

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМий ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМий КЕНГАШ
АСОСИДАГИ БИР МАРТАЛИК ИЛМий КЕНГАШ

ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ

МУРАТОВА НОЗИМА ФАХРИТДИНОВНА

МУЛЬТИМЕДИА ЖУРНАЛИСТИКАСИ:
ХАЛҚАРО ВА МИЛЛИЙ ТАЖРИБА

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

филология фанлари бўйича фан доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2023

**Филология фанлари бўйича фан доктори (DSc) диссертацияси
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора наук (DSc) по
филологическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of the doctor of science (DSc) on
philological sciences**

Муратова Нозима Фахритдиновна

Мультимедиа журналистикаси: халқаро ва миллий тажриба 3

Муратова Нозима Фахритдиновна

Мультимедийная журналистика: международный и национальный
опыт 33

Muratova Nozima Fakhritdinovna

Multimedia journalism: international and national experience 65

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works 70

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ШАРҚШУНОСЛИК УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
АСОСИДАГИ БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ

ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ

МУРАТОВА НОЗИМА ФАХРИТДИНОВНА

МУЛЬТИМЕДИА ЖУРНАЛИСТИКАСИ:
ХАЛҚАРО ВА МИЛЛИЙ ТАЖРИБА

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

филология фанлари бўйича фан доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ

Фан доктори (DSc) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида B2022.4.DSc/Fil468 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгашнинг веб-саҳифасига (www.tsuos.uz) ва «ZiyoNet» Ахборот-таълим порталига (www.ziyo.net) жойлаштирилган.

Расмий оппонентлар:

Мўминов Файзулла Абдуллаевич
филология фанлари доктори, профессор

Маматова Якута Мухамеджановна
филология фанлари доктори, профессор

Мельник Галина Сергеевна
сиёсий фанлар доктори, академик

Етакчи ташкилот:

Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат шарқшунослик университети ҳузуридаги Илмий даражалар берувчи DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 рақамли Илмий кенгаш асосидаги Бир марталик илмий кенгашнинг 2023 йил «___» _____ соат ____ даги мажлисида бўлиб ўтади (Манзил: 100047, Тошкент, Шаҳрисабз кўчаси, 16-уй. Тел.: (99871) 233-45-21; факс: (99871) 233-52-24; e-mail: info@tsuos.uz).

Диссертация билан Тошкент давлат шарқшунослик университетининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (___ рақами билан рўйхатга олинган). Манзил: 100047, Тошкент, Шаҳрисабз кўчаси, 16-уй. Тел.: (99871) 233-45-21.

Диссертация автореферати 2023 йил «___» _____ кuni тарқатилди.

(2023 йил «___» _____ даги _____ рақамли реестр баённомаси).

А.М.Маннонов

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир марталик илмий кенгаш раиси, филол.ф.д., профессор

Р.А.Алимухамедов

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир марталик илмий кенгаш илмий котиби, филол.ф.д., доцент

Қ.Т.Ирназаров

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир марталик илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар раиси, тарих ф.д., профессор

КИРИШ (фан доктори (DSc) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Янги асрда журналистика тузилмаси ва функцияларидаги ўзгаришлар ахборот маконини ривожлантиришга ҳамда мавжуд ахборот-коммуникация технологияларининг жадал равишда тараққий топишига имконият яратмоқда. Ахборот билан таъминлашнинг янги техник, ташкилий ва интерактив усуллари оммавий коммуникацияларнинг замонавий тизимлари ва моделларини яратиш зарурлигини тақозо этмоқда. Онлайн журналистика оммавий характер, гиперматнлилик, интерактивлик, самарадорлик, информативлик ва бошқа ўзига хос хусусиятлари туфайли тўртинчи турдаги оммавий ахборот воситаси сифатида ўз мавқеини қатъий белгилади. Бу хусусиятлар аудиториянинг оммавий ахборот воситаларига бўлган анъанавий муносабатини аста-секин ўзгартирди. Ушбу босқичда оммавий ахборот воситаларида мультимедиалашув ва конвергенциялашув жараёнлари журналистлар фаолиятини ўзгартира бошлади ҳамда тахририятларнинг ташкилий ва таркибий тузилиши қайта кўриб чиқиш, фаолият алгоритмлари, ахборот тарқатиш каналлари ва шаклларига қай тарзда таъсир кўрсатишини ўрганиш долзарб аҳамиятга эга.

Дунё миқёсида қатор гуманитар ва ижтимоий фанларнинг ривожланиши, янги ёндашувнинг пайдо бўлиши ХХІ аср бошларида юзага келди. Натижада интернет асрида ахборот фаолиятига эътибор қаратилди. Замонавий медиа тадқиқотларига бундай ёндашув илмий тадқиқотларнинг янги йўналишлари пайдо бўлишига олиб келди. Медиамаконда илмий жамоатчиликнинг шаклланиши тадқиқот жараёнида қатор муаммоларни юзага келтирмоқда. Баъзи тадқиқотчилар оммавий ахборот воситаларида конвергенция масаласинигина тадқиқ қилади, натижада интернетда ахборотни тақдим этишнинг замонавий мультимедиавий шакллари янгиланади. Журналистикада янги шакл ва усулларнинг пайдо бўлиши орқали журналистика сифатининг ўзгариши, хусусан, мультимедиавий журналистика, ахборий журналистика, шарҳлаш журналистикаси, маълумотларни қайта ишлаш ва тақдим этиш кабиларнинг олимлар томонидан таҳлил қилиниши долзарблик касб этади.

Ўзбекистонда ҳам интернет майдони миқдор ва сифат жиҳатдан ўзгариб бормоқда, унинг таркибида онлайн нашрлар алоҳида мавқега эга, уларнинг турлари хилма-хил бўлиб, нашрлар типологияси кўпаймоқда. Натижада асосий хусусияти мультимедиа бўлган янги ўзгартирилган жанр ва форматлар пайдо бўлмоқда. Шу сабабли тўртинчи турдаги оммавий ахборот воситаси сифатида онлайн журналистиканинг фундаментал ва амалий хусусиятларини, унинг мультимедиа ва конвергент фазилатларини доимий илмий таҳлил қилиш муҳим жараён ҳисобланади. "...Мамлакатимизда оммавий ахборот воситаларини халқ билан мулоқотнинг ишончли кўпригига айлантириш, замонавий ахборот хизматлари бозорини, соғлом рақобатни ривожлантириш, медиа тармоқларининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш, устоз-шогирд анъаналарини кучайтириш, соҳа ходимларининг машаққатли меҳнатини муносиб рағбатлантириш бўйича кенг кўламли ишлар амалга оширилмоқда. ...биз барпо этаётган ҳуқуқий демократик давлатда сўз ва матбуот эркинлиги доимо Бош қомусимиз ва қонунларимиз ҳамда Президент ҳимоясида бўлади. Оммавий ахборот воситалари

ходимларининг ўз фаолиятини қонун доирасида эркин амалга оширишига тўқинлик қилиш – бу демократик ислохотларимизга қарши ҳаракат, мамлакатимизнинг обрўсига путур етказиш сифатида баҳоланиши керак”¹, - деб миллий медиамакондаги ҳозирги вазиятга баҳо берди Президент. Бундай камчиликларни чуқур ўрганиш ва бартараф этиш, оммавий ахборот воситалари соҳасида миқдорий кўрсаткичдан сифат кўрсаткичига ўтиш, улар ишининг самарадорлигини ошириш асосий вазифадир. Бу йил давлатимиз раҳбарининг “Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги янги қарори² билан ОАВ ходимларига бўлган эътибор кучайди, бу қарор кўплаб институционал ислохотлар билан бир қаторда, мамлакатимиз оммавий ахборот воситаларини иқтисодий қўллаб-қувватлашга қаратилган, хусусан, “фойдадан 50 фоиз солиқ имтиёзлари, шунингдек, матбаа ва бошқа асбоб-ускуналар импорти божхона тўлови ногатенг”³. Бу борада ахборот соҳасини ислох қилишда янги медианинг фаолият йўналишларини ривожлантириш, медиа майдонда миқдор ва сифат кўрсаткичларини ошириш аҳамияти ортади.

Ўзбекистон Республикасининг 2007 йил 15 январдаги 78-сон “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги, 2018 йил 29 мартда янги таҳрирда қабул қилинган “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”ги, 2019 йил 2 февралдаги ПФ-5653-сон “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” фармонлари, 2012 йил 21 мартдаги 1730-сон “Замонавий ахборот-коммуникация технологияларини янада жорий этиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори, шунингдек, соҳага оид бошқа тегишли норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда оммавий ахборот воситаларининг жамиятдаги ўрнини мустаҳкамлашнинг ҳуқуқий чоралари, журналистик фаолиятнинг кафолатлари ва медиа соҳасига оид илмий тадқиқотлар соҳасининг тартибга солиниши белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур тадқиқот иши муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланиши-нинг устувор йўналишларига мослиги. Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг: I. “Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари” устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. <https://president.uz/ru/lists/view/5294>

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 27.06.2022 йилдаги “Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-294 сонли қарори. <https://president.uz/ru/lists/view/5293>

³ ОАВ солиқ имтиёзларини олади. <https://www.gazeta.uz/ru/2022/06/27/media-tax-incentives>

Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар шарҳи⁴.

Жаҳоннинг медиа бўйича илмий жамоатчилиги томонидан ўрганилаётган барча долзарб тенденциялар журналистиканинг уч жиҳати билан узвий боғлиқ: конвергенция, мультимедиа ва технологияларнинг, шу жумладан сунъий интеллектнинг медиага жорий этилиши юзасидан халқаро The Poynter Institute, International Association for Media and Communication Research (IAMCR) каби қатор илмий марказлар ва халқаро ташкилотлар фаолият юритмоқда. Университетларнинг илмий жамоалари медианинг янги тенденциялари юзасидан назарий изланишлар олиб бормоқдалар, жумладан, Michigan State University, Texas University (АҚШ), Bonn University (Германия), Kukmin University (Жанубий Корея), China Communication University (Хитой), М.В.Ломоносов номидаги Москва давлат университетининг Миллий масс-медиа тадқиқотлари институти, “Silamedia” мультимедиа лабораторияси (Россия Федерацияси), Marmara University (Туркия), Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон миллий университети, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети ҳамда MediaDataLab – Медиа тадқиқотлар Маркази (Ўзбекистон).

Жаҳон миқёсидаги назарий ва амалий медиа тадқиқотларда журналистиканинг янги йўналишларининг ривожланиши билан боғлиқ масалалар, жумладан, қуйидаги ракурсларда ўрганилган: ахборот технологиялари таъсирида ҳамда мультимедиа журналистикаси шароитида таҳририятларда янги касблар масаласи (The Poynter Institute); медиа соҳасида юзага келган – дата журналистика, визуал нарративлар, рақамли медиа истиқболлари, коммуникацион сиёсат ва унинг моҳияти каби янги йўналишлар тадқиқ этилган (International Association for Media and Communication Research (IAMCR)); таҳририятларда мультимедиа журналистлар фаолиятининг ташкилий-ижодий цикли аниқланган (Texas University, АҚШ); мультимедиавийлик шароитида маълумотлар асосида ахборот етказишнинг хусусиятлари (Kukmin University, China Communication University); мультимедиа журналистикасининг янги фаолият тури сифатидаги назарий асослари, конвергент таҳририятларда ижодий цикл ўзгариши билан боғлиқ жараёнларнинг ҳам назарий ҳам амалий жиҳатлари (М.В.Ломоносов номидаги Москва давлат университетининг Миллий масс-медиа тадқиқотлари институти); онлайн журналистикада ахборот трансформацияси ва визуаллаштириш усуллари (Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети); глобал аҳамиятга эга мавзуларни ОАВда ёритишда мультимедиавий воситалар самарадорлиги (Ўзбекистон миллий университети); мультимедиавий журналистикани ўрганишнинг янги медиа таълим йўналишлари ва янги касблар бўйича ихтисослашув жараёнлари (“Silamedia” мультимедиа лабораторияси); янги медиа шароитида дата журналистикасининг мультимедиавий имкониятлари (MediaDataLab – Медиа тадқиқотлар Маркази).

