

## Медіаконвергенція та крос-інновації в цифровому аудіовізуальному ландшафті епохи метамодерну: до питання про еволюційну логіку

Ігор Печеранський

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

**Анотація.** *Мета статті* — проаналізувати внутрішні структурні зв'язки та динаміку цифрового аудіовізуального ландшафту у зв'язку з крос-інноваціями й процесом медіаконвергенції, розкрити еволюційну логіку виникнення та взаємодії аудіовізуальних екосистем у першій чверті XXI ст. *Результати дослідження.* Цифровий аудіовізуальний ландшафт є складним і багатокомпонентним утворенням, системний аналіз якого можливий на основі співпраці таких дискурсів і галузей знання, як мистецтвознавство (аудіовізуальні студії), культурологія та медіазнавство у зв'язку з медіаекономікою. Медіаконвергенція та крос-інновації є важливими структуроутворювальними чинниками аудіовізуального ландшафту на різних його рівнях, без осмислення та аналізу яких неможливо комплексно представити функціонування окремих його екосистем та індустрій. *Наукова новизна* полягає в тому, що вперше в Україні на рівні дослідницької статті розглянуто крос-інновації та медіаконвергенцію як механізми утворення та функціонування цифрового аудіовізуального ландшафту епохи метамодерну. *Висновки.* Доведено, що завдяки диджиталізації та розвитку мережевих інфраструктур і цифрових медіатехнологій транскордонні діалоги між різними аудіовізуальними екосистемами є регулярними, що свідчить про поглиблення медіатизації та ускладнення ландшафту, виокремлення та координацію його рівнів (мікро-, мезо- та макро-). Еволюційна логіка передбачає розробку медіапідприємствами та аудіовізуальними індустріями міжмедійних або трансмедійних стратегій, які становлять «вищий» рівень медіаконвергенції, що має потенціал інтегрувати інші конвергентні форми медіа. Стверджується, що крос-інновації спроможні розширити простір упровадження технологічних рішень та оптимізувати автокомунікацію та самокодування, які координуватимуть подальший розвиток аудіовізуальної екосистеми та появу нового ринку чи галузі навколо неї.

**Ключові слова:** аудіовізуальний ландшафт; аудіовізуальна екосистема; медіаконвергенція; крос-інновації; цифровізація; еволюційна логіка; автокомунікація

### Для цитування

Печеранський, І. (2024). Медіаконвергенція та крос-інновації в цифровому аудіовізуальному ландшафті епохи метамодерну: до питання про еволюційну логіку. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 51, 67–75. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.51.2024.318356>

### Вступ

Цифрова еволюція аудіовізуальних індустрій на етапі мета- або постмодерну засвідчує формування поляризованого ландшафту, який містить різні екосистеми, їхню гібридизацію та взаємозв'язок відповідно до логіки трансформації конвергентної культури в першій третині XXI ст. Глобалізація Інтернету та технологічний розвиток лише поглибили формотворчі процеси в рам-

ках цифрового та мультимедійного ландшафту, де співіснують/конкурують традиційні медіа з новими (Інтернет-мовлення, мобільне телебачення, IPTV — англ. Internet Protocol Television — нове покоління цифрового інтерактивного телебачення в мережах передачі даних за протоколом IP та ін.), враховуючи блоги, соціальні мережі та інші засоби комунікації та трансляції інформації, цифрове кіно та мистецтво, стрімінгові платформи, музичні відеокліпи, телевізійну рекламу, відеоігри

тощо. Яким чином усі ці аудіовізуальні екосистеми співіснують та взаємодіють в межах єдиного ландшафту? Як вони розвиваються та змінюються під впливом вимог і тенденцій Індустрій 4.0 та 5.0? У чому суть крос-платформності й крос-інновацій як атрибутів аудіовізуального ландшафту на сучасному етапі? Ці та інші питання поки що залишаються без відповідей з боку українських медіадослідників і тих, хто вивчає аудіовізуальні індустрії, що, власне, актуалізує цю наукову розвідку.

*Аналіз попередніх досліджень.* Із найновіших спроб дослідити та осмислити процеси медіаконвергенції й крос-інновації в зарубіжному науковому дискурсі, які прямо чи опосередковано стосуються аудіовізуальної проблематики, варто відзначити збірку статей за редакцією І. Ібрус (Ibrus, 2019), у якій розглядається комплекс питань: крос-інновації між аудіовізуальними засобами та освітнім сектором, охорона здоров'я та аудіовізуальний сектор, траєкторії співпраці між аудіовізуальними медіа та туристичним сектором. Про особливості платформізації сучасного телебачення й відносини між державними мовниками та комерційними платформами в рамках крос-медійного простору пише Г. Айхлер (Eichler, 2023). Ц. Лі та Ю. Чен (Li & Chen, 2024) аналізують сучасну екосистему мережевих медіа та реформування виробництва новин в епоху конвергентних ЗМІ. Структурні зрушення в аудіовізуальному секторі Великобританії, Данії та Греції на прикладі послуг OTT або відео за запитом (SVOD) розглядають А. Карадімітріу та С. Папатанасопулос (Karadimitriou & Papathanassopoulos, 2024). Серед українських дослідників звісно ж є ті, хто пишуть про медіаконвергенцію та її окремі аспекти (А. Каверіна, О. Самуляк, Г. Сарміна, Г. Шевченко та ін.), втім майже відсутні чи колективні наукові розвідки, які б розглядали медіаконвергенцію та крос-інновації як чинники розвитку аудіовізуального ландшафту в цифрову епоху та механізми взаємодії окремих аудіовізуальних екосистем.

