АННОТАЦИЯ
диссертационной работы на тему «Новые технологии в мультимедийной журналистике: генезис, специфика, эстетические принципы»
на соискание степени доктора философии (PhD) по специальности «6D050400- Журналистика»
Алимжановой Айкерим Болатовны

Общая характеристика работы. Мультимедийная журналистика – одна из новых отраслей медиакоммуникаций современного мира. Параллельное развитие интернета и цифровых технологий вносит свои коррективы в медиа. Распространение с помощью новых технологий аудио, видео, инфографической информации открыло путь к формированию мультимедийной журналистики. В нашей стране СМИ начали переходить в цифровой формат с 2012 года. С этого периода началась эпоха мультимедийной журналистики. Современные технологии мультимедийной журналистики становятся основным инструментом интернет СМИ.

Первый Президент РК Н.А. Назарбаев в своем Послании «Третья модернизация Казахстан: глобальная конкурентоспособность» отметил, что следует способствовать процветанию новых индустрий, создаваемых при помощи цифровых технологий. С 2016 года весь мир перешел на Web 3.0 платформу развития. С целью не отставать от мировых стратегий обновления, в 2017 году в республике была принята программа «Цифровой Казахстан». В этом документе поставлена цель воспитания активной, думающей, конкурентоспособной молодежи посредством применения IT технологий во всех сферах.

Стремительное развитие сферы компьютерных технологий привнесло большие изменения в современную информационно-коммуникативную среду. Развитие интернета в стране усилило требования к лицам, работающим в сфере массовых коммуникаций, журналистам, специалистам по связям с общественностью. Сегодня освоение новых технологий стало условием эффективной работы в сфере СМИ.

В результате процесса глобализации и развития цифровой информации сформировалось «единое глобальное информационное пространство планеты» и «новые технологии устранили понятие расстояния». Этот период развития общества в современной науке получил название «информационное общество». Интернет – инструмент, позволяющий формировать общественное мнение, поддерживать связь между людьми. Но есть возникающие вокруг него спорные вопросы, могущие оказать негативное влияние на национальную безопасность.

Мультимедиа – это интерактивная система, обеспечивающая бесперебойную работу с помощью компьютерной графики, изображений, видеоинформации, анимации, текстов, высококачественных звуков. Развитие мультимедиа происходит в результате совершенствования видео- и автономных компьютерных технологий. Мультимедиа реализуют внедрение

статистической (текст, таблица, графика), динамической (анимация, видео) и звуковой (подкаст) информации на уровне современных требований.

Преимущества мультимедийной журналистики:

- во-первых, интернет позволяет журналисту донести информацию в кратчайшие сроки до широкой аудитории;

- во-вторых, интерактивность – это возможность узнать читательское мнение по опубликованной информации. То есть, налаживается связь с аудиторией;

– в-третьих, оперативность. Устаревшая информация не имеет ценности, журналист должен своевременно публиковать свой материал. На сайтах же это занимает несколько минут;

– в-четвертых, взаимосвязь. Использование гипертекстовых ссылок позволяет сгруппировать сайты на одной странице.

– в-пятых, экономичность. Средства, затрачиваемые на Веб-издания, значительно меньше расходов на издание печатных газет и журналов.

В 2016 году в мире зарегистрировано 3,5 миллиарда пользователей Сети. Из них 2,5 млрд. человек являются активными пользователями социальных сетей. 1,6 млрд. человек оставляют записи через мобильные устройства.

В последние десять лет заметно больше становится конкретики в информации о мультимедиа. Это связано с развитием и совершенствованием компьютерной техники и компьютерных сетей как метода коммуникации. Эти технологии позволили объединить в одном месте – компакт-диске различные средства коммуникации: визуальные, текстовые, звуковые и речевые.

Развитые страны имеют экономически сильный средний класс, являющийся основным потребителем информационных услуг, обеспечивающий постоянный рост информационной потребности и спрос на информационные продукты и услуги. В нашей стране также активно развиваются инфраструктура, компьютерное образование и услуги, предоставляемые через Интернет, которые могут обслуживать крупнейших производителей и население.

Многие аспекты еще предстоит развивать. Из них наиболее важные:

- совершенствование правового регулирования отношений в сфере разработки современного мультимедийного оборудования;

- создание предпосылок гражданского общества для эффективного взаимодействия граждан и государства на основе информационной прозрачности, широкого использования мультимедиа;

- модернизация государственных органов, государственного и муниципального управления путем внедрения мультимедиа в СМИ;

- повышение качества подготовки кадров в сфере высшего образования и науки, создание общедоступных баз данных и мультимедийных центров, веб-изданий.