Бугунги кунга келиб, мультимедиавий журналистика бўйича қатор, жумладан, қуйидаги устувор йўналишларда илмий тадқиқотлар олиб борилмоқда: мультимедиа журналистикасининг ижодий, ташкилий, техник ва жанрий хусусиятлари ва умумжурналистик касбий компетенциялари борасидаги

⁴ Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи қуйидаги информацион ресурслар асосида амалга оширилган: <https://www.poynter.org>, <https://www.iamcr.org>, <http://www.nammi.msu.ru>, <http://www.rian.ru>, <http://www.msu.com>, <https://www.mediascope.ru>, <http://www.mediatdata.uz>.

талаблари юзасидан илмий-назарий ёндашувларни ишлаб чиқиш, замонавий журналистика ривожланишига техник омилларнинг таъсир қилиши, хусусан, медиада сунъий интеллектнинг жорий этилиши натижасида юзага келаётган контент яратиш жараёнларидаги ўзгаришлар бўйича амалий тадқиқотлар, мультимедиа таъсирида замонавий медиа таҳририятларнинг ташкилий, услубий, контент жиҳатдан иш услубларидаги ўзгаришларни тартибга солиш бўйича таҳририят сиёсатини ишлаб чиқиш, технологик жараёнлар таъсирида медиа аудиториянинг ахборот қабул қилиш кўникмаларининг кенгайиши билан мультимедиавий медиасаводхонлик тушунчаси юзага келиши бўйича илмий-назарий ёндашувлар.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Ўрганилаётган муаммонинг турли жиҳатлари журналистика ва онлайн медиа назариётчилари томонидан маълум даражада ўрганилган. Х.Дўстмухамедова, Ф.Мўминов, Қ.Ирназаров, М.Худойкулов асарларида⁵ Интернетнинг анъанавий матбуот ва касб этикаси соҳасига таъсири, радио ва телевидениенинг янги технологиялар билан ўзаро алоқаси, журналистнинг янги медиа муҳитида ижод масалалари кўриб чиқилган. Журналистларнинг интернет тармоғидан фойдаланиши Ш.Қудратхўжа⁶, журналистикадаги интерактивлик Ю.Ортиқова⁷ томонидан таҳлил қилинади. Миллий ва халқаро илмий-амалий анжуман ва форумларда Интернетда медиа ресурсларни ривожлантириш масалалари кўтарилади⁸.

Онлайн журналистиканинг турли назарий ва амалий жиҳатлари Рей Г.Росалес⁹, Ж. Дубе¹⁰, Н. Пол¹¹, Р.Найлс¹², С.И.Лось¹³ каби хорижий тадқиқотчилар нашрларида, рус олимлари А. Акопов¹⁴, А.А. Калмиков ва Л.А. Коханова¹⁵,

⁵ Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами. Масъул муҳаррир Ф.А.Мўминов. – Т.: «MRC-Tashkent», 2005. – 176 с.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2007. – 73 с.; Он же. Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти. – Т.: 2007, №3. – С. 12-14; Он же. Ахборотлашаётган жамият талаблари. // Ўзбекистон матбуоти. – Т.: 2005, №3. – С. 6-7; Эрناзаров К.Т. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Учебн. пособие. – Т.: 2002. – 120 с.; Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. – Т.: Университет, 2008. – 236 с.

⁶ Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистон», 2011. – 96 с.; Он же. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. – Т.: 2011, - 105 с.

⁷ Ортиқова Ю.А. Интерактив журналистика шаклланишининг асосий босқичлари //Ўзбекистонда хорижий тиллар. – Т., 2021, № 6. (41). – Б. 208-218; Artikova Y. A. Interaktiv teleloyihalarning fiziologik omillari // O'zbekistonda xorijiy tillar. – Т., 2022, № 3 (44). – В. 112-123.

⁸Международная конференция «Использование современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных и электронных СМИ». – Бухара, апрель 2009 года. – Т., 2009; Медиафорум «Роль современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных СМИ и перспективы развития Интернет ресурсов страны», 25-27 сентября 2007 года. – Т., 2007.

⁹ Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. – New York Lincoln Shanghai, 2006. – P. 68.

¹⁰ Jonathan Dube. On-line storytelling forms. www.cyberjournalist.net

¹¹ Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? www.ojr.com (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? www.ojr.com (24.03.2005).

¹² Robert Niles. “Telling the Story: Writing for Print, Broadcast and Online Media” www.ojr.com (15.02.2008); Robert Niles. Newspaper websites shine with online campaign graphics. www.ojr.com (12.12.2007); Robert Niles. Technology threats to advertising breach newsroom walls www.ojr.com (27.01. 2005).

¹³ Лось С.И. Интернет-СМИ Казахстана как конкурент традиционным медиа республики.: Автореф. дис. на соискание академической степени доктора философии. – Алматы, 2010. – 22 с.

¹⁴ Акопов А. И. Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета // Акценты. Новое в журналистике и литературе. – Воронеж: 1999, № 1-2. – С. 22-27; Акопов А. И. Социокультурные и правовые проблемы Интернет-журналистики // Акценты. Новое в журналистике и литературе. – Воронеж: 2003, №1-2. – С. 20-24.

¹⁵ Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. Учеб. пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 383.

М. Лукина¹⁶, И.Фомичева¹⁷, В.Кихтан¹⁸, Л.Шестеренкина¹⁹нинг китоб ва кўлланмаларида кўриб чиқилган. Бу ва бошқа асарларга Интернет оммавий ахборот воситалари ва интернет журналистикаси назарий ва амалий жиҳатдан турли оммавий ахборот воситалари ишлаб чиқарувчилари томонидан Интернетнинг ривожланиши натижасида пайдо бўлган янги медиа сегменти сифатида қаралади.

Мультимедиа журналистикасининг назарий ва амалий жиҳатлари АҚШ ва Европа мамлакатларида фаол ўрганилмоқда²⁰. Диссертация мавзуси бўйича хорижий муаллифларнинг бир қатор асарлари рус тилига ҳам таржима қилинган²¹.

Рус муаллифларига келсак, Л.М.Землянова, М.М.Лукина, С.Ю.Чимарев, Д.Кульчицкая, С.И.Симакова, Е.А.Осиповская, Е.Л.Вартанова, И.А.Полуэхтова ва бошқалар мазкур муаммолар билан фаол шуғулланмоқда²².

Ушбу мавзу бўйича ўзбек муаллифларидан (диссертация муаллифидан ташқари) Қ.Т.Ирназаров, Н.С.Қосимова, Г.Алимова, М.Нурутдинова²³ ва

¹⁶ Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебн. пособие. / Под общ. ред. М.М.Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 348; Лукина М., Фомичева И. СМИ в пространстве Интернета: Учебн. пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – С. 87.; Лукина М.М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры и типы // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – М.: 2001. № 6. – С. 63-73.

¹⁷ Кихтан В. Информационные технологии в журналистике. – Ростов-на-Дону, 2004. – С. 160.

¹⁸ Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. Л. П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.

¹⁹ Фомичева И.Д. Социология Интернет – СМИ: учебное пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – С. 79; Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: введение в медиаметрию. М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 158.

²⁰ Andy Bull. Multimedia Journalism: A Practical Guide. 2nd Edition. Routledge., 2016. 532 P., Richard Koci Hernandez, Jeremy Rue. The Principles of Multimedia Journalism. Packaging Digital News. Routledge., 2016., 232 P., Seth Gitner. Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World. 1st Edition. Routledge., 2016., 460 P., Richard Scott Dunham. Multimedia Reporting. How Digital Tools Can Improve Journalism Storytelling. Springer Singapore., 2020., 434 P., Ivo Burum, Stephen Quinn. MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad. Routledge., 2016., 322 P.

²¹ Бернштейн У. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней. Пер. с англ. М.: Издательство АСТ, 2017; Тоффлер Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ Москва, 2010; Альфонсо Молина. Вопросы и вызовы в эволюции мультимедиа // Фьючерс. Том. 29. Отпечатано в Великобритании. 1997. №3 и др.

²² Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004; Андрюшина Е. Видеоплатформы и их использование // Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования 2011. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2011; Интернет-СМИ: теория и практика. Уч. пос. для студентов вузов. / Под ред М.М.Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010; Чимарев С.Ю. Новые медиа в современной массовой коммуникации // Журналистская профессия в системе цивилизации и культуры в информационном постиндустриальном обществе. Мат. межд. науч.-практ. конф. (19-20 ноября 2012 г.). Под ред. М.Г.Боровик, Г.С.Мельник. СПб: Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования: ООО «Книжный Дом», 2012; Кульчицкая Д. Мультимедиа и постмодернизм: попытка теоретического осмысления двух явлений // Медиаальманах. Факультет журналистики МГУ. 2014. № 2; Симакова С.И. Дата-журналистика как медиатренд // Вестник Челябинского университета. 2014. № 2; Осиповская Е.А. Технологии виртуальной реальности как новый инструмент журналистики // Вестник Новосибирского ГУ. Серия: история, филология. 2018. Т. 17. № 6. Журналистика; Вартанова Е.Л. От модерна к постмодерну в медиа [Электронный ресурс] / Е.Л.Вартанова (URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy); Полуэхтова И.А. Медиасреда и медиа-бизнес в цифровую эпоху [Текст] / И.А.Полуэхтова // Теория и практика медиарекламных исследований. – М., 2001 и др.

²³ Современная журналистика. Уч. пос. Руководитель проекта: докт. ист. наук К.Т.Ирназаров. Т.: “Zar qalam”, 2006; «Онлайн журналистика ва медиаларда янги трендлар», «Лингвистическое общество Германии «Gesellschaft für deutsche Sprache» в 1995 г. объявило, что термин «мультимедиа» стало словом года» (Муратова Н., Косимова Н., Алимова Г. и др. Онлайн журналистика ва медиаларда янги трендлар. Матн. Т. 7. Т.: «Ўзбекистон», 2019 и др. М.Нурутдинова. Мультимедиавий жанрлар таснифи. Монография. Тошкент.: Tamaddun, 2021., Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистика–рақамли тенгсизлик асри // Ўзбекистон матбуоти. – Т., 2017. – № 3. – Б. 38 – 40., Нурутдинова М.Ч. Онлайн журналистика медиа компетенцияси таҳлили // ЎЗМУ хабарлари. – Т., 2018. – № 1/5. – Б. 447-450., Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистикада мультимедиа воситалари таснифи // Филология масалалари. – Т., 2018. – № 1.– Б. 135-140., Нурутдинова М.Ч. Fundamentals of Multimedia Journalism in Media Convergence// International journal for social studies/ Indian journal of research. ISSN: 2455-3220 Volume 05 Issue 11 November 2019 year. – Б. 14-22.