**Мета статті** — проаналізувати внутрішні структурні зв'язки та динаміку цифрового аудіовізуального ландшафту у зв'язку з крос-інноваціями й процесом медіаконвергенції, розкрити еволюційну логіку виникнення та взаємодії аудіовізуальних екосистем у першій чверті XXI ст.

## Результати дослідження

Ідея медіаконвергенції існує вже понад 40 років. Її передбачив І. де Сола Пул у 1983 році,

назвавши це «конвергенцією режимів» (convergence of modes). З того часу ці концепції стирають межі між різними медіа і виступають механізмом взаємодії аудіовізуальних екосистем. Оцифрування всіх медіа, каналів і протоколів зв'язку дозволило створити незнані раніше комбінації, наприклад, між телебаченням і телефонією point-to-point. Це привело до появи відеодзвінків Skype та VOD-платформ, таких як YouTube. Комбінації всіх можливих режимів особистої комунікації та пристроїв запису (і багато іншого) подарували нам сучасні мобільні телефони; поєднання документального кіно та бульварної преси створило нові мультимодальні форми цифрової журналістики, такі як Vice.com. Але слід визнати, що конвергенція є концепцією, яка має й свої наслідки. Цей термін зазвичай використовувався як гнучкий риторичний прийом, що позначає складність еволюції сучасних медіа (Fagerjord & Storsul, 2007), коеволюційність і різноспрямованість конвергентних процесів. Потрібно зазначити, що взаємозалежними є конвергенції цифрових мереж, форм контенту, галузей, ринків і політичних контекстів, тобто вони є коеволюційними. Технічна конвергенція мереж закладає підвалини для вироблення ширшого бачення ринку та індустрій, стимулюючи зворотні інвестиції в подальшу мережеву інтеграцію, а також у нові крос-мережеві або крос-медійні послуги. Ці процеси потребують нових правил перетину доменів (new domain-crossing regulations), після впровадження яких з'являться нові підстави для подальшої конвергенції мереж, послуг, ринків тощо. Плюралізм напрямів медіаконвергенції пов'язаний з парадоксом, що лівова її частина може фактично привести до дивергенції (Jenkins, 2001) або появи нових форм медіа (Ibrus, 2016). Це пояснюється тим, що сучасні комбінації можуть мати абсолютно нові властивості та споживчу цінність.

Фактично медіаконвергенція означає появу нових комбінацій медіа та цифрових екосистем, які можуть, якщо їх прийняти та поширити, зрештою розійтися, тобто емансипуватись, розвинути власні кодифіковані відмінності, механізми роботи, ринки, інституції, норми угод, професійні ідентичності тощо. Як приклад можна згадати появу віртуальної реальності (VR) як поєднання форм відеоігор, 3D-моделювання, фільмів, соціальних медіа тощо. Цьому сприяв швидкий розвиток власних ринків контенту й послуг, освітні платформи та пожвавлення інституалізації тощо. Можна стверджувати, що домен VR почав працювати «автокомунікативно» (Ibrus, 2015; Ojamaa & Torop, 2015), тобто за допомогою практик самокодифікації й самоадресованих комунікацій. Іншими словами, еволюційна

логіка цифрового аудіовізуального ландшафту передбачає розкладання та повторне збирання екосистем у нові утворення та підсистеми. Це повторне поєднання ґрунтується на оновлених і розширених суспільних запитах, на діалогових практиках й обміні знаннями між різними екопідсистемами або іншими галузями знання. Подальша дивергенція та дифузія нових екосистемних утворень базується на успіху їхньої самокодифікації та інституціоналізації. Хоч всі нові еко(під)системи є комбінаціями чи ремедіаціями (Bolter & Grusin, 1999) попередніх екосистем, вони в статусі нових утворень можуть бути пов'язані та інтегровані набагато глибше. Диджиталізація пришвидшила поширення медіаконтенту між різними каналами та платформами, створивши важливі зв'язки між ними, й підштовхнула до співпраці та координації своїх функціоналів. Еволюційна логіка передбачає розробку медіапідприємствами та аудіовізуальними індустріями різних міжмедійних або трансмедійних стратегій, які становлять ще один, «вищий» рівень медіаконвергенції, який має потенціал інтегрувати інші, вже конвергентні форми медіа. Крос- та трансмедійні стратегії вперше були концептуалізовані в науковому дискурсі в 1990-х та на початку 2000-х рр. (Kinder, 1991; Jenkins, 2006), а дослідження цих процесів сформуливали окремий науковий напрям — трансмедійні студії (Freeman & Proctor, 2018; Freeman & Rampazzo Gambarato, 2019).

