

Жидович В.Е., студ. гр. 208 ФКиСКД
БГУКИ
Научный руководитель – Калашникова А.В.,
доцент

ПУТИ КОНВЕРГЕНЦИИ: ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И КУЛЬТУРА

Теория конвергенции основана на идее преобладания тенденций объединения элементов в систему над процессами дифференциации, различения и индивидуализации [4]. Первоначально теория конвергенции возникла в биологии, затем была перенесена в сферу социально-политических наук. Например, последователи пролетарской идеологии считали, что между капитализмом и социализмом не может быть ничего общего. После двух мировых войн во второй половине XX столетия складывается идея о единстве современного мира в рамках индустриального общества. В СССР в эпоху господства марксистско-ленинской идеологии с идеями конвергенции выступал известный физик и мыслитель – диссидент А.Сахаров. Идея конвергенции оформилась в работах Дж.Гэлбрейта, У.Ростоу, П.Сорокина (США), Я.Тинбергена (Нидерланды), Р.Арона (Франция) и других мыслителей, в том числе российских деятелей культуры (Д.Лихачев), и продолжает развиваться в работах современных культурологов и искусствоведов. Например, исследователь-искусствовед П.И. Браславский в статье «Театр и виртуальная реальность: предпосылки и перспективы конвергенции» считает, что благодаря конвергенции «тенденция к интерактивности заметна во всей современной культуре» [4].

Теории конвергенции в своей основе гуманистичны. Индустриальное общество, сменившееся в 70-е гг. постиндустриальным, а в конце столетия информационным, приобрело много сторон, о которых говорили идеологи социализма и капитализма. Например, жизненный уровень в странах социализма был гораздо ниже, чем в развитых капиталистических странах, а уровень милитаризации – гораздо выше. Достоинства рыночного общества и трудности, возникающие при социализме, позволяли предложить

уменьшение конфронтации между двумя социальными системами, увеличить порог доверия между политическими системами. Конвергенция осуществляется через экономику, политику, научное производство, духовную культуру и многие другие сферы социальной действительности. Особенно ярко она проявляется в компьютеризации.

Рис1. Процесс конвергенции медиа и технических платформ [5]



В этой области наблюдается процесс сращивания и взаимопроникновения голосовой коммуникации, визуального имиджа, компьютерных и игровых платформ в сторону портативности и интерактивности современных технических средств. Так возможность совместной деятельности открывает новые горизонты в сфере информатизации общества. Сегодня маркетологами разрабатывается теория маркетинг-конвергенции, предполагающая объединение бренд-маркетинга и прямого маркетинга для получения высокой прибыли.

Специалисты считают, что под влиянием конвергенции происходят изменения и в образовании – наблюдается переход от знаниецентристского уровня к культуроцентристскому. В связи с этими процессами современное постиндустриальное общество характеризуется новыми *потребностями*, под влиянием которых происходит формирование новых видов творчества и культурно-досуговой деятельности: развитие звукорежиссуры (музыкальные перформансы), интерактивной режиссуры (мультимедиа), различных видов цифрового искусства *Digital Art* (инсталлирование, виртуальная реальность, киберискусство) и др. Появление новых видов искусств и досуговых предпочтений создает новые целевые группы потребителей (чаще подростки

и молодежь) – виртуальные сообщества *Online community*, формирующих и поддерживающих коммуникацию между собой посредством создания в интернете форумов, чатов с использованием вербальных, аудиальных, визуальных средств [1]. Это общение, организаторами и модераторами которого все чаще являются культурологи-менеджеры, можно моделировать в целях как популяризации и экспонирования произведений художников, писателей, фотографов, дигиталмейкеров, так и в *коммерческих целях*.