бошқалар жиддий изланиш олиб бормоқда. Биз танлаган контекстдаги бу муаммо ҳозиргача Ўзбекистонда ҳар томонлама ва яхлит равишда ўрганилмаган.

Тадқиқот мавзусининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети “Рақамли журналистикани ривожлантириш назарияси ва амалиётининг долзарб масалалари” мавзусидаги истиқболли илмий-тадқиқот иши доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади Интернет ОАВни мультимедиа журналистикаси учун алоҳида медиа тизими ва платформа сифатида очиб бериш ҳамда журналистикада мультимедиа ёндашувининг назарий асослари ва методологиясини, мультимедиа шароитида ишлаётган журналистлар амалий фаолиятининг умумий қонуниятларини аниқлашдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

миллий ва халқаро миқёсда ахборот маконини ривожлантиришнинг замонавий тенденцияларини ёритиш;

Интернет журналистикаси соҳасидаги маҳаллий мутахассислар фаолиятини баҳолаш, уларнинг ютуқ ва камчиликларини аниқлаш, Интернет тармоғида ишлаш технологиясининг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ касбий йўриқномаларини кўрсатиш, журналистик маҳорат ва янгилик тайёрлаш хусусиятларини тадқиқ қилиш;

янги ахборот технологиялари ва сунъий интеллект, конвергенция ва мультимедиа шароитида журналистика фаолияти омилларини таҳлил қилиш;

мультимедиа журналистикасининг шаклланиш босқичлари ва уларнинг ҳар бирига хос хусусиятларни ўрганиш;

журналистиканинг юқори самарадорлигига эришиш усули сифатида каналлар комбинациясини тадқиқ этиш;

янги шароитда рақамли технологияларнинг устувор йўналишларини аниқлаш;

мультимедиа журналистикасининг умумий ва хусусий параметрларини аниқлаш;

ҳар турдаги оммавий ахборот воситаларининг универсал комбинацияси таъйинини тадқиқ қилиш;

мультимедиа журналистикаси контекстида ахборотни намойиш қилиш ва таъсир этиш усулларини аниқлаш;

мультимедиа журналистикаси шароитида аудитория билан ўзаро таъсир механизмининг очиб бериш;

мультимедиа контентини нуктаи назаридан монетизация масалалари ва интернет тармоғида маҳаллий ОАВни ривожлантириш истиқболларини таҳлил қилиш.

Тадқиқотнинг объекти сифатида мультимедиа журналистикаси учун медиаплатформа вазифасини ўтаётган онлайн нашрларда мультимедиа журналистикаси шаклида тайёрланган дастурлар танлаб олинди.

Тадқиқотнинг предметини АҚШ, Буюк Британия, Австралия, Россия, Ўзбекистон ва бошқа мамлакатлар онлайн медиаплатформаларидан жой олган мультимедиа журналистикаси асарларининг концептуал ва таркибий тузилиши,

контенти, ижодий жараёнлари ва қонуниятлари, фойдаланиладиган кўплаб ўзига хос усуллар, ижодий ёндашув ҳамда йўналишлар ташкил этади.

Тадқиқотнинг усуллари. Диссертацияда назарий ва эмпирик тадқиқотнинг тавсифловчи, қиёсий таҳлил, контекстуал талқин, сўровнома, анализ ва синтез, контент таҳлил, шунингдек, тарихий, экспериментал, эволюцион тадқиқот усуллари мажмуи қўлланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги:

мультимедиа журналистикаси ривожланишидаги интерактивлик, иммерсивлик, интегративликнинг оммавий ахборот воситаларининг ижтимоий фаолиятида намоён бўлиши ва ҳар бири ўзига хос аниқ хусусиятларга эга бўлган (босма, радио, телевидение, интернет) каналларни бирлаштириши мультимедиа журналистикасининг етакчи шarti эканлиги далилланган;

лонгридларнинг замонавий журналистикада мультимедиа алоқа воситаси сифатидаги фазилатлари ҳамда уларнинг концептуал, таркибий, лингвистик ва функционал хусусиятлари аниқланган;

мультимедиа журналистикаси шароитида таҳририятлар фаолиятини ўзгартиришнинг ташкилий шакллари ҳамда ижодий усуллари, якка ва жамоавий фаолият шартлари ва самарадорлиги аниқланиб, мультимедиа ишлаб чиқариш ижодий фаолиятнинг уч босқичли занжир – ишлаб чиқаришгача тайёргарлик босқичи (*pre-production*) – ишлаб чиқариш босқичи (*production*) – нашр (*post-production*) босқичларига асослангани исботланган;

мультимедиа журналистикасида ахборотни тақдим этишда матн, овоз, тасвир, графика, видео каби шаклларнинг ўзаро уйғунликда тақдим этиш асосида мультимедиа материал таркибидаги план ва композициянинг динамик эволюцияси аниқланган;

мультимедиа журналистикасининг интерактивликка асосланганлиги журналист ва фойдаланувчилар ўртасида анъанавий “субъект–объект” эмас, “субъект–субъект” концепцияси асосида ҳамкорликда ижод қилишга имконият бериши натижасида икки томонда ҳам медиа хулқ-атворнинг янги қирраларини очаётгани ва аудиториянинг журналистик фаолиятга ҳам ташкилий, ҳам ижодий жиҳатдан жалб этилиши кўлами кенгайиб бориши далилланган;

бугунги кунда барча учун очик бўлган ижтимоий тармоқларда мультимедиавийлик сифатининг кескин ўсиши билан боғлиқ равишда мультимедиа саводхонлик медиасаводхонликнинг бир қисмига айланиши исботланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

келгуси тадқиқотлар учун мультимедиа журналистикасини ўрганишнинг назарий ва амалий модели яратилди ва шу асосда таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилган;

мультимедиа материалларини тайёрлашнинг ижодий параметрлари билан боғлиқ тавсиялар таклиф этилган бўлиб, улар тегишли олий ўқув юртлари учун дарслик, ўқув қўлланма ва электрон луғатлар яратишда муҳим манба бўлиб хизмат қилган;

мультимедиа материалларини тайёрлаш бўйича ишланмаларни, хусусан, турини, жанр хусусиятларини танлашда ва медиа-мутахассислар кўникмаларини ривожлантиришда комплекс ёндашув таклиф қилинган, улар бакалаврият ва

магистратура босқичи талабалари учун Челябинскда 2018 йилда нашр этилган мутахассисларни жамоада ишлаш кўникмаларини ва лойиҳага асосланган таълимни ривожлантиришга қаратилган “Универсальная журналистика: опыт проектного обучения” (“Универсал журналистика: лойиҳалар устида ишлашга асосланган таълим тажрибаси”) номли халқаро дарсликда ўз аксини топган;

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети бакалавриат босқичи талабалари учун “Мультимедиа журналистикаси”, “Оммавий ахборот воситаларида медиа лойиҳаларни бошқариш”, “Медиатаълим” фанларидан маъруза матнлари, тақдимотлар ва видеоматериаллар ишлаб чиқилган бўлиб, улардан семинар ва амалий машғулотларга тайёргарлик кўришда, конференцияларда тақдимотлар ўтказишда, шунингдек, оммавий ахборот воситаларида коммуникация технологиялари бўйича семинарлар ўтказишда ҳам фойдаланилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги инглиз, рус ва ўзбек тилларидаги фундаментал илмий адабиётлардан фойдаланиш, шу асосда мультимедиа журналистикаси назарияси ва амалиётини тадқиқ қилиш бўйича фундаментал концепция ишлаб чиқиш, шунингдек, америкалик ва рус журналистлари томонидан яратилган кўплаб мультимедиа дастурлари намуналарини ўрганишда ақс этади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти мультимедиа журналистикаси асарларининг умумлаштирилган назарий тузилишини аниқлаш ва тизимли ўрганиш, бундай масалаларни яратишнинг ягона методологиясини ишлаб чиқиш, шу турдаги дастурларни ўрганиш бўйича илмий тавсиялар асослаб берилган.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти шундан иборатки, ундан гуманитар университетларда медиа таълими, стилистика, журналистика ва медиа менежмент бўйича маъруза ва семинарларда ўқув жараёнида фойдаланишга, амалиётчи журналистларга мультимедиа дастурларини яратишнинг амалий жиҳатларини, каналларнинг ўзаро қоришуви натижасида вужудга келган ўзига хосликлар ва мультимедиа асарлари яратишнинг бошқа шакллари билишга қаратилган амалиётчилар учун мастер-класслар ўтказишга, журналистика ва сиёсатшунослик курсларида адресатга максимал таъсир кўрсатиш мақсадида алоқа технологияларидан фойдаланишга хизмат қилувчи услубий қўлланмалар, тавсиялар яратишда, махсус курс ва семинарлар ўтказишда фойдаланиш мумкин.

Тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши. ОАВ материалларини таҳлил қилиш, тавсифлаш, таснифлаш натижасида олинган илмий тадқиқот натижалари асосида:

мультимедиа журналистикаси назарий ва амалий хусусиятлари, мультимедиа журналистикасида ахборотни тақдим этишда турли медиа воситаларнинг ўзаро уйғунлиги ва контентнинг динамик эволюцияси бўйича олинган таклифлар Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрациясининг 2019-йилдаги қарори билан нашр этилган журналистика бўйича ўн жилдлик китобга асос бўлиб хизмат қилган (Президент Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги Ўзбекистон Республикасининг 2022-йил 8-августдаги 18-3228-сон маълумотномаси). Натижада ОАВ ва журналистикага оид замонавий адабиётлар ва нашрларнинг йўқлиги, ушбу босқичда замонавий

оммавий ахборот воситаларининг ривожланиш тенденциялари ва уларнинг назарий ёритилиши, жумладан, “Онлайн журналистика ва янги медиа йўналишлари” номли нашрнинг еттинчи жилди диссертант раҳбарлигида тайёрланган бўлиб, бевосита мазкур диссертация ишида акс этирилган материалларни ўз ичига олади;

лонгридларнинг замонавий журналистикада мультимедиа алоқа воситаси сифатида фазилатлари ва уларнинг концептуал, таркибий, лингвистик ҳамда функционал хусусиятларининг назарий ва амалий таҳлили янги ўқув фанларини яратишга асос бўлиб, журналистларни тайёрлаш жараёнига ўзгариш олиб кирган (Ўзбекистон Республикаси Олий ва махсус таълим вазирлигининг 2022-йил 19-апрелдаги 89-02-469-сон маълумотномаси). Натижада ВА60320100 бакалаврият таълим йўналиши учун иккита янги фаннинг (“Мультимедиа журналистикаси”; “Онлайн медиада аудиоподкаст ва спичрайтинг”) намунавий дастурини ишлаб чиқишга ҳамда ЎзЖОКУ магистратура мутахассислиги учун “Интернетда медиалойиҳалар ва бошқарув” номли махсус фанни киритишга асос бўлган;