Концептуалізація крос-медійних стратегій як «рівня» медіаконвергенції підтверджує, що ці рівні можуть збігатися зі структурами власності індустрій: консолідація медіапідприємств і горизонтальна концентрація медіаринків є тією тенденцією, що прямо пов'язана з оцифруванням і конвергенцією. Зазначимо, що крос-медійні стратегії можуть також функціонувати як ринкові координаційні механізми (або інноваційні системи), сприяючи транзакціям та співпраці між різними типами підприємств (з різними медіа). Як свідчать дослідники (Bennett et al., 2012), співпраця британських громадських мовців BBC та Channel 4, що спочатку були невеликими незалежними компаніями, лише сприяла розвитку обох. Співпраця з великими національними мовцями над їхніми крос-медійними стратегіями та онлайн-виходом забезпечила необхідним досвідом для виходу на міжнародний рівень. Такого роду координація та спільне впровадження інновацій, «інтерактивне навчання» (Lundvall, 2010) медіапрактик одна в одній може сприяти появі нових (конвергентних) екосистемних утворень.

Емпірична та концептуальна робота з крос-медійними стратегіями формує основу для досліджень крос-інновацій. У цьому напрямі

вже працювали вчені (Ibrus & Ojamaa, 2014; Ibrus & Scolari, 2012; Nani & Pruulmann-Vengerfeldt, 2017), спираючись на розвідки яких можна трактувати крос-медійні стратегії як першу фазу досліджуваних крос-інновацій та системної конвергенції аудіовізуальних індустрій, охоплених єдиним ландшафтом, з іншими секторами (освіта, охорона здоров'я та туризм). Попри те, що аудіовізуальні індустрії взаємодіяли й раніше з іншими секторами в різний спосіб, у першій третині ХХІ ст. їхнє зближення набуло безпрецедентних масштабів. Саме тому конвергенція між різними медіа, аудіовізуальними екосистемами та цифровими технологіями є показовим прикладом і формує уявлення про подальшу динаміку ландшафту. Це дуже актуально в контексті екосистемного підходу, який допомагає розкрити еволюційну логіку розгортання й функціонування аудіовізуального ландшафту в цифрову епоху, коли, наприклад, сектор медіа тісно переплітається з сектором інформаційно-комунікаційних технологій, враховуючи телекомунікації. Аналіз того, як оптимізована раніше лише для настільних комп'ютерів світова павутина об'єдналася з індустрією мобільного зв'язку для створення кросплатформної мережі та індустрії кросплатформного або мобільного контенту (Ibrus, 2013a, 2013b) дають зрозуміти специфіку міжгалузевих інновацій та відтворити якомога повнішу картину динаміки конвергенції.

На початку ХХ ст. телекомунікаційні індустрії прагнули стандартизувати та розробити мобільний Інтернет таким чином, щоб він став новим мережевим доменом контенту поряд зі світовою мережею. По суті, цей сценарій передбачає коеволюцію гіпертекстуально організованих доменів контенту та послуг, що залежать від пристрою: один обмежений настільними пристроями, а інший — мобільними. Оскільки завдяки інженерам був налагоджений діалог між галузевими кордонами та розроблені нові способи надання мобільним пристроям доступу до вебконтенту, дуже невелика кількість операторів мобільного зв'язку вирішили запропонувати доступ до «реальної мережі». Водночас методи адаптації контенту для різних пристроїв доступу («адаптивний Інтернет») також були розроблені всупереч волі основних постачальників мобільних пристроїв і програмного забезпечення, які тоді не хотіли відкрито розкрити атрибутику своїх телефонів і довірили адаптацію своїм браузерам. Постачальники контенту та послуг хотіли зберегти контроль над дизайном своїх послуг на всіх пристроях. Кінцевим рішенням у боротьбі за владу між конвергентними галузями була технічно конвергентна крос-платформна мережа (technically converged cross-platform web),



тоді як розробники контенту та сервісів отримали можливість диференціювати виходи на різні типи пристроїв і точки доступу, створюючи відмінності у формах контенту. Як слушно з цього приводу зазначає І. Ібрус (Ibrus, 2019), конвергенція часто починається з діалогу та обміну знаннями, а її подальший вектор і кінцевий результат залежить від здатності конвергентних підсистем зберігати свої операційні моделі, від їхнього узгодження або ж від очевидних переваг конвергенції для всіх сторін (р. 8).

Обговорюючи потенціал крос-інновацій та конвергенцію між різними галузями та аудіовізуальними екосистемами, важливо з'ясувати, чи можемо говорити про галузеві інноваційні системи й на яких підставах. Якщо апелювати до підходу авторів, таких як С. Бресчі та Ф. Малерба (Breschi & Malerba, 1997), відповідь буде ствердною. Вони визначили галузеві інноваційні системи як мережі фірм, а не освітніх чи дослідницьких установ; водночас саме ці фірми відіграють вирішальну роль у виборі технологічних проєктів та формуванні галузевих правил. І цю ідею було б цікаво взяти на озброєння дослідникам цифрових аудіовізуальних екосистем. Водночас не зайвим було б звернутися до праць К. Допфера та Дж. Поттса (Dopfer & Potts, 2008; Potts, 2011), які виявили контури соціально-економічної еволюції як зміни загальних правил, що дозволяє систематично розглядати обставини, за яких правила змінюються, а індустрії та аудіовізуальні екосистеми зближуються і встановлюють нові правила комбінунання. Крім того, поділ аналітичних «рівнів» на мікро-, мезо- та макрорівень також має евристичний потенціал для аудіовізуальних студій. Упровадження цифрових інновацій зближує екосистеми та сектори, і для цього потрібен спеціальний набір інструментів, розроблений для аналізу на мезорівні аудіовізуального ландшафту, щоб зрозуміти, як можуть змінюватися правила, спільні для конкретних екосистем, що автокомунікативно функціонують. Під «правилами» як ідеями-організаторами дій або ресурсів у певні операції можна розуміти дискурси, конвенції, системи переконань, стандарти та наукові відкриття, закони, мережеві потоки, комп'ютерні коди, технології тощо.