Электронный бизнес имеет различные направления (электронная коммерция, электронный франчайзинг, электронный маркетинг) и ставит своей целью использование преимуществ Internet (удобство, доступность, глобальный охват) как для расширения возможностей традиционного бизнеса, так и для создания новых виртуальных видов бизнеса. Опираясь на выделенные В.А. Грабауровым [3] направления электронного бизнеса, определим возможности взаимодействия культуры и Internet:

Бизнес на Internet (интернет-провайдинг, контент-провайдинг и сервис-провайдинг) – продукты и услуги культуры здесь пока не рассматриваются;

Бизнес вокруг Internet (поставка творческих и художественных идей для web-дизайна, оформления программных средств, театрализация рекламных компаний программных средств и продуктов др.);

Бизнес в Internet (интернет-магазины и интернет-аукционы по продаже произведений искусства, изделий народного творчества; виртуальные фан-клубы с интернет-магазином; интернет-расчеты (электронная система продажи билетов на концертные и театральные мероприятия); интернет-мерчандайзинг – продажа товаров, которые удовлетворяют потребности зрителей показать знакомым, что они присутствовали на спектакле (концерте), сохранить в памяти образ артиста, музыку; информационная подписка – каталоги произведений, книги; электронная рассылка новостей культуры; электронные справочники фестивалей и культурных событий регионов; электронные банки данных людей артистических профессий и персонала; электронный маркетинг – массовый: формирование имиджа в

сети учреждений культуры, и индивидуальный: персональных брендов творцов; электронное обучение – творчество, народные промыслы и хобби становятся «ходовым товаром»; др.)

Итак, наиболее перспективный путь для взаимодействия культуры и интернета пока является – *Бизнес в Internet*. Следовательно, информационные технологии помогают ускорить не только преобразования в экономике, но и в сфере культуры – сделать отрасль культуры более прибыльной, найти новые ниши для распространения культурных продуктов и услуг, и, возможно, создать новые модели электронной коммерции, в которых культура может выступить звеном-посредником или полноправным участником (существующие модели: B2C-«бизнес-покупатель», B2B-«бизнес-бизнес»; возможные: «бизнес-культура-покупатель», «бизнес-культура-бизнес»).

По результатам 2010г. декларации о доходах, полученных в Интернете, представили в инспекции Минска 148 чел., задекларировав 4,7 млн.руб. и уплатив 455 млн.руб. подоходного налога (административные штрафы составили более 60 млн.руб.). При этом 38% поданных деклараций касались доходов, полученных от интернет-игр (например, покер, интернет-казино), т.е. в сфере досуга. Правила налогообложения в Республике Беларусь одинаковы для всех систем расчетов с использованием электронных денег (WebMoney, EasyPay, «Яндекс.Деньги» и др.), только налог начисляется в национальной валюте. В заключении напомним, какая систематическая деятельность в Интернете является предпринимательской: оказание услуг по размещению рекламы на собственных ресурсах; торговля текстами в сети Интернет; введение платной регистрации на собственных ресурсах. В налоговых органах данный список открыт и со временем в нем могут появляться и другие виды деятельности [2]. Потому что, целью любого бизнеса, в том числе и электронного, является финансовая результативность, которая приносит пользу обществу и государству.

Изучение технологий ведения электронного бизнеса существенно расширит профессиональную компетенцию культурологов-менеджеров и

ускорит продвижение белорусской современной и традиционной культуры в глобальном информационном пространстве.

Список использованной литературы:

1. Агафонова, Н.А. Digital Art: к проблеме видовой дифференциации / Н.А. Агафонова // Культура. Наука.Творчество: материалы научной конф. / ред. Е.Н. Дулова. – Минск: УО «Беларусская академия музыки», 2008. – 822 с.
2. Антипенко, О. С электронных денег и выигрышей в интернет-покер нужно платить налог / О. Антипенко // «Комсомольская правда» в Беларуси. – 2011. – 5 апреля. – С. 9.
3. Информационные технологии: Учеб. пособие для слушателей программы Master of Busines Administration / В.А. Грабауров, С.В. Грабауров, В.Н. Гулин, В.В. Лабоцкий: Под ред. В.А. Грабаурова. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2003. – С.88–97.
4. Электронный журнал «ИССЛЕДОВАНО В РОССИИ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2003>. – Дата доступа: 05.04.2011.