диссертациядаги мультимедиа саводхонлик медиасаводхонликнинг бир қисмига айланиши юзасидан аниқланган натижалар Буюк Британия ҳукумати томонидан молиялаштирилган “Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг салоҳиятини кучайтириш – II фаза” лойиҳаси доирасида фойдаланилган (ЮНЕСКО халқаро ташкилотининг 2022-йил 9-июндаги CM-FU-TAS-2022-007508-сон маълумотномаси). Натижада оммавий ахборот воситалари ва ахборот саводхонлигини шакллантиришнинг концептуал ёндашувлари, журналистика таълимида медиа ва ахборот саводхонлиги тамойиллари ишлаб чиқилган ва ҳамма учун очик бўлган ижтимоий тармоқларда мультимедиавийлик сифатининг кескин ошишига хизмат қилган мультимедиавий саводхонлик медиасаводхонликнинг бир қисмига айланиши исботланган;

диссертация доирасидаги амалга оширилган контент таҳлил натижалари ва мультимедиа жамоасида таҳририят ишини ташкил этиш бўйича таклиф этилаётган ишланмалар, шунингдек, уларнинг меъёрий-ҳуқуқий жиҳатлари, назария ва амалиёт уйғунлигини асослаб берувчи умумий оммавий ахборот воситалари ва, хусусан, онлайн ОАВ сифатини яхшилаш бўйича таклифлар сифатида тақдим этилган (Ўзбекистон Журналистлар уюшмасининг 2022-йил 26-июлдаги 01-18/362-сон маълумотномаси). Натижада 2022-йил 27-июндаги “Мамлакатда оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-294-сонли қарори таҳририятлар негизида журналистиканинг оммавий ахборот воситаларида воқеаларни ёритишда мультимедиа компонентини оширишга қаратилган бўлиб, ушбу стандартнинг 2-иловасида тадқиқотда ишлаб чиқилган истиқбол ва таклифлар ўз аксини топган;

мультимедиа журналистикасининг фаолият методологияси, предмет ва объектнинг таҳлили асосида оммавий ахборот воситаларини ўрганиш ҳамда медиасаводхонликни ошириш бўйича “Аудио Луғат” мультимедиа қўлланмасини ишлаб чиқиш, муаллифлик патентини олиш учун асос бўлган (“Интеллектуал Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги ҳузуридаги Мулк маркази”нинг 2022-йил 4-августдаги 004995-сон маълумотномаси). Бунинг натижасида турли медиа форматлардан (аудио, видео, расм, овозли матн) фойдаланиб, чет тилида оммавий

ахборот воситалари соҳасини ўрганишга ёрдам бериб, шу билан ногиронларнинг медиа орқали ижтимоийлашуви имкониятларини кенгайтирган;

интерактивликка асосланган мультимедиа журналистикаси “субъект–субъект” концепцияси асосида онлайн материалларни тайёрлашнинг мультимедиа параметрлари бўйича таклифлар, шунингдек, ҳар турдаги медиаматериалларни бирлаштириш, коммуникация технологиялари нуқтаи назаридан нашрлар амалиётига жорий этиш бўйича тавсиялар “Янги Ўзбекистон – Правда Востока” газетаси қўшма таҳририяти томонидан қабул қилиниб, журналистик фаолиятда фойдаланиш учун таҳририят жамоасида муҳокама қилинди ва диссертантнинг тавсиялари асосида ахборот материалларини диверсификация қилиш бўйича бир қатор чора-тадбирлар ишлаб чиқилди ҳамда мультимедиа коммуникация технологиялари нуқтаи назаридан нашрлар тайёрланиб, амалиётга жорий этилган (“Янги Ўзбекистон – Правда Востока” газетаси қўшма таҳририятининг 2022-йил 7-майдаги 3-сон маълумотнома). Натижада диссертантнинг таклифлари “Янги Ўзбекистон – Правда Востока” газетаси таҳририяти журналистлари амалиётига таъсир кўрсатиб, сайт учун мультимедиа элементларини уйғунлаштирган ҳолда ахборот материалларини тайёрлашга таъсир кўрсатди, нашрларнинг мазмуни, шаклини маълумотлар билан бойитишга хизмат қилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари жами 9 та илмий-амалий конференция ва семинарларда, шу жумладан, 5 та халқаро ва 4 та республика илмий-амалий конференцияларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича жами 26 та илмий иш чоп этилган. Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 11 та, шундан республика журналларида 8 та, хорижий нашрларда 3 та мақола эълон қилинган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, беш боб, хулоса, адабиётлар рўйхати ҳамда иловалардан иборат. Тадқиқотнинг умумий ҳажми 247 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Диссертациянинг **кириш** қисмида мавзунинг долзарблиги ва зарурати асосланиб, тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги, муаммонинг ўрганилганлик даражаси, диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги кўрсатилиб, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, объекти ва предмети аниқланган, тадқиқотнинг усуллари, илмий янгилиги ва амалий натижалари баён этилган, олинган натижаларнинг ишончлилиги асосланиб, илмий ва амалий аҳамияти очиб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий қилиниши, ишнинг апробацияси, эълон қилинган ишлар ва диссертациянинг тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг биринчи боби “**Ахборот технологияларининг замонавий журналистика билан боғлиқлик характеристикалари: мультимедиа журналистикасининг тушунчаси, шаклланиши ва хусусиятлари**” деб

номланган бўлиб, учта фаслдан иборат. Ушбу бобда мультимедиа журналистикасининг ривожланиши билан боғлиқ назарий ёндашувлар ва тушунчалар кўриб чиқилади. Асосий коммуникация технологияларидан оммавий ахборот воситаларида сунъий интеллектни ривожлантиришгача бўлган илмий, назарий жиҳатлар ва эмпирик материаллар таҳлил қилинади. Ишнинг дастлабки фаслида янги коммуникация технологияларининг пайдо бўлиши ва оммавий ахборот воситалари, ахборот маконининг кенгайиши ўртасидаги боғлиқлик асосланади.

Бугунги кунда мультимедиа воситаларини кўпайтириш, медиа конвергенциясини ривожлантириш ва сунъий интеллектни жорий этиш билан кечаётган технологик муҳитда журналистика соҳасидаги баъзи муаллифлар бир-бирига яқин ва мазмунан ўхшаш хулоса чиқармоқдалар. Хусусан, “Мультимедиа журналистикаси”²⁴ китоби муаллифлари жамиятни қуйидагича тавсифлайди: “... биз яшаётган дунё оммавий ахборот воситалари билан тўйинган. Замонавий жамият учун ходисаларнинг бир қатор муҳим хусусиятлари (медиясаводхонлик, медиа маданияти, медиа технологиялари, медиа майдони ва бошқалар) учун умумий бўлган “медиа” сўзининг ўзи ҳали ҳам мутахассислар томонидан ҳаддан ташқари тор, кейин ҳаддан ташқари “кенг” тарзда талқин қилинмоқда, сўзнинг ўзи турли хил тушунча ва талқинларга эга. Шунингдек, медиа ходисаси кўплаб афсоналар ва стереотиплар билан бирга келади, бу эса уни нотўғри талқин қилишга олиб келади ва бу ҳақда аниқ фикр айтишни қийинлаштиради”²⁵.

Мультимедиавийлашув конвергенция жараёнининг натижасидир. Ҳозирги вақтда ушбу икки концепцияга бағишланган тадқиқотлар сони ортиб бормоқда, аммо мутахассисларнинг бу тушунчалар бўйича ёндашувлари турлича, шу сабаб олимлар ва амалиётчи журналистлар ўртасида улар юзасидан яхлит тўхтамга келинмаган. Конвергенция мультимедиага қараганда ўз моҳиятига кўра глобалроқ, умумийроқ жараёндир. Д.Ю.Кулчицкая ушбу икки ходиса ўртасидаги фарқни шундай кўрсатади: *конвергенция замонавий оммавий ахборот воситаларида modus vivendi, мультимедиа эса modus operandi атамаси қўлланилади*. Иккинчи истилоҳ амалий хусусиятга эга ва торроқ тушунча ҳисобланади. Турли хил техник қурилмаларнинг интеграцияси ва контентни рақамлаштириш мультимедиа ишларининг мавжудлигини амалга оширишга имкон берди.

Мультимедиа тизимлари тарихи ва уларнинг эволюцияси ҳақидаги манбада ушбу тизим қуйидагича ифодаланган: “... бугунги кунда мультимедиа индивидиал фойдаланувчиларга юқори даражадаги назорат ва ўзаро таъсирни таъминлашга хизмат қилувчи матн, графика, анимация, овоз, ҳаракатсиз тасвирлар ва ҳаракатланувчи видеони узлуксиз рақамли интеграция сифатида таърифлаш мумкин, мультимедиа эволюцияси эса технологияларнинг пайдо

²⁴ Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – (Учебники Высшей школы экономики). – С. 55. <https://iknigi.net/avtor-kollektiv-avtorov/144366-multimediynaya-zhurnalistika-kollektiv-avtorov/read/page-3.html>, обращение к ресурсу 19.10.2020.

²⁵ Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – (Учебники Высшей школы экономики). – С. 55 - <https://iknigi.net/avtor-kollektiv-avtorov/144366-multimediynaya-zhurnalistika-kollektiv-avtorov/read/page-3.html>, обращение к ресурсу 19.10.2020.

бўлиши ва яқинлашиш босқичларини босиб ўтган жараёндинир”²⁶. “Хорижий сўзларнинг янги луғати”да эса куйидаги қисқача “Мультимедиа (инглизча multimedia, лот. multum – кўп + media – ўрта фокус дегани) ахборот узатишнинг турли воситалари – матн, товуш, тасвир, анимация ва бошқалар”²⁷ деган таъриф берилган. Ҳозирда бу тушунчанинг анча кўп вариантлари мавжуд, И.И.Романовский биринчилардан бўлиб унинг техник ва технологик хусусиятини очиб берувчи таърифни шакллантиради ва “Мультимедиа – интерфаол режимда компьютер қурилмаларининг матнли, график ва товуш имкониятларидан фойдаланишга асосланган ахборотни акс эттиришнинг компьютерга мосланган усулидир” деб изоҳлайди²⁸. Кейинчалик Оксфорднинг медиа ва коммуникация бўйича луғатида (Oxford Dictionary of Media and Communication) “Мультимедиа – бу рақамли технология бўлиб, матн, аудио, видеонинг турли шакллари бирлаштиради” деб изоҳланади²⁹.

Жаҳон тажрибасини ўрганиш жараёнида мультимедианинг турли таърифлари ўрганилди, улар орасида Техас университетининг медиа бўйича мутахассиси Е.Зерба “Мультимедиа – бу журналистиканинг динамик шакли, у ахборот беришда интерактивликдан фойдаланади ва шу билан аудиторияни бирлаштиришга хизмат қилади”³⁰ дейди. Ушбу атамага ёндашишда аниқ таърифни шакллантириш учун 2001 йилда “New York Times” журналининг муҳаррири бўлиб фаолият олиб борган Е.Зерба қизиқ тадқиқот ўтказди, у мультимедиа материаллари билан ишлайдиган етти нафар журналист ва муҳаррирлар ўртасида сўровнома ташкил қилади. Натижалар шуни кўрсатадики, журналистлар учун “*мультимедиа – бу битта материалда матн, фото, аудио, видео, графиканинг комбинациясидир, самарали ва яхши мультимедиа материал эса шу материал таркибидаги – сифатли матн, фото, аудио, видео, графика уйғунлигидир.* Сўровномада қатнашган экспертлар журналистикада мультимедианинг асосий вазифасини иккига ажратишган: 1) фойдаланувчилар эътиборини жалб қилиш; 2) ахборот узатиш имкониятларини кенгайтириш”³¹.