«Еволюційна мезоекономіка» Допфера-Поттса, якщо залучати її до орбіти аудіовізуального дискурсу, розглядає правило щодо популяції носіїв окремої індустрії чи екосистеми. Так, в екосистемі відеоігор правила стосуються їхніх форм, ідей чи ідеологій, що стоять за іграми, а також виробничих процесів та бізнес-стратегій, які утворюють галузь. Основною аналітичною концепцією

тут є «траєкторія правила», що описує, як правило інкорпорується на рівні одного носія (екосистеми), а потім приймається багатьма (Dopfer & Potts, 2008, р. 21). Та все ж підхід дослідників потребує подальшого розширення для тлумачення особливо питань медіаконвергенції, а також того, як інновації з'являються на перетині наявних екосистем і як ці інновації потім впливають на особистостей та організацію екосистем до моменту їхнього повного зближення, що породжує нові екосистеми. Поглиблення підходу базується на «інтерактивному навчанні» Б. Лундвалла (Lundvall, 2010) та культурологічному підході, який ефективно поєднує еволюційну економіку з різними формами теорії культури, особливо культурної семіотики Ю. Лотмана (Hartley, 2009, 2015; Hartley & Potts, 2014). Слід зазначити, що «трифазна мезотраєкторія» Допфера-Поттса відстежує, по-перше, виникнення нового правила; по-друге, його прийняття населенням і експертними групами; по-третє, його збереження цим населенням як усталеного та кодифікованого інституту.

Нова ідея/інновація/правило, коли з'являється на мезорівні, то повинна мати можливість «долати кордони», і тут необхідно враховувати перспективу ендегенного процесу, що веде до виникнення нового правила. Якщо інновація, за словами Й. Шумпетера (Breschi & Malerba, 1997), є комбінацією, тоді варто запитати, як виникають комбінації. І. Ібрус (Ibrus, 2015, 2016) стверджує, що для синтезу різних поглядів на сфері знань потрібен діалог на межі соціальних або культурних підсистем, або, як у цьому дослідженні, аудіовізуальних екосистем. Так, наприклад, діалог між інженерами Інтернет- та телекомунікаційної галузей дозволив T-Mobile у Європі запропонувати рішення, яке зробило вебсайти доступними на мобільних пристроях і полегшило конвергенцію мобільних і настільних вебсайтів і, таким чином, створило нове «правило», незалежне від пристроїв або мультиплатформеного веб-сайту. Виявилось, що діалог парадоксальним чином також є першим випадком автокомунікації, в якому учасники артикулюють свій зв'язок, свої спільні «правила», а медіаінновації виникають у точках зустрічі різних секторів аудіовізуальної індустрії, сприяючи їхньому зближенню, адже соціальні структури, які їх створили, працюють автокомунікативно.

Сам термін «крос-інновація» з'явився в рамках проєкту розробки політики між 11 європейськими містами, який був профінансований ЄС в рамках програми Interreg. У назві конкретного проєкту було використано термін «крос-інновації», які коротко визначено як «... спільні та керовані користувачами інновації, що відбуваються через

галузеві, організаційні, технологічні та географічні межі» (Ibrus & Scolari, 2012, p. 14). В рамках проєкту Лука де Біазе та Патрік ван дер Дуйн підготували маніфест, який прямо стосується обговорюваних концептуалізацій та розглядає динамічні зміни в інноваційних екосистемах, а останні трактує як системи навчання відповідно до підходу Б. Лундвалла (*Cross Innovation Manifesto*, 2012). Так, розвиваючи аудіовізуальні студії у цьому напрямі, необхідно наголосити, що крос-медійні стратегії як особливу форму медіа-конвергенції можна розуміти як плавну першу фазу більш широких процесів конвергенції, що стали можливими завдяки появі економіки послуг та цифровізації. Йдеться про нові діалоги між галузями та неоднорідні потоки знань і досвіду, які спричиняють нові комбіновані рішення з огляду на динаміку впровадження інновацій в окремих індустріях, де будуть нові правила, форми досвіду, професіонали та ідентичності. Завдяки діджиталізації та розвитку мережевих інфраструктур і цифрових медіатехнологій транскордонні діалоги між різними аудіовізуальними екосистемами стають регулярними, що свідчить про поглиблення медіатизації та ускладнення ландшафту. Саме з цієї причини дослідження крос-інноваційних процесів у XXI столітті є актуальним, оскільки його основною метою є пізнання архітектури сучасного цифрового аудіовізуального ландшафту та отримання відповіді на питання, як він влаштований. Враховуючи це, слушно говорити про крос-інновації як про багатолінійні кластерні процеси, в межах яких деякі з рішень або кластерів можуть розширити простір впровадження та оптимізувати процеси автокомунікації та самокодування, які координуватимуть подальший розвиток аудіовізуальної екосистеми та появу нового ринку чи галузі навколо неї.