Мультимедийную журналистику можно использовать для продвижения креативности в блогах, которые сейчас очень популярны при распространении онлайн-контента. Это способствует свободному обмену мнениями в обществе.

Свободный обмен мнениями порой способствует распространению поддельной информации (фейк). Хотя понятия «фактчекинг» и «верификация» недавно вошли в журналистскую лексику, в их основании лежит основное правило профессии журналиста: предоставление достоверных фактов и передача неискаженной информации.

Актуальность темы исследования. Мультимедийная журналистика является основным фактором развития сетевых СМИ на современном этапе. В процессе информационной глобализации освоение новых технологий, их изучение и исследование, формирование теоретических основ – требование времени.

В последние годы изменения в распространении информации и создании контента в системе средств массовой информации направлены на развитие интернет-СМИ и стремятся к формированию собственного места в виртуальном мире. Поэтому в исследовательской работе вначале определяется роль новых технологий в современных онлайн-медиа.

Количество казахстанских доменов интернет-сайтов на сегодня составляет около 150 тысяч. В то же время большая часть читающей аудитории находится в социальных сетях. Поэтому, бывшие печатные издания, которые полностью перевели традиционный формат СМИ в интернет, теряют массу читателей. Так как привыкшие визуально воспринимать информацию, читатели перестали воспринимать большие тексты. Современные пользователи интернета склонны к восприятию фрагментарной информации, мобильному прослушиванию и просмотру аудио-визуальной информации. Эти моменты вызывают необходимость развития эффективных форматов в коммуникации. Привлечение внимания аудитории, предоставление оперативной и качественной информации вызывает конкуренцию между интернет-СМИ. В современной журналистике уже недостаточно фотографий, графических иллюстраций, видео- и аудиоматериалов в традиционных формах. Возможность организации прямой трансляции с места события в онлайн-сети, использования эффективных средств в контенте с помощью мультимедийных сервисов, способно повысить интерактивный уровень издания.

Мультимедийная журналистика уже сложившаяся отрасль в развитых страна. Налажена служба мультимедийной редакции.

В исследовательской работе систематизируется деятельность современных медиа путем раскрытия сущности понятия мультимедиа, возникшего с развитием интернет-журналистики, определения этапов становления, анализа особенностей и функций новых технологий.

Определяется роль новых технологий в распространении информации. Проводится анализ состояния сегодняшних информационно-познавательных сайтов. Представлены результаты контент-анализа сайтов через призму форматной и жанровой эволюции.

Переход СМИ в цифровой формат диктует новые условия дгобывания и распространения новостей. Сформировался цифровой способ передачи интерактивных данных. Такой формат создал новые формы и способы

передачи информации посредством мультимедийного контента, расширив возможности ее передачи. Появились экспериментальные формы – видео, графика, визуальные средства.

Развитие новых технологий совершенно изменило систему работы журналистов. Полностью меняется система связей: журналист → журналистское сообщество → общественные группы → аудитория.

Сегодня смарт-технологии – инструмент эффективного использования и распространения информации. Это не значит, что традиционная журналистика исчезнет. Она, как фундамент, всегда останется основой журналистики.

Было установлено, что пользователи проводят в среднем 6 часов в день в Сети, из них не менее 2 часов в день сидят в интернете через мобильные устройства. С помощью социальных медиа и мобильных приложений пользователь может получить доступ к любой информации на сегодняшний день. Для доступа к информации при помощи ключевых слов прошло около двадцати лет. Следовательно, технологии обновляются с каждым годом.

Поисковые системы постоянно совершенствуют лучшие алгоритмы для ответа на запросы пользователей. Их задача отслеживать работу результатов поиска пользователя. Можно отслеживать, какие сайты часто используются пользователями сети и сколько времени они там проводят, с помощью мультимедийных инструментов Google Аналитика и Яндекс Метрика. Можно определить возрастные параметры аудитории, их региональную принадлежность.

Объект исследования. Мультимедийные продукты, услуги, мобильные инструменты.

Предмет исследования. Новые технологии в мультимедийной журналистике. Эмпирическую основу исследования составляют сайты АО «Qazcontent» и данные информационно-познавательных сайтов, зарегистрированных в Казахском информационном центре «KazNic».

Хронология исследования охватывает аудиторию казахстанских интернет-СМИ в 2009-2019 годах.