Москва давлат университети тадқиқотчиси Д.Кулчицкая журналистикада мультимедиавийлик борасида икки америкалик олим П.Пакер ва К.Жордан томонидан айтиб ўтилган ўзига хос хусусиятларни келтиради: *мультимедиа табиатига кўра очиқ, демократик, иерархик бўлмаган, ўзгарувчан, кўп қиррали ва инклюзив ҳодисадир*”³².

Мультимедиа режимида ишлайдиган журналистлар тобора тезлашиб бораётган яна бир замонавий тенденцияни ҳисобга олишлари керак, бугунги фойдаланувчилар компьютер ўрнига мобил телефонлардан маълумот олишга ўтмоқдалар. Бу эса журналистик фаолиятда қисқа сарлавҳалар ва “клип

²⁶ History of Multimedia Technology (1997). Swinburne, University of Technology TAFE Division. – С. 12.

²⁷ Новый словарь иностранных слов. Минск: Современный литератор, 2008. – С. 603.

²⁸ Романовский И.И. Масс медиа. Словарь терминов и понятий. – М.: Изд-во Союза журналистов России. – 2004. – С. 230.

²⁹ Daniel Chandler and Rod Munday. Oxford Dictionary of Media and Communication. // <http://www.oxfordreference.com>. (2016)

³⁰ Stencil M. Defining Multimedia Journalism. // <https://online.journalism.utexas.edu> (2004)

³¹ Zerba A. Redefining Multimedia Toward a More Packaged Journalism Online. // Paper presented at the Fifth International Symposium on Online Journalism, Austin. 16.04.2004. 3-р

³² Кульчицкая Д.Ю. (2012). Истоки мультимедийности в традиционных журналистских жанрах. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, (3), 94-100.

тафаккур”дан тортиб, ихчам тақдимот ва мини-фотосуратларга йўналтирилганлик нуқтаи назаридан қайта куриш зарурлигига олиб келади. Ўз навбатида, планшетларнинг оммалашиб бораётганига ҳам тўхталиш жоиз. Ривожланган мамлакатларнинг амалиёти шуни кўрсатадики, маълумотларни қабул қилиш, қайта ишлаш ва узатиш жараёнида планшетлар компьютерларни аста-секин сиқиб чиқармоқда. Бу эса воқеаларнинг вақт кетма-кетлигида узатиш каби чизиқли технологиянинг инқирозга учраётганини кўрсатади ва янги “anytime” – маълумотни “ҳар доим”, “ҳар ерда” олиш ва узатиш тартибига ўтишни тақозо этади, чунки янги технология вақт категориясига янгича ёндашув зарурлигини кўрсатиб, маълумот олиш, қайта ишлаш ва юборишда “исталган вақт”, “исталган жойда” режимида ишлаш имкониятини яратди. Бундай ўзгаришлар баъзан фавқулодда қизиқарли натижалар бериши мумкин, масалан, ушбу вариантда журналистик материал билан ҳатто чоп этишдан олдин, буюртма асосида танишиб чиқишга ҳам имконият яратиши мумкин.

Иккинчи концепция М.М.Лукина таҳрири остида чоп этилган тадқиқотда ўз аксини топган бўлиб, унинг муаллифлари интерактив мулоқотнинг уч турини ажратадилар: 1) одамлар ва ҳужжатлар; 2) одамлар ва технологиялар; 3) одамлар ва одамлар³³. Бу дегани журналистика соҳаси ахборот алмашинуви асносида ўсиб бораётган эҳтиёжларга ўз вақтида жавоб беришга ҳаракат қилиб, ўзининг турлари, йўналишлари, шунингдек, маълумот тўплаш, қайта ишлаш усуллари кенгайтирмоқда. Айни пайтда эса унинг энг муҳим таркибий қисми замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш бўлмоқда. Бунинг натижасида юзага келаётган электрон журналистика дифференциацияси (турлари) эса нафақат жамият ҳаётининг барча жабҳаларини имкон қадар кенг қамраб олишга, балки бу жараёнга тобора кўпроқ иштирокчиларни жалб этишга имкон бермоқда.

Тадқиқот ишида мультимедиа журналистикасининг шаклланиш босқичлари ва тарихини ўрганиш занжирли ёндашув асосида ҳодисанинг техник жиҳатларидан то эстетик хусусиятларигача ўрганишга қаратилган. Бу каби ёндашув илгари амалга оширилмагани сабабли ушбу гипотеза бир қанча саволларни туғдириши мумкин. Ишнинг шу қисмидаги изланишлар натижасида “мульти”, “мультипликация”, “мультимедиавийлик” ва уларга яқин тушунчалар журналистика билан боғлиқ эмаслиги аниқланди, улар кенгроқ маънога эга бўлиб, ўтмиши журналистика пайдо бўлганига қадар бўлган пайтга бориб тақалади деган хулосага келинди. Яъни, диссертацияда мультимедиавийликнинг кенгроқ хусусиятга эга тарихий жиҳати ва замонавий маъноси мавжудлиги исботланади. У қадимги даврданок мавжуд бўлган ходиса сифатида коммуникация жараёнида таъсирчанликни орттириш учун имо-ишоралар ва нутқнинг, тасвир ва матннинг уйғунлигида маълумот бериш ҳодисаси билан изоҳланади.

Буларга асосан фикримизча, кенг маънода мультимедиа, тарихий ретроспективликка эга ва мазкур диссертацияда мультимедиа журналистикаси шаклланишининг учта босқичи ажратилиши мумкин, улар маълум жиҳатдан, Э.Тоффлернинг³⁴ жамият тараққиётининг уч босқичли даврлаштирилиши – “аграр, индустриал ва супериндустриал (ахборот асри)” босқичлар билан мос

³³ См. Интернет-СМИ. Теория и практика (Текст). Под ред. М.М.Лукиной. – М., 2010.

³⁴ Тоффлер Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ Москва, 2010. – С. 43-44.

келади. Хусусан, мазкур тадқиқот иши ракурсида улар қуйидаги босқичларга бўлинган:

биринчи босқич – *журналистикагача бўлган мультимедиавийлик даври*, бу антик даврнинг дастлабки коммуникация элементларидан Гутенбергнинг босмахона ихтиросигача бўлган вақтни ўз ичига олади. Бунда медиа деганда оммавий ахборот воситалари эмас, балки ахборотни оммага етказувчи воситалар назарда тутилади. Ахборотни синхрон етказиб беришнинг турли каналлари орқали муқаррар равишда истеъмолчига мультимедиавий таъсир амалга оширилади;

иккинчи босқич – *классик мультимедиавийлик даври* мультимедиа тарихидаги энг муҳимларидан бири, чунки айнан шу ерда унинг амалий асослари яратилган эди. Унга кўра, биз аввал ҳал қилувчи роль ўйнайдиган кўп каналли оммавий ахборот воситаларининг тўқнашувини, иккинчидан, ушбу тўқнашувни оммавий аудитория томонидан жуда самарали деб қабул қилишни тушунамиз. Классик мультимедиавийликни анъанавий оммавий ахборот воситаларининг мультимедиа табиати, яъни томошабинлар учун ва ҳар бир фойдаланувчи онгида классик босма, радио ва телевидениенинг биргаликдаги таъсирининг бир вақтнинг ўзида уйғунлашуви сифатида деб тушуниш керак. Ушбу жараён 1894-96 йилларда Гуглиелмо Маркони томонидан радио ихтиро қилинганидан сўнг бошланди, кейинчалик у физика бўйича Нобель мукофотига сазовор бўлди. Босма нашрлар ва радиоэшиттиришларнинг янги даражага кўтарилиши билан уларнинг мультимедиавий таркиби муқаррар равишда ортди;

учинчи босқич – *постклассик мультимедиавийлик даври* бўлиб, замонавий маънода Э.Тоффлернинг супериндустриал даврига тўғри келади, бу ахборот асрининг замонавий мультимедиавий табиатидир. Мазкур ишда тадқиқот қамрови, асосан, айнан шу даврга, постклассик мультимедиа даврига бағишланган. Тадқиқотимизга кўра, идрок этиш ва ахборотни қабул қилиш нуқтаи назаридан мультимедиа инсон табиатининг энг муҳим ва аҳамиятли жиҳатларидан биридир. Чунки инсонлар учун бу тезкор, кўп томонлама ва хилма-хил оммавий ахборотни истеъмол қилиш демақдир. Альфонсо Молина постклассик мультимедианинг бевосита тарихи ҳақида ёзар экан, шундай дейди: “электрон” газетанинг биринчи жиддий прототиплари ва ахборот узатиш хизматлари XX аср 70-йилларнинг охири ва 80-йиллар бошида пайдо бўла бошлади. Айнан шу пайтда персоналлашган интерактив янгиликлар тизими концепцияси асосида матн, аудио, ҳаракатли тасвирлар, анимация ва видеодан фойдаланишни тўлиқ бирлаштирган ҳолда узатиш тизими шакллана бошлади. Масалан, 1970-йилларнинг охирларида МИТ электрон нашрлар устида иш бошлади ва 1980-йилларнинг бошларида Медиа Лаб 5 асосан Никола Негропonte бошчилигидаги Machine гуруҳининг ишига асосланиб ташкил этилди”³⁵.

Постклассик давр мультимедиа журналистикасининг ўзига хос қонуниятлари қуйидагилардан иборат:

–аудиториянинг янги технологиялар ва техникаларга жуда тез кўникиши;

³⁵ Альфонсо Молина. Вопросы и вызовы в эволюции мультимедиа // Фьючерс. Том. 29. Отпечатано в Великобритании, 1997. №3. – С. 194.

–аудиториянинг долзарб, муҳим ахборотларга бўлган сўровларининг доимий равишда ўсиб бориши;

–ахборот узатувчиларнинг (оммавий ахборот воситалари, агентликлар, корпорациялар, таҳририятлар, ахборот хизматлари ва бошқа манбалар) фаолият шакллари ва усулларида сезиларли ўзгаришларнинг юзага келиши;

–оммавий ахборот воситаларида янги техника ва технологияларни қўллашнинг тобора ортиши;

–оммавий ахборотни қабул қилиш, қайта ишлаш, жўнатиш ва сақлашнинг журналистик усуллари (техникаси)нинг тез ривожланиши;

–журналистларнинг замонавий техника ва технологик жараёнларни ўзлаштиришга бўлган профессионал малакани ошириш эҳтиёжининг доимий ўсиб бориши;

–ахборот оқими тезликларини инобатга олган ҳолда журналистларнинг ўз вазифаларини муваффақиятли бажариш учун юқори тезликда ишлаш қобилиятига талаб ортиши;

–технологик ривожланиш, аудитория эҳтиёжлари, таҳририят талабларидан келиб чиқиб журналистларда янгича контент яратиш кўникмаларини ривожлантириш зарурати.

Яъни, постклассик мультимедиа моҳиятига кўра, у нафақат классик давр мультимедиавийлигининг асосий сифатларини бойитишда давом этади (бу аслида мультимедиа тарихидаги биринчи инқилоб эди), балки постклассик оммавий ахборот воситаларида янги технологияларнинг қўллай бошланиши билан кечаётган наинки техник, балки ижодий янгиланишларни ҳам жорий этади, бойитади ва диверсификация қилади (иккинчи инқилоб).