Основні уроки, які необхідно винести з крос-медійних (або трансмедійних, оскільки ці явища функціонально схожі) студій, полягають у розумінні того, що поява інноваційного медіа-феномену чи нової цифрової аудіовізуальної форми не означає, що паралельні або попередні форми чи екосистеми зникають. Це стосується, з одного боку, «парадоксу конвергенції» (Ibrus, 2016; Liestol, 2007), який спричиняє плюралізацію та гібридизацію аудіовізуальних форм, а з іншого боку, означає, що ці форми залишаються пов'язаними і що медіаіндустрії, щоб нейтралізувати ризик фрагментації аудиторії, розробляють складні стратегії для їхнього осмисленого зв'язку.

Важливо зазначити, що цифровий аудіовізуальний ландшафт має кілька рівнів — мікро-, мезо- та макрорівень. У цьому контексті слід на-

гадати, що теорія інноваційних систем виникла вперше і здебільшого досі використовується для аналізу «національних інноваційних систем», що становлять основу мезорівня цифрового аудіовізуального ландшафту. Коли Б. Лундвалл, щоб зрозуміти данську економіку, розробив концепцію систем інтерактивного навчання і врахував, що таке навчання, як практика, можливе завдяки наявним довірливим відносинам, сильним соціальним мережам та стабільному взаємообміну. І саме через таку взаємодію ці додаткові інновації потім поширюються та збагачують цифровий аудіовізуальний ландшафт. Міжінноваційні системи, які утворюють у результаті конвергенції та гібридизації, започатковують складні та динамічно мінливі обмінні відносини, а «інтерактивне навчання» є основним механізмом передачі знань в рамках таких екосистем. Просторовий аспект і локальність цих процесів також не варто ігнорувати. Дві концепції та відповідні дослідницькі традиції, які розглядають ці питання, — це, по-перше, «регіональні інноваційні системи» і, по-друге, просторове кластеризування галузей. Вони тісно взаємопов'язані, але не тотожні. «Кластер» стосується агломерації «взаємозалежних» фірм в одному або суміжних промислових секторах на невеликій географічній території (Isaksen & Hauge, 2002, p. 14). Водночас «регіональна інноваційна система» застосована для позначення «взаємодіючих підсистем генерування та використання знань, пов'язаних із глобальними, національними та іншими регіональними системами» (Cooke, 2004, p. 3). Це означає, що регіональні екосистеми (мезорівень) охоплюють декілька секторів і включають не лише місцеві компанії, а й органи державної влади, інституції знань тощо (Asheim & Coenen, 2005, p. 1174).

Макрорівень цифрового аудіовізуального ландшафту й сучасних екосистем свідчить про глобальні ринки, звісно, за умови спрощення цифровими мережами транскордонного експорту послуг, через що міжнародні крос-інноваційні системи долають національні кордони. Показовим тут є кейс Netflix — однієї з найбільших стрімінгових кіноплатформ і найуспішніших компаній у світі. Згідно з дослідженням *Global Internet Phenomena Report* від компанії Sandvine 2018 на цей стрімінговий відеосервіс припадало 15% споживаного інтернет-трафіку у світі, і в цьому ж році Netflix став найдорожчою медіакомпанією, обігнавши Disney (Helmores & agency, 2018). На прикладі цієї стрімінгової кіноплатформи можна чітко простежити дію та потенціал крос-інновацій, який досягається за допомогою кумулятивного впливу кадрового (модель професійної спортивної коман-

ди), фінансово-економічного (платна підписка на перегляд контенту, а підписка неактивних облікових записів автоматично відключається), науково-технічного (обмежена машина Больцмана (restricted Boltzmann machine або RBM) — нейромережа, налаштована на роботу зі спільною фільтрацією) та виробничо-технологічного (хмарна платформа, Big data, кодування мультимедіа та технологія адаптивного мовлення) потенціалів. Це забезпечило вихід Netflix на макрорівень цифрового аудіовізуального ландшафту, зокрема, й завдяки тому «тектонічному зсуву» у своїй цифровій еконіші (кіно та відеоконтенту), який компанія здійснила.