Источники исследовательской работы. Концепции и выводы, рекомендации в исследовательской работе основаны на отечественных и зарубежных источниках.

В первую группу источников данных входят научные труды, диссертации, учебники, учебные пособия по теме.

Во вторую группу вошли «Закон о СМИ», «Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти конкурентоспособных стран мира», «Казахстан-2050», «Цифровой Казахстан», статистические данные, опубликованные на официальных сайтах e-gov.kz, stat.kz, akorda.kz и результаты мониторинга, достигнутые путем регистрации в Центре исследований «Alem Media Monitoring».

К третьей группе относятся сайты АО «Qazcontent»: Bnews.kz, Baq.kz, El.kz, Adebiportal.kz, E-history.kz, Strategy2050.kz, ruh.kz и др.

Методы исследовательской работы. В исследовательской работе, мы использовали метод системного комплексного анализа на материалах

открытой базы данных современных интернет-СМИ. Использовались такие инновационные методы, как: фактчекинг, сторителлинг, типологическое сравнение, систематизация, мониторинг, математические (количественный и качественный анализ, big data, геоданные), а также социологические методы (опрос) и сравнительно-сопоставительный контент-анализ аудитории отечественных мультимедиа. Все эти методы в совокупности позволили получить реальную картину аудитории онлайн коммуникаций в республике и эффективности работы отечественных интернет-изданий.

Методологическая база исследования. Выводы и рекомендации, сформулированные в исследовательской работе, основаны на отечественных и зарубежных источниках. Мы сформулировали историко-методологические аспекты и жанровые изменения в мультимедийной журналистике на основе трудов отечественных ученых Т. Кожекеева, М.К. Барманкулова, С.К. Козыбаева, К.К. К. Камзина, С. Медеубекулы. Кроме того, опирались на выводы и мнения исследователей о новых медиа-технологиях в трудах Г.Ж. Ибраевой, Г.С. Султанбаевой, Н.Т. Шынгысовой, С.Х. Барлыбаевой, А.Бейсенкулова, К. Сак, К.Н. Мысаевой, А.Б. Альжановой, Г.К. Мукановой, М.К. Абдраева, Р.С. Жаксылыкбаевой, А.А. Курманбаевой, Г. Майкотовой, М. Сауытбаева, З. Буенбаевой и других.

Были использованы труды зарубежных ученых Л.А. Калмыкова, Л.А. Кохановой, В.М. Березина, М.М. Лукиной, А. Амзина В.В. Кихтана, Я.Н. Засурского и С. Кузнецовой, А.Г. Качкаевой, Е.П. Прохорова, А. Носика, также исследователей Г.М. Маклюэна, Р. Дэвида, М. Кастеллса, О. Тоффлера, А. Маслоу, А. Булла, С. Куина, М. Бригса, Ж. Бейнбрижа, Н. Гока, Л. Тайнана, П. Уоллейса.

Цель исследовательской работы – на основе исследуемого контента отечественых интернет-изданий и эффективности их воздействия на аудиторию, посредством современных аналитических методов, социологических опросов и др., определить особенности генезиса, способов подачи информации и эстетики в мультимедийной журналистике Казахстана.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

– систематизация этапов возникновения, генезиса мультимедийной журналистики с теоретической точки зрения; анализ социальных факторов зарождения мультимедиа в информационную эпоху;

– систематизация этапов зарождения мультимедийной журналистики; изучение эволюции передовых информационных технологий;

– изучение динамики роста отечественных интернет-СМИ; определение сферы влияния мобильных приложений, смарт-технологий, аудио-визуальных сервисов в области современных медиа на развитие современного общества;

– исследование влияния новых технологий на трансформацию контента; выявление сопутствующих проблем и особенностей оптимизации поисковой системы мультимедиа;

– предложить современные формы развития мультимедийной журналистики; исследование специфики лонгрид-формата;

– определить возможности визуального формата сторителлинга для раскрытия эффективности продвижения эстетических ценностей;

– анализ уровня медиаграмотности в эпоху пост-реальности; раскрыть значение понятия фактчекинг;

– анализ массовой аудитории мультимедиа и уровня использования новых технологий в социуме;

– Изучение новых технологий мультимедийной журналистики Big Data и Immersive в качестве эффективных инструментов коммуникаций и раскрытие их инновационного значения.