Диссертациянинг иккинчи боби икки фаслдан иборат бўлиб, **“Мультимедиа журналистикасининг фаолият методологияси, предмет ва объектининг функциялари”** деб номланган. Ишнинг бу қисми мультимедиа журналистикасининг самарадорлигини ошириш ва рақамли технологиялар таъсири остида юзага келаётган ахборот каналларининг бирлашуви ва жанрларнинг гибридлашуви ҳамда бунинг натижасида долзарблик касб этаётган мультимедиа таҳририятларида ижодий жамоа фаолиятининг моҳияти, иш услуби ва методологияси таҳлилига бағишланган.

Мазкур бобда биринчи галда кўтарилган масала – журналистикада турли хил медиа каналларининг ўзаро бирлашиши жараёнида қандай ўзгаришлар юзага келиши борасидадир. Мультимедиавийликка бир вақтнинг ўзида бир нечта воситаларни биргаликда қўллаган ҳолда аудиторияга таъсир қилиш нуқтаи назаридан ёндашганда, бу ахборот истеъмолчисида параллел равишда эшитиш, кўриш, сезиш ва тактил алоқа орқали таъсир кўрсатилишини тақозо этади, бу туйғулар, биламизки, кўп асрлар давомида инсонга таъсири жиҳатидан ҳал қилувчи аҳамиятга эга бўлиб келган. Бунинг моҳиятини А.Г.Качкаева мультимедиаининг ўзига хос хусусияти сифатида “... агар бошқа барча алоқа усуллари (тасвир, овоз, оғзаки ва ёзма нутқ)нинг ўзига хос тили мавжуд бўлса, мультимедиада турли тилларнинг комбинацияси намён бўлади” деб ёзади³⁶.

³⁶ Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – С. 18.

Мультимедиавийлик жиҳатидан каналларнинг бирлашишини эса икки асосий даражада кузатиш мумкин: 1) бир медиа канал таркибида, бу ерда у камроқ намоён бўлса-да мавжуд; 2) турли медиа каналларнинг ўзаро бирлашуви, бунда у яққолроқ намоён бўлади, чунки айнан медиа каналларнинг кўплиги ва турлича экани мультимедиавийлик ёки мультиплатформа ҳолати кучлироқ намоён бўлишига туртки бўлади. Шу маънода, турли хил медиа каналларининг интеграциясига таниқли футуролог олим М.Маклюэн берган эътибор аҳамиятли, унинг фикрича, бирлашган оммавий коммуникация воситаларининг таъсири ядро бомбаси таъсирига тенг. У шундай ёзади: “каналлар бирлашиши ёки коммуникация воситаларининг гибрид комбинациялари ядро бўлиниши ёки термоядро синтези пайтида ажралиб чиқадиган янги куч ва энергия сингаридир”.

Баъзи муаллифлар айрим техник воситаларнинг такомиллашган вариантларга ўзгаришини ҳам яна бир муҳим даража сифатида баҳолайдилар. Бу борада медиа бўйича мутахассис Андрей Мирошниченко шундай ёзади: “Клавиатура билан сичқонча ўрнига тачскрин (сенсорли экран) кириб келмоқда, натижада ахборот қабул қилишга таъсир этувчи навигацион дизайн тамойилларида ўзгаришлар юзага келмоқда. “Гутенберг навигация дизайни” кўзлар учун мослаштирилган бўлса, “Мобиль навигация дизайни” бармоқлар учун мослаштирилмоқда. Сенсорли интерфейсининг кенг тарқалиши медиа сайтларининг мундарижаси (рўйхат, лента ва бошқа таркибий қисмлар)ни плитка (бўлақлар) шаклига ўзгаришига олиб келди”³⁷.

Оммавий ахборот воситаларининг мультимедиавийлик таркиби нафақат каналлараро бирлашиш жараёнида намоён бўлади, балки битта ахборот воситасида ҳам кўзга ташланади, масалан, бир турдаги оммавий ахборот воситаларида таркибан бир неча хил медиа мавжуд, босма нашрда фотосуратлар, декоратив элементлар, сарлавҳа комплекслари бор ва бу компонентлар йирик шрифтда бўлиб, матн эмас, тасвирий канал сифатида қабул қилинади. Телевидениеда эса ҳаракатланувчи сатр, қисқа матн, сарлавҳалар ҳам тасвир билан уйғунлашган ҳолда қўлланилади. Шу тарзда, гибрид усул, кўриб турганимиздек, анъанавий ОАВ таркибида аллақачон мавжуд, аммо бошқа турдаги медиа каналларнинг комбинацияси, бирлашуви, тектоник тўқнашув сингари жуда катта ўзгаришларга олиб келмоқда.

М.Маклюэн ўз таълимотида оммавий ахборот воситаларининг комбинацияси натижасида юзага келган оммавий коммуникациянинг янги канали ихтиро қилиниши ахборот етказишнинг янги имкониятларини яратади деб таъкидлайди. М.Маклюэннинг ўзи ушбу каналларни аниқлайди, тавсифлайди, башорат қилади, аммо гувоҳи бўлмайди, ундан кейинги авлод олимлари ўзларининг илмий изланишларида унинг фикрларини мультимедиа журналистикаси назариясига бирлаштирадилар.

Мультимедиа форматларга ўтаётган журналистик жанрлар сезиларли ўзгаришларга учрамоқда. Матнли маълумотлар овоз ва тасвирга, радио матн ва видеога, телевидение эса босма матнни ўзида мужассам этмоқда ва буларнинг барчаси журналистларнинг ижодий тафаккури ўсиши ҳамда журналистик

³⁷ Мирошниченко А. «Тачскрин против Гутенберга, или плитка против ленты». <https://jrnlst.ru/plitka-lenta>, обращение к ресурсу 9.09.20.

материалларни тақдим этишнинг самарадор усуллари кашф этиши учун улкан имкониятлар яратмоқда. Аммо технологияларнинг чексиз имкониятлари, асл, бирламчи маълумот (яъни воқеа, ҳодиса, факт)нинг моҳиятини ўзгартирмаслигига эришиш масаласи ҳамон долзарблик касб этади, чунки техника танланган объектни кенг ракурсада ёритиш билан бирга, унга ортиқча таъсир этиб сунъий бўрттирмаслиги муҳим.

Рақамлаштириш даври журналистларнинг фаолият усулларига жиддий таъсир этмоқда, бу борада икки параллел вазиятни кузатишимиз мумкин: якка ҳолда ишлайдиган мутахассислар камайиб, янги технологиялар билан қуролланган ижодий жамоалар даври келди, бошқа томондан эса, катта ижодий жамоалар ўрнини универсал журналистлар эгалламоқда. Биз таъкидлаётган ижод муҳитида визуал, овозли ва тасвирий материалларни бир форматга бирлаштириш учун контент мутахассислари, овоз муҳандислари ва фотосуратчилар бир жамоа бўлиб юқори тезликда ишлашлари талаб этилади, бунинг устига улар мультимедиа наллилик шароитида фаолият олиб боришга ҳам ўрганишлари керак. Буларнинг барчаси профессионал талабларни кучайтириб, “мономедиа журналистлари”нинг “мультимедиа журналистлари”га айланишини тақозо этмоқда.

Ижодий жамоа раҳбарлари ҳар куни бир хил қийин масалага дуч келади. Бир материал устида ишлаётган контент мутахассислари, дизайнерлар, овоз муҳандислари ва иллюстраторларнинг ҳар бири ўз қисмини тақдим этгач, материални бирлаштириш талаб этилади. Бу вақт ва қунт талаб этадиган вазифадир. Айрим таҳририятларда бу вазифани махсус мультимедиа продюсерлари амалга оширади. Мультимедиа продюсерлари медиа соҳасида янги фаолият тури бўлиб, кино, радио ва телевизион санъатнинг кесишувидаги, шунингдек, дастурий таъминот ва компьютер сингари фикрлашни ўзлаштирган янги профессионал ижодий соҳа ҳисобланади.

Рақамли жараёнлар, шунингдек, баён этишнинг янги усуллари кашф этиб, контентни турли янги жанр ва форматлар билан бойитмоқда. Мультимедиа материал деб ном олган бу каби ижодий маҳсулотлар ўзида таркибан матн, сурат, овоз, тасвири бирлаштирибгина қолмай, ўзининг доимий ижодий гуруҳига эга бўлган мини медиалойиҳалар сифатида шаклланади ва мустақил медиа маҳсулот даражасида ҳаёт циклини давом эттира олади.

“Мультимедиа муҳитида онлайн журналистларнинг фаолият методлари ва усуллари” номли уч фаслни ўз ичига олган учинчи бобда журналистиканинг янги турининг умумий касбий параметрлари, мультимедиа ижодкорлигини ривожлантиришда журналистларнинг янги касбий компетенциялари, мультимедиа журналистикасини ривожлантиришнинг ижодий ва технологик жиҳатлари ва истикболлари кўриб чиқилган.

Калифорния Сан-Диего университети профессори Л.Манович янги оммавий ахборот воситаларига хос беш тамойилни кўрсатади: “1) рақамли форматда узатиш (“янги медиа”нинг барча объектлари охир-оқибат рақамли код, яъни ноллар ва бирлар кетма-кетлиги); 2) модуллилиқ (“янги медиа”нинг ҳар бир элементи”... бир бутуннинг бир қисми, битта объект, масалан, веб-саҳифа веб-сайтнинг бир қисмидир), замонавий дунёда “янги медиа”нинг роли ва таъсири; 3) автоматлаштириш (дастлабки иккита принцип янги муҳит маҳсулотларини лойиҳалаш, фойдаланувчиларга кириш ва манипуляция қилиш билан боғлиқ

кўплаб операцияларни автоматлаштиришга имкон беради); 4) ўзгарувчанлик (янги оммавий ахборот воситаларининг объекти ўзгариши мумкин ва у чексиз кўп версияларда мавжуд бўлиши мумкин); 5) транскодлаш (бир рақамли форматни бошқасига тўғридан-тўғри таржима қилишни аниқлашчи профессионал атама)³⁸.

Янги журналистика параметрларини тўлиқ ва аниқ таснифлаш бир қатор сабабларга кўра мушкул саналади: 1) материалнинг тўлиқ тугалланмаганлиги, яъни чоп этилган медиа маҳсулотни доим янги матнлар, фотосуратлар, шарҳлар ва бошқа қўшимчалар билан бойитиб бориш, кенгайтириш имконияти; 2) ҳар хил турдаги ахборотларнинг бир медиа маҳсулотда бирлаштирилиши; 3) материалнинг ҳар бир қисми ўз “овози”ни, этюд тўлиқлигини сақлаб қолиши; 4) вақт векторини ўзгартириш имкониятлари, бир медиа материални янги усулда қайта тайёрлаб, қайта чоп этиш имконияти ва бошқа шу каби бир қанча жиҳатлар.

Журналист касби борасида жуда баҳсли мунозаралар мавжуд. Янги, ҳаддан зиёд ахборот юкига эга ва ўта маълумотларга тўйинган бугунги шароитда аудитория учун медиа координаторларнинг аҳамияти ортади, улар сирасига биз юқорида таъкидлаган журналистлар ҳам кириши мумкин. Бу журналист касбининг қийматини, янги ракурсини белгилайди. Шунинг учун баъзи тадқиқотчилар журналист, муаллиф ҳақида гапирганда, унга нисбатан аксиологик категория сифатида фикр юритадилар. Бундан келиб чиқадики, янги журналистиканинг истиқболи аудитория эътиборини бошқариш, у билан алоқа ўрнатиш, унинг диққатини жалб этиш кабилар билан белгиланади. Негаки, энди катта ҳажмдаги кўплаб ахборотлар қуршовида қолган аудитория ва жамоат фикрини шакллантириш медиа соҳаси вакиллари билан бирламчи вазифаси эмас, аксинча инсонларни медиа оламида фақат йўналтириш, хатто лозим бўлганда персонал ахборотни саралаш ҳисобланади.

Ўз навбатида, мультимедиа журналистикаси ушбу мутахассислик вакиллари учун янада профессионал ва ижодий шароитларда ишлаш зарурлигини кўрсатади. Материалларнинг турлари ва шунга мос равишда уларни нашрга тайёрлаш жараёни мураккаблашмоқда. Мультимедиа ёрдамида журналистга қўйиладиган талаблар анъанавий босма, радио ва телевидениега хос бўлган умумий қабул қилинган касбий ваколатлардан ташқарига чиқди, чунки улар компьютер, интернет ва ижтимоий тармоқлар билан кўпроқ ўзаро алоқаларни талаб қилади. Шундай қилиб, замонавий журналистнинг асосий касбий компетенцияларини ўрганиш зарурати туғилди. Шубҳасиз, умумий профессионал талаблар журналистнинг турли медиа соҳаларида етакчи мезон бўлиб қолади, бироқ интернет-журналист, тележурналистнинг, газета ёки журнал ходимининг профессионал компетенциялари бугунги замон талабидан келиб чиқиб, шубҳасиз, анча кенгайиб боради.

2006 йилда Европа мактаблари ва журналистика факультетлари Тарту шаҳрида асосий ўнта журналистик компетенцияни тавсифловчи декларация³⁹ имзоладилар, унга асосан, бўлғуси журналистлар шу компетенцияларга эга бўлиши айтилади, таҳлилга кўра, уларнинг орасида бир нечтаси ОАВнинг айнан мультимедиавийлик хусусиятларини инобатга олади. Бу борада журналист-

³⁸ Manovich L. The Language of New Media / MIT Press, 2001. – P. 49-63.

³⁹ Тартуская декларация 2006 г. // Josephi, B. (2008). Journalism education, in: Wahl-Jorgensen, K. E.a. (2008). The handbook of journalism studies. London: Routledge.

ларнинг “универсализацияси” ҳам тилга олинади, аммо ҳозирча аудиовизуал медиада бу нисбатан камроқ жорий этилган бўлиб, турли медиаплатформалар учун контент яратишга нисбатан эса кўпроқ қўлланилади.

2005 йилда “Ганнет” компаниясининг журналистлари туфайли яна бир янги – “мобил журналистлар” (mobile journalists, mojo) атамаси пайдо бўлди. Мобил журналистлар фрилансерлар бўлиб, одатда таҳририятда ўз иш жойига эга бўлмайди, кўпроқ воқеа жойида фаолият олиб боради, замонавий смартфонлар ёрдамида мультимедиа материалларини тайёрлайди, фото ва аудиоларни қайта ишлайди, тайёр медиа маҳсулотларни веб-сайтга мустақил юклаши ҳам мумкин. Кўп ҳолларда кузатишлар шуни кўрсатадики, мобил журналистлар у ёки бу оммавий ахборот воситаларида ишлаш тажрибасига эгадир. Улар смартфонларда мавжуд мультимедиавий инструментлар билан ижодкор сифатида эркин, Интернет туфайли эса исталган медиа учун ишлаш имкониятига эга.

Шу пайтнинг ўзида эса, таҳририят журналистининг фаолияти икки босқичга бўлинади: бири – керакли форматдаги ва турдаги маълумотларни топиш, тўплаш, танлаш, саралаш; иккинчиси – мавжуд медиакомпонентлардан материал тайёрлаш, бир нечта медиаэлементларни мантиқан ва мазмунан уйғунлаштирган ҳолда сифатли мультимедиавий материал яратиш. Бу эса журналистларнинг бир пайтнинг ўзида виртуал-конвергент-мультимедиа режимида ишлаши аҳамиятини орттиради, ихтисослашув эса танланган мавзу, ҳудуд, оммавий ахборот воситасининг тури, тарқатиш каналига кўра фарқланади.

Диссертацияда турли жамоа ва мультимедиа материаллар таҳлили асосида мультимедиа материални яратишда ижодий гуруҳ фаолият цикли уч босқичли занжирга асослангани аниқланди ва исботланди, булар: *pre-production* – ишлаб чиқаришдан олдинги тайёргарлик босқичи, *production* – ишлаб чиқариш босқичи, *post production* – ишлаб чиқаришдан кейинги нашр жараёни.

Аммо юқоридагилардан ташқари, журналистлар матнли, тасвирий ва овозли материаллар билан ишлашда янги методларни ҳам эгаллашлари керак, бугун воқеа-ҳодисаларда томошабинлар иштирокини таъминловчи виртуал-жисмоний таассуротлар ва таъсир эффектига эга техникаларни қўллаш орқали медиамаҳсулот тайёрлаш аҳамияти ортмоқда.

Диссертациянинг **“Мультимедиа журналистикаси кашфиётчилари амалиётининг умумий қонуниятлари”** номли тўртинчи бобда мультимедиа қамровининг хусусиятлари ўрганилиб, улар АҚШ ва Буюк Британияда нашр этилган мультимедиа материаллари таҳлили асосида очиб берилган.

Бобда ўртага ташланган дастлабки савол: журналистик амалиёт нуқтаи назаридан мультимедиа нима? Оммавий ахборот воситалари амалиётида мультимедиа ички ва ташқи ҳодиса сифатида намоён бўлади. Бу жараёнда ҳар бир оммавий ахборот воситасининг ўрни борасида тўхталиш ноўрин, бу ҳақида кўп ёзилган, аммо мультимедиа контекстида унинг барча оммавий ахборот воситаларига бирдек хос жараён сифатида қараш лозим, унинг ривожланганлик даражасига қараб фарқланишини кўриш мумкин.

Таҳлил учун мультимедиа журналистикасининг энг яхши намуналари танланди, бошқа сўз билан айтганда, мультимедиа журналистикасининг классик намунасига айланган материаллар саралаб олинди. Масалан, улар орасида Нью-Йорк Таймс (“The New York Times”) халқаро миқёсда мультимедиа

журналистикасининг ташаббускорларидан бири ҳисобланади. Нафақат ўқувчилар, балки мультимедиа журналистикаси амалиётчиларида улкан таассурот қолдирган биринчи иллюстратив мультимедиа материалларидан бири “Snow Fall” (“қор кўчкиси”)⁴⁰ лонгриди ҳисобланади. Мухбир Жон Бранч томонидан тайёрланган ушбу материал, оддий босма нашр кўринишидаги публицистик мақоладан фарқли равишда бир неча мантиқий парчалардан иборат, мураккаб технологик ечим ва дизайнга эга мультимедиавий материал сифатида чоп этилди (эфирга узатилди). Муаллиф овоз, видео, матн, фотосуратлар ва графикани шундай бирлаштирадики, мультимедиа материали яхлит комплекс ижод намунаси сифатида қабул қилинади. Мухими, ушбу материалда тасвирланган воқеа аслида қандай кечган бўлса, визуал реконструкция қилинган ҳолда янги форматда, тушунарли, равон етказиб берилади. Компьютер техникаси бу ерда ҳал қилувчи роль ўйнайди ва журналистга турли парчалардан иборат медиаэлементларни бирлаштиришга, ўқувчига эса материалнинг турли бўлимлари бўйлаб ҳаракатланиб, уни мустақил ўзлаштиришга имконият беради.

“The New York Times” ўз веб-саҳифасида “Snow Fall” (“қор кўчкиси”)ни чоп этиши билан у жуда ижобий қабул қилинди, ҳатто ижтимоий тармоқларда миш-мишлар бошланди: бу “онлайн журналистиканинг келажаги” эмасми?⁴¹ Муаллифлар ўзларини тажрибали мультимедиа журналистлари сифатида танитиб, бошқа бир қатор материалларни ярата бошлайди. Уларнинг ҳар бири (“Буюк ёлғизлик” (“Out in the great alone”), “Тонг девори” (“The dawn wall”), “Орзулар қайиғи” (“The dream boat”) веб-публицистика, тарихий очерк, журналистик суриштирув жанридаги мультимедиавий материал сифатида эътиборга лойиқдир.

Мазкур материаллар яратилиши жараёнини ўрганиш натижасида кўриш мумкинки, таҳририят негизида тузилган мультимедиа журналистлар жамоасининг ижодий ва ташкилий фаолиятида, хусусан, ахборот излаш, йиғиш, қайта ишлаш, тайёрлаш, жойлаштириш, юбориш каби соҳаларда кўп ўзгаришлар юз берди. Мультимедиа шароитига ўтаётган таҳририятлар ички диверсификацияга учрайди, ижодий жамоаларда рақамли технологияларга боғлиқ янги позициялар, вазифалар ва янги мутахассисларга эҳтиёж пайдо бўлади. Бунда асосий эътибор рақамли технологияларни қўллашга қаратилса-да, журналистик ижод ҳам сифат жиҳатдан тобора мукамаллашиб боради. Мультимедиавий материал тайёрлаш тақозосига кўра, таҳририятда ички ўзгаришлар амалга оширилади, вақтинчалик фаолият олиб борадиган, таҳририят циклидан ташқари, ўз ички фаолият циклига эга маҳсус (шу жумладан, бир марталик, битта лойиҳа учун йиғилган) жамоалар фаолияти ташкил этилади.

Мультимедиа журналистикаси классикларидан яна бири “Gardian” таҳририяти эди. Ушбу газетанинг “Firestorm” (“Оловли шторм”) журналистик суриштируви анъанавий журналистика чегараларини кенгайтириб, шов-шувли материаллардан бирига айлантди. Бу борада Буюк Британиядаги Glasgow Herald мультимедиа муҳаррирлари гуруҳининг тажрибаси ҳам ўрганилди.

Классик оммавий ахборот воситалари даврида ахборот инсониятга хизмат қилар эди, энди эса рақамли ва мультимедиа ривожланган пайтда тескари жараён

⁴⁰ Snow Fall. <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>

⁴¹ https://twitter.com/n_cardon/status/281847918166675456

– инсоният оммавий ахборот тизгинидадир. Ахборотни идрок этишнинг учта психологик қонуни интернет ва мультимедиа журналистикасида аниқ ишлайди. Америкалик тадқиқотчи Элвин Тоффлер “Учинчи тўлқин” китобида улардан биринчиси, яъни саккиз сония қонунияти ҳақида ёзган эди. Олимнинг қайд қилишича, агар фойдаланувчи ўртача саккиз сония ичида веб-сайтдан керакли маълумотларни топа олмаса, у ҳолда уни тарк этади. Унинг давоми сифатида иккинчи ва учинчи қонуниятлар ушбу диссертацияда келтирилмоқда. Агар онлайн платформалар рақамлар, фактлар, овоз ва видео билан ҳаддан ташқари кўп юкланган бўлса, фойдаланувчи учун хабарнинг умумий контурини идрок этиш қийин бўлади. Фойдаланувчи эса намойиш этилаётган маълумотнинг қанчалик қизиқарли бўлишидан қатъи назар сайтни тарк этади. Учинчи қонуният ахборотни узатиш тезлиги билан боғлиқ бўлиб, агар маълумот узатиш тезлиги техник жиҳатдан жуда юқори бўлса, у бир томондан турли хил овозли, визуал, график эффектлар ва усуллар борасида битмас-туганмас имконият яратади, иккинчи томондан эса бундай ҳолатда фойдаланувчи маълумотни илғаб олиши қийин бўлиб, унинг диққатини ушлаб қолиш яна бирламчи масалага айланади. Интернет тизимида ахборот узатиш тезлиги ва мультимедиавий хусусиятлар, фойдаланувчилар учун маълум маънода ахборот прессинги (тазйиқи) ҳам бўлиши тайин, кўплаб мультимедиавий воситалар ёрдамида тайёрланган медиаматериалларда бу айниқса кучаяди. Кадрлар ва планларнинг тез ўзгариши, визуал инерцияни тезда ўзгартиришга уринишлар ва устма-уст тушган материалларнинг сероблиги натижасида фойдаланувчида диққатни жамлаш мураккаблашади, бунинг натижасида эса тушқун психологик ва руҳий ҳолат юзага келади. Бу ҳам маълум маънода мультимедиа журналистикасининг муаммолари сирасига киради.

Буюк Британиядаги мультимедиа журналистикаси амалиётини умумлаштириш шуни кўрсатдики, мультимедиавий ижод муваффақиятли бўлиши учун қуйидаги омилларга эътибор берилади:

1) жонлилик – унга материалнинг турли даражадаги самараси боғлиқ, сарлавҳасидан тортиб то у билан тўлиқ танишишгача;

2) тўғри композицион қурилиш: а) материалнинг ички қурилиши, материалнинг турли медиа бўлаклари, аниқ эпизодларни тақдим этишнинг энг яхши йўлини қўллаш; б) материалнинг ўзаро уйғун ва динамик тақдими;

3) узлуксиз монтаж ва қайта монтаж жараёни, оммага маълумот етказиб беришнинг ҳар томонлама мақбул усулини тўғри топиш мультимедиа журналистикаси қонуниятларидан биридир;

4) композицияни тўғри танлаш учун тинимсиз вариантлар излаш оптимал тақдимот моделини топиш учун зарурий шартдир. Фойдаланувчини воқеага жалб қилиш учун материалнинг барча жиҳатларини имкон қадар батафсил, реал, документал ва ишончли етказиш аҳамиятлидир;

5) воқеа хроникасини тўғри тасвирлаш, ўтмишга янгича назар билан қараш, бугунги кунни очиб бера олиш, келажакни кўра олиш;

6) акс эттирилган воқеа-ҳодисани ўз акцентлари, кучли томонларини тегишли тасвир, овоз ва бошқа мультимедиа элементлар мувозанатини таъминлаган ҳолда ёритиш;

7) фойдаланувчига уни қизиқтирган, ўзи тушунмаган, ўзи учун ҳеч қандай аҳамиятга эга бўлмаган эпизодларни яна бир бор кўриш мақсадида орқага қайтиш учун техник-навигацион имкониятни яратиш.

Мультимедиа журналистикаси шароитида контент ва шакл ўртасидаги муҳим оралиқ жараён мультимедиа материалнинг тузилиш тизими ҳисобланади. “Тизим” атамаси маълум бир тоифаларнинг ташкил этилганлиги ва иерархияси сифатида тушунилади. “Шу нуқтаи назардан объектни тизим сифатида кўриб чиқиш уни тўртта категориал қатламда тақдим этишни англатади: 1) жараёнлар; 2) функционал тузилиш; 3) материални ташкил этилиши; 4) морфология. Кейин морфология қатлами яна жараёнлар, тузилмалар, ташкилотлар қатламларига парчаланиши мумкин ва бу парчаланиш тизим тавсифининг иккинчи даражасини ташкил қилади...”⁴².

Диссертациянинг бешинчи бобида **“Россия ва Ўзбекистон янгиланаётган журналистикасининг мультимедиа форматлари”** қиёсланади, икки мамлакат мультимедиа журналистикаси ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари тадқиқ қилинади. Хусусан, Россиянинг мультимедиа лойиҳалари ҳақида гапирганда, ҳужжатлилиқ (документаллик)ни таъкидлаш муҳим. Ўзбекистонда мультимедиа журналистикасининг ҳолатини таҳлил қилишда эса мультимедиага ўтишда шаклланиш босқичини таҳлил қилиш ва англашни тақозо этади.

Эътирофлиси шундаки, Россия оммавий ахборот воситалари таҳририятлари мисолида мультимедиа журналистикасида журналистика ва ахборотни тасвирлашнинг бошқа соҳалари ўртасидаги чегаралардан воз кечилганини кўриш мумкин. Материаллар Ғарбда тайёрланганлардан қуйидагилар бўйича фарқ қилади: 1) аксарият ҳолларда тарихий мавзуда тайёрлангани; 2) тўлиқлигича янги компьютер технологиялари ёрдамида йиғилгани. Ушбу мамлакат мультимедиа материалларига хос бошқа жиҳат эса, уларнинг, биринчи навбатда, матнли сценарий асосига қурилгани, сўнг эса муаллифлар излаб топган турли хилдаги медиаматериаллар тўлдирилиши билан характерланади.

Бу ерда мультимедиа материалларининг муҳим жиҳати ҳужжатлилиқ бўлиб, Ғарб оммавий ахборот воситаларида эса мультимедиа форматларида суриштирув журналистикаси устунлик қилади, рус мультимедиа жамоаси фаолиятида эса универсаллик устунлик қилади, Ғарбда эса жамоа ичида вазифалар тақсимоли муҳим. “Универсальная журналистика” қўлланмасининг муаллифи Л.Шестеренкина бундай журналистларга қуйидагича таъриф беради: “универсал журналист конвергенция шароитида медиамаҳсулотни яратишга, мақсадли аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжини тушунишга қодир бўлган, турли медиаларда бир вақтнинг ўзида фаолият олиб бора оладиган, матн билан ишлаш баробарида, интернет, телевидение ва радиоэшиттириш учун лавҳа тайёрлай оладиган, замонавий медиа технологиялари ва рақамли мобил технологияларни мукамал эгаллаган мутахассисдир”⁴³.

Россия оммавий ахборот воситаларининг таҳлили шуни кўрсатадики, мультимедиа форматларига ўтиш жараёнида бир қанча талаблар қаторида асосий

⁴² Новейший социологический словарь. Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин и др. – Мн: Книжный Дом, 2010. – С. 916.

⁴³ Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. Л. П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – С. 91.

шарт сифатида таҳририятларда мультимедиа техникаларининг мавжудлиги, ундан ташқари, унда ишлай оладиган профессионал кадрларнинг борлиги, мультимедиа материаллари учун мавзу ва уларнинг бўлажак ракурси ва истиқболлини кўра биладиган ҳамда нашр раҳбариятини бундай лойиҳаларни амалга оширишга кўндирга оладиган ижодий ходимларнинг жалб этилгани билан белгиланади. Сифатли мультимедиа материаллари, асосан, мамлакатнинг етакчи оммавий ахборот воситалари томонидан тайёрланади, негаки, одатда бундай материаллар катта маблағ ва ижодий гуруҳда фаолият олиб боришни талаб қилади, бундан ташқари, улар мультимедиа соҳасида юқори касбий тайёргарликка эга бўлиши керак.

Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг мультимедиа форматига ўтиш жараёнлари мазкур тадқиқотда бир неча жиҳатдан таҳлил қилинган:

1. Фокус-сўров асосида журналистларнинг янги авлодига қўйиладиган профессионал компетенциялар, мультимедиа маҳорати бўйича талаблар ўрганилди.

2. Маҳаллий оммавий ахборот воситалари томонидан мультимедиа материаллари форматда чоп этилган журналистик материаллар таҳлил қилинди.

3. Таҳририятда мультимедиавий форматга ўтиш шароитлари ва мамлакатнинг турли оммавий ахборот воситаларида мультимедиа форматига ўтиш зарурати кўриб чиқилди.

Миллий оммавий ахборот воситалари даражасида қуйидаги муаммоларни бартараф этишга алоҳида эътибор қаратиш кераклиги аниқланди:

Биринчидан, Ўзбекистон ОАВ таҳририятларида замонавий мультимедиа технологияларининг етишмаслиги кўпинча молиявий масала билан изоҳланади.

Иккинчидан, мультимедиа платформалари жуда замонавий ва қулай бўлишига қарамай, улар ҳозирча таҳририятга етарлича даромад олиб келмайди, шунга қарамасдан, замонавий талаб асосида, рақамли форматда муваффақиятли фаолият олиб боришни истаганларгина янги технологиянинг моддий томонидан қатъи назар, ана шундай платформалар асосида ишлашга ўтмоқда.

Учинчидан, янги шароитда рақамлаштириш жараёнларида таҳририятнинг янги шароитда жамоавий ишлашини таъминлайдиган мутахассислар, яъни медиа менежерларининг етишмаслиги, бу соҳада кадрлар тақчиллиги долзарб муаммодир.

Мультимедиавий журналистика шароитида таҳририятнинг фаолиятини режалаштириш муҳим аҳамиятга эга эканини такрор ва такрор таъкидлаш жоиз. Аммо бу масалани ОАВда молиялаштириш билан боғлиқ муаммоли ҳолат сифатида баҳолаш ўринли.

ХУЛОСА

Диссертацияда амалга оширилган тадқиқот натижалари асосида қуйидаги илмий хулосаларга келинди:

1. Мультимедиа журналистикасининг ҳолати. Мультимедиа энг оддий шаклларда журналистикагача бўлган даврда ҳам мавжуд эди. Ахборот технологиялари, хусусан, интернетнинг ривожланиши билан мультимедиа журналистикаси ўзининг муҳим натижаларидан бири сифатида журналистиканинг

анъанавий турлари – босма, радио, телевидение ва интернет билан бир қаторда аста-секин муҳим ўрин эгалламоқда. Демак, оммавий ахборот воситалари ҳаётида янги давр – мультимедиа журналистикаси даври шаклланмоқда. Натижада интернет даври классик интернет босқичи ва мультимедиа интернет босқичидан иборат эканлигини қайд қилиш зарур.

2. Мультимедиа – ривожланишнинг барча босқичларида оммавий ахборот воситаларига яқинлашишнинг энг муҳим натижаларидан бири бўлиб, айниқса, янгиликлар ва таҳлилий журналистикада ахборот узатишнинг самарали усули ҳисобланади. Мультимедиадан фаол фойдаланиш замонавий оммавий ахборот воситалари (радио, телевидение, интернет)нинг дастлабки тузилмаларига нисбатан мультиплатформали ва кўп каналли воситалар ёрдамида устунликка эга бўлиш имконини берди.

Мультимедиа журналистикаси тарихини уч босқичга: журналистикагача бўлган мультимедиа даври (масалан, театрлар учун характерли), классик мультимедиа даври (классик оммавий ахборот воситалари даври) ва пост-классик мультимедиа (интернет пайдо бўлиши билан шаклланган) даврига бўлиш мумкин. Уларнинг ҳар бири, ўз навбатида, ички босқичларга бўлинади.

Мультимедиа – медиа конвергенциянинг натижасидир. Мультимедиага яқинлиги жиҳатдан ОАВнинг уч шаклини ажратиш мумкин. Мультимедиа элементларини ўз ичига олган оммавий ахборