 26–27 Apr.)*. Retrieved from <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=240> [in Russian].

4. Ishchenko, N. (2017). Novyi riven «dialohu». Abo zahroza derzhavnii bezpetsi? Chomu aktyvne spivrobitnytstvo mediinykiv Ukrainy ta Rosii vyklykaie vse bilshе zapytan [New level of «dialogue». Or threat of state security? Why active cooperation of media managers of Ukraine and Russia raises more and more questions]. Retrieved from <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/novy-riven-dialogu> [in Ukrainian].

5. Kastels, M. (2000). Informatsionnaia epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura [Information era: economy, society and culture]. Moscow: Izd-vo GU–VShE, 608 p. [in Russian].

6. Konverhentsiia yak stratehiia rozvytku suchasnykh ZMI [Convergence as development strategy of modern media]. *Nova paradyma – New paradigm*, no. 97. Kyiv [in Ukrainian].

7. Krosbi, V. (2006). Shcho take novi media? [What is new media?]. Retrieved from http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php [in Ukrainian].

8. Miroshnichenko A. (2016). Osvobozhdeniie avtorstva. Adaptemy media [Liberation of authorship. Media adaptations] Singuliarnost. Obrazy «postchelovechestva» – Singularity. Images of «posthumanity». Moscow: Algorithm [in Russian].

9. Onyshchenko, O. et. al. (2014). Sotsialni merezhi yak instrument vziaemovplyvu vlady ta hromadianskoho suspilstva [Social networks as the tool of mutual influence of the power and civil society]. Kyiv [in Ukrainian].

10. Toffler, E. (2008). Shok budushchego [Future shock]. Moscow: AST, 560 p. [in Russian].

11. Sheremet, V. (2012). Tipologiiia mediakonvergentcii [Media convergence typology]. Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-mediakonvergentcii> [in Russian].

12. Barr, T. (2000). The changing face of Australia's media and communications. Allen & Unwin, 280 p. [in English].

13. Danesi, M. (2009). Dictionary of media and communications. Pentagon, 349 p [in English].
14. Herring, S. (2011). Commentary: Contextualizing digital discourse. *Digital discourse: Language in the new media*. New York: Oxford University Press. Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/commentary.2011.pdf> [in English].
15. Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 368 p. [in English].
16. Jenkins, H. (2011). *Transmedia 202: Further Reflections*. Retrieved from http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html August 1, 2011 [in English].
17. *Kinder M.* (1991). *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*. University of California Press, 277 p. [in English].
18. Zelenkauskaite, A., Herring, S. (2008). Television-mediated conversation: Coherence in Italian iTV SMS chat. *Proceedings of the Forty-First Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-41)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press. Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss08.pdf> [in English].

Стаття надійшла до редакції 03.07.2017.

Yuliia Polovynchak,

Cand. Sci. (Historical), Senior Research Associate,
Director of National Legal Library,
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Convergent Processes in Modern Information Space: Transformations of Texts, Practices, Hierarchies

The paper presents the research of media convergence phenomenon as the process of merge of means of traditional mass information and communication into single information resource. The thesis about the nonlinear character of modern media development and the produced texts are proved. The transformation of information space as the planes communicative as well as sociocultural practices is considered. The subjects of scientific interest are the new tendencies of production and transformation of meanings, representations of values, limit of communicative science and wide-ranging sociocultural studies crossing.

Keywords: convergent media, transmedia, interactivity, communicative practices.

Юлия Половинчак,

канд. ист. наук, ст. науч. сотр,

директор Национальной юридической библиотеки,

Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

**Конвергентные процессы в современном информационном пространстве:
трансформации текстов, практик, иерархий**

Статья посвящена исследованию явления медиаконвергенции как процесса слияния средств традиционных массовой информации и коммуникации в единый информационный ресурс. Обоснован тезис о нелинейном характере развития современных медиа и продуцируемых текстов. Рассматривается трансформация информационного пространства как плоскости коммуникативных и шире – социокультурных практик. Предметом научного интереса являются новые тенденции продуцирования и трансформации смыслов, репрезентации ценностей, предел пересечения коммуникативистики с широкими социокультурными исследованиями.

Ключевые слова: конвергентные медиа, трансмедиа, интерактивность, коммуникативные практики.