Научная новизна исследования. Мультимедийная журналистика как отдельная область исследована в Казахстане. Составлена хронология этапов развития казахстанского интернета. А также:

Во-первых, в связи с выявленными нами изменениями в структуре журналистики, проанализированы современные услуги веб-публикации, мультимедийные технологии, мобильные приложения, адаптацию аудио и видео к веб-сайтам и эффективные мультимедийные продукты. Предложены пути решения технологических проблем, связанных с переходом на латинскую графику.

Во-вторых, нами теоретически систематизированы творческие области мультимедийной журналистики. С теоретической точки зрения, интегрированы новые форматы ведения блогов: longriding, storitelling, factchecking и новые методы журналистских исследований. Систематизирован словарь терминов мультимедийной журналистики на казахском языке.

В-третьих, выявлены технологические возможности мультимедийной журналистики. Определены теоретические аспекты визуального медиа-контента, технологий иммерсивного фото-видео и потенциал больших баз данных, сделаны теоретические обобщения. В то же время были определены возможности применения новых технологий для решения проблем медиаграмотности. По результатам исследования был опубликован учебник «Блоговая журналистика».

Теоретическая значимость и практическая ценность исследовательской работы. Теоретические результаты исследовательской работы можно использовать не только в области мультимедийной журналистики, но и в области социально-гуманитарного образования. Расширяется круг теоретических понятий в контексте развития современных трендов национальной журналистики.

Результаты научно-исследовательской работы можно внедрить в дисциплины: «Мультимедийная журналистика», «Медиатехнология». Исследовательская работа может быть использована как теоретическое руководство для студентов и преподавателей в области журналистики.

Основные положения, выносимые на защиту.

Во-первых, мультимедийный информационный фактор трансформировал рыночные механизмы журналистики. С эволюцией видов конкуренции, на основе новых принципов появился новый информационный рынок. Сформировались международные, национальные и региональные

рынки. В связи с этим складывается теоретическая и практическая среда мультимедийной журналистики.

Во-вторых, развитие мультимедийной журналистики позволяет использовать в интернете визуальные информационные продукты. Все это изменило в корне традиционные представления о коммуникациях и каналах информации. Сближение различных СМИ, появление общих содержательных продуктов для различных каналов способствовало возникновению новых интегрированных жанров и форм. Создание контента происходит с помощью инфографики и визуальных онлайн платформ.

В-третьих, мультимедийная журналистика – потребность эпохи. Современная индустрия СМИ стремится к интеграции интернет-коммуникаций и информационно-компьютерных технологий. В результате конкурирующие компьютерные компании, кабельные телестанции, служба спутникового телевидения объединяются для снижения риска на новом рынке, появляются общественные каналы, освоившие новые технологии. Программы подкастов и частные государственные телевизионные студии в Интернете будут расширяться. Услуги по производству мультимедийных, сетевых, программных продуктов также объединяются в одну систему. Мультимедийная журналистика – процесс, который в ближайшее десятилетие изменит не только систему СМИ, но и связанные с ними индустрии.

В-четвертых, возросла роль блогосферы в формировании общественного мнения. Созданы независимые авторские платформы. Сформировались форматы: Longrid - длинная текстовая доставка наглядных пособий и storytelling - рассказывание историй как формат написания истории материала. Расширилась зона проверки фактов, Fact-checking, тип мультимедийного запроса для подтверждения правдивости информации.

В-пятых, рост медиа и информационной и цифровой грамотности за счет использования новых технологий в мультимедийной журналистике расширяет сферу журналистики. Как показал опыт развитых стран, одним из шагов стратегии грамотности общества, которая отличает ее от других стран, была ориентация государства не только на молодое поколение, но и на все группы населения. Однако большие базы данных, открытый доступ к информации и технологии в мире виртуальной реальности прокладывают путь журналистике в новом направлении.

Публикация и апробация результатов исследовательской работы. По основным результатам исследовательской работы было опубликовано 14 статей. Опубликовано 4 статьи в журналах, рекомендованных комитетом по контролю в сфере образования и науки РК. Опубликовано 4 статьи на международных научно-практических отечественных конференциях, 4 статьи на зарубежных конференциях (Канада, Монголия, Польша, Турция). Кроме того, издана 1 статья в международном издании с ненулевым импакт-фактором, входящим в базу Скопус (Scopus), 1 статья входящим в базу Томсон (Tomson Reuters). Диссертационная работа обсуждалась на кафедре печати и электронных СМИ Казахского национального университета им.аль-Фараби, прошла экспертизу и рекомендована к защите.

Структура исследовательской работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы. Объем диссертационной работы 130 страниц.