## Висновки

Отже, динаміку й функціонування цифрового аудіовізуального ландшафту неможливо розкрити та описати без належної уваги до медіаконвергенції та крос-інновацій. Медіаконвергенція означає появу нових комбінацій медіа й цифрових екосистем, які можуть, якщо їх прийняти та поширити, зрештою розійтися, тобто емансипуватись, розвинути власні кодифіковані відмінності, механізми роботи тощо. Диджиталізація пришвидшила поширення медіаконтенту між різними каналами та платформами, створивши важливі зв'язки між ними й підштовхнула до співпраці та координації своїх функціоналів. Еволюційна логіка передбачає розробку медіа-підприємствами та аудіовізуальними індустріями міжмедійних або трансмедійних стратегій, які становлять «вищий» рівень медіаконвергенції, що має потенціал інтегрувати інші конвергентні форми медіа. Впровадження цифрових інновацій зближує екосистеми та сектори, і для цього потрібен спеціальний набір інструментів, розроблений для аналізу аудіовізуального ландшафту на мезорівні, щоб зрозуміти, як можуть мінятися правила, спільні для конкретних екосистем, які автокомунікативно функціонують. У випадку крос-інновацій як перехресних і керованих користувачами інновацій, багатолінійних кластерних процесів ідеться про нові діалоги між галузями та неоднорідні потоки знань й досвіду, які спричиняють нові комбіновані рішення з огляду на динаміку впровадження інновацій в окремих індустріях, де будуть нові правила, форми досвіду та ідентичності. Завдяки диджиталізації та розвитку мережових інфраструктур і цифрових медіатехнологій транскордонні діалоги між різними аудіовізуальними екосистемами є регулярними, що свідчить про поглиблення медіатизації та ускладнення ландшафту, виокремлення та координа-

ція його рівнів (мікро-, мезо- та макро-). Крос-інновації спроможні розширити простір впровадження технологічних рішень та оптимізувати процеси автокомунікації та самокодування, які координуватимуть подальший розвиток аудіовізуальної екосистеми та появу нового ринку чи галузі навколо неї.

*Наукова новизна.* Вперше в Україні на рівні дослідницької статті розглянуто крос-інновації та медіаконвергенцію як механізми утворення та функціонування цифрового аудіовізуального ландшафту епохи метамодерну.

Враховуючи зазначене, *перспективним напрямом* подальших наукових досліджень повинні бути крос-медійні та крос-інноваційні стратегії та тактики на різних рівнях цифрового аудіовізуального ландшафту (мікро-, мезо- та макро-), спроби досягнути конвергентні та дивергентні процеси між перехресними аудіовізуальними екосистемами і те, яку роль у цьому відіграє подальший етап цифрової еволюції, тощо.

## Список посилань

- Asheim, B. T., & Coenen, L. (2005). Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters. *Research Policy*, 34(8), 1173–1190. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.013>
- Bennett, J., Strange, N., Kerr, P., & Medrado, A. (2012). *Multiplatforming public service broadcasting: The economic and cultural role of UK digital and TV independents*. Royal Holloway; University of Sussex; London Metropolitan University.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.
- Breschi, S., & Malerba, F. (1997). Sectoral innovation systems: Technological regimes, Schumpeterian dynamics, and spatial boundaries. In C. Edquist (Ed.), *Systems of innovation: Technologies, institutions and organizations*. Routledge.
- Cooke, P. (2004). Regional innovation systems – an evolutionary approach. In P. Cooke, M. Heidenreich, & H.-J. Braczyk (Eds.), *Regional innovation systems: The role of governance in a globalized world* (2nd ed., pp. 1–18). Routledge.
- Cross Innovation Manifesto 2012 (Roma)*. (2012, August 16). SlideShare. <https://www.slideshare.net/slideshow/cross-innovation-manifesto-2012-roma/13988443#1>
- Dopfer, K., & Potts, J. (2008). *The general theory of economic evolution*. Routledge.
- Eichler, H. (2023). Cross-media and platformised journalism: ARD's innovation attempts at becoming a multiplatform contributor to society. In M. Puppis & C. Ali (Eds.), *Public service media's contribution to society:*



- RIPE@2021 (pp. 265–288). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855756>
- Fagerjord, A., & Storsul, T. (2007). Questioning convergence. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 19–31). Nordicom.
- Freeman, M., & Proctor, W. (Eds.). (2018). *Global convergence cultures: Transmedia earth*. Routledge.
- Freeman, M., & Rampazzo Gambarato, R. (Eds.). (2019). *The Routledge companion to transmedia studies*. Routledge.
- Hartley, J. (2009). From cultural studies to cultural science. *Cultural Science*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.5334/csci.18>
- Hartley, J. (2015). Urban semiosis: Creative industries and the clash of systems. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 79–101. <https://doi.org/10.1177/136787791452812>
- Hartley, J., & Potts, J. (2014). *Cultural science: A natural history of stories, demes, knowledge and innovation*. Bloomsbury Academic.
- Helmore, E., & agency. (2018, May 24). Netflix overtakes Disney to become most valuable US media company. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2018/may/24/netflix-disney-most-valuable-media-company-latest-list>
- Ibrus, I. (2013a). Evolutionary dynamics of media convergence: Early mobile web and its standardisation at W3C. *Telematics and Informatics*, 30(2), 66–73. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.04.004>
- Ibrus, I. (2013b). Evolutionary dynamics of the mobile web. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A companion to new media dynamics* (pp. 277–289). Blackwell.
- Ibrus, I. (2015). Dialogic control: Power in media evolution. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/1367877914528117>
- Ibrus, I. (2016). Micro-studios meet convergence culture: Crossmedia, clustering, dialogues, auto-communication. In A. Lugmayr & C. Dal Zotto (Eds.), *Media convergence handbook: Vol. 2. Firms and user perspectives* (pp. 155–173). Springer.
- Ibrus, I. (2019). The study, its design and its social pre-conditions. In I. Ibrus (Ed.), *Emergence of cross-innovation systems: Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism* (pp. 3–16). Emerald.
- Ibrus, I., & Ojamaa, M. (2014). What is the cultural function and value of European transmedia independents? *International Journal of Communication*, 8, 2283–2300.
- Ibrus, I., & Scolari, C. A. (2012). Introduction: Crossmedia innovation? In I. Ibrus & C. A. Scolari (Eds.), *Crossmedia innovations: Texts, markets, institutions* (pp. 7–21). Peter Lang.
- Ibrus, I. (Ed.). (2019). *Emergence of cross-innovation systems: Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism*. Emerald.
- Isaksen, A., & Hauge, E. (2002). *Regional clusters in Europe* (Observatory of European SMEs Report No. 3). European Communities. [https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc\\_2980.pdf](https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc_2980.pdf)
- Jenkins, H. (2001, June 1). *Convergence? I diverge*. MIT Technology Review. <http://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Karadimitriou, A., & Papatheanassopoulos, S. (2024). Public service media in the platform era: The cases of Britain, Denmark, and Greece. *Journalism and Media*, 5, 646–670. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020043>
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From muppet babies to teenage mutant ninja turtles*. University of California Press.
- Li, Z., & Chen, Y. (2024). Transformation and transcendence – reforming news production in the convergent media era. *Trans/Form/Ação*, 47(5), Article e02400138. <https://doi.org/10.1590/0101-3173.2024.v47.n5.e02400138>
- Liestøl, G. (2007). The dynamics of convergence & divergence in digital domains. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 165–178). Nordicom.
- Lundvall, B. Å. (Ed.). (2010). *National systems of innovation: Toward a theory of innovation and interactive learning*. Anthem Press.
- Nani, A., & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2017). Exploring cross-media audience practices in two cases of public service media in Estonia and Finland. *Baltic Screen Media Review*, 5(1), 58–69. <https://doi.org/10.1515/bsmr-2017-0012>
- Ojamaa, M., & Torop, P. (2015). Transmediality of cultural autocommunication. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 61–78. <https://doi.org/10.1177/1367877914528119>
- Potts, J. (2011). *Creative industries and economic evolution*. Edward Elgar.

## References

- Asheim, B. T., & Coenen, L. (2005). Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters. *Research Policy*, 34(8), 1173–1190. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.013> [in English].
- Bennett, J., Strange, N., Kerr, P., & Medrado, A. (2012). *Multiplatforming public service broadcasting: The economic and cultural role of UK digital and TV independents*. Royal Holloway; University of Sussex; London Metropolitan University [in English].
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press [in English].
- Breschi, S., & Malerba, F. (1997). Sectoral innovation systems: Technological regimes, Schumpeterian dynamics, and spatial boundaries. In C. Edquist (Ed.),

- Systems of innovation: Technologies, institutions and organizations*. Routledge [in English].
- Cooke, P. (2004). Regional innovation systems – an evolutionary approach. In P. Cooke, M. Heidenreich, & H.-J. Braczyk (Eds.), *Regional innovation systems: The role of governance in a globalized world* (2nd ed., pp. 1–18). Routledge [in English].
- Cross Innovation Manifesto 2012 (Roma)*. (2012, August 16). SlideShare. <https://www.slideshare.net/slideshow/cross-innovation-manifesto-2012-roma/13988443#1> [in English].
- Dopfer, K., & Potts, J. (2008). *The general theory of economic evolution*. Routledge.
- Eichler, H. (2023). Cross-media and platformised journalism: ARD's innovation attempts at becoming a multiplatform contributor to society. In M. Puppis & C. Ali (Eds.), *Public service media's contribution to society: RIPE@2021* (pp. 265–288). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855756> [in English].
- Fagerjord, A., & Storsul, T. (2007). Questioning convergence. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 19–31). Nordicom [in English].
- Freeman, M., & Proctor, W. (Eds.). (2018). *Global convergence cultures: Transmedia earth*. Routledge [in English].
- Freeman, M., & Rampazzo Gambarato, R. (Eds.). (2019). *The Routledge companion to transmedia studies*. Routledge [in English].
- Hartley, J. (2009). From cultural studies to cultural science. *Cultural Science*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.5334/csci.18> [in English]
- Hartley, J. (2015). Urban semiosis: Creative industries and the clash of systems. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 79–101. <https://doi.org/10.1177/136787791452812> [in English]
- Hartley, J., & Potts, J. (2014). *Cultural science: A natural history of stories, demes, knowledge and innovation*. Bloomsbury Academic [in English].
- Helmore, E., & agency. (2018, May 24). Netflix overtakes Disney to become most valuable US media company. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2018/may/24/netflix-disney-most-valuable-media-company-latest-list> [in English].
- Ibrus, I. (2013a). Evolutionary dynamics of media convergence: Early mobile web and its standardisation at W3C. *Telematics and Informatics*, 30(2), 66–73. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.04.004> [in English].
- Ibrus, I. (2013b). Evolutionary dynamics of the mobile web. In J. Hartley, J. Burgess, & A. Bruns (Eds.), *A companion to new media dynamics* (pp. 277–289). Blackwell [in English].
- Ibrus, I. (2015). Dialogic control: Power in media evolution. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/1367877914528117> [in English].
- Ibrus, I. (2016). Micro-studios meet convergence culture: Crossmedia, clustering, dialogues, auto-communication. In A. Lugmayr & C. Dal Zotto (Eds.), *Media convergence handbook: Vol. 2. Firms and user perspectives* (pp. 155–173). Springer [in English].
- Ibrus, I. (2019). The study, its design and its social pre-conditions. In I. Ibrus (Ed.), *Emergence of cross-innovation systems: Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism* (pp. 3–16). Emerald [in English].
- Ibrus, I., & Ojamaa, M. (2014). What is the cultural function and value of European transmedia independents? *International Journal of Communication*, 8, 2283–2300 [in English].
- Ibrus, I., & Scolari, C. A. (2012). Introduction: Crossmedia innovation? In I. Ibrus & C. A. Scolari (Eds.), *Crossmedia innovations: Texts, markets, institutions* (pp. 7–21). Peter Lang [in English].
- Ibrus, I. (Ed.). (2019). *Emergence of cross-innovation systems: Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism*. Emerald [in English].
- Isaksen, A., & Hauge, E. (2002). *Regional clusters in Europe* (Observatory of European SMEs Report No. 3). European Communities. [https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc\\_2980.pdf](https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc_2980.pdf) [in English]
- Jenkins, H. (2001, June 1). *Convergence? I diverge*. MIT Technology Review. <http://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/> [in English].
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press [in English].
- Karadimitriou, A., & Papatheanassopoulos, S. (2024). Public service media in the platform era: The cases of Britain, Denmark, and Greece. *Journalism and Media*, 5, 646–670. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020043> [in English].
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From muppet babies to teenage mutant ninja turtles*. University of California Press [in English].
- Li, Z., & Chen, Y. (2024). Transformation and transcendence – reforming news production in the convergent media era. *Trans/Form/Ação*, 47(5), Article e02400138. <https://doi.org/10.1590/0101-3173.2024.v47.n5.e02400138> [in English].
- Liestøl, G. (2007). The dynamics of convergence & divergence in digital domains. In T. Storsul & D. Stuedahl (Eds.), *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change* (pp. 165–178). Nordicom [in English].



- Lundvall, B. Å. (Ed.). (2010). *National systems of innovation: Toward a theory of innovation and interactive learning*. Anthem Press [in English].
- Nani, A., & Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2017). Exploring cross-media audience practices in two cases of public service media in Estonia and Finland. *Baltic Screen Media Review*, 5(1), 58–69. <https://doi.org/10.1515/bsmr-2017-0012> [in English].
- Ojamaa, M., & Torop, P. (2015). Transmediality of cultural autocommunication. *International Journal of Cultural Studies*, 18(1), 61–78. <https://doi.org/10.1177/1367877914528119> [in English].
- Potts, J. (2011). *Creative industries and economic evolution*. Edward Elgar [in English].

## Media Convergence and Cross-Innovations in the Digital Audiovisual Landscape of Metamodern Era: on the Issue of Evolutionary Logic

Ihor Pecheranskyi

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

**Abstract.** *The aim of the article* is to analyse internal structural connections and dynamics of the digital audiovisual landscape in relation to cross-innovations and the process of media convergence, as well as to reveal the evolutionary logic of the emergence and interaction of audiovisual ecosystems in the first quarter of the 21<sup>st</sup> century. *Results.* The digital audiovisual landscape is a complex and multicomponent entity, the systematic analysis of which is possible through the cooperation of such discourses and spheres of knowledge as art history (audiovisual studies), cultural studies and media studies in connection with media economy. Media convergence and cross-innovations are important structuring factors of the audiovisual landscape at various levels, without understanding and analysing od which it is impossible to comprehensively present the functioning of its definite ecosystems and industries. *The scientific novelty* grounds on the fact that in this study, for the first time in Ukraine, cross-innovations and media convergence are viewed as mechanisms of forming and functioning the digital audiovisual landscape of metamodern era. *Conclusions.* It is proved that due to digitalisation and development of network infrastructures and digital media technologies, cross-border dialogues between different audiovisual ecosystems are regular. It indicates the deepening of mediatisation and complexity of the landscape, separation and coordination of its levels (micro-, meso-, macro-). The evolutionary logic suggests that media enterprises and audiovisual industries develop intermedia or transmedia strategies that ground a “higher” level of media convergence, which has the potential to integrate other convergent forms of media. It is confirmed that cross-innovations are able to expand the space for implementing technological solutions, optimise auto-communication and self-coding, which can coordinate the further development of the audiovisual ecosystem and the emergence of a new market or industry around it.

**Keywords:** audiovisual landscape; audiovisual ecosystem; media convergence; cross-innovations; digitalisation; evolutionary logic; auto-communication

### Відомості про автора

**Ігор Печеранський**, доктор філософських наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна, ORCID iD: 0000-0003-1443-4646, e-mail: [ipecheranskiy@ukr.net](mailto:ipecheranskiy@ukr.net)

### Information about the author

**Ihor Pecheranskyi**, DSc in Philosophy, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, ORCID iD: 0000-0003-1443-4646, e-mail: [ipecheranskiy@ukr.net](mailto:ipecheranskiy@ukr.net)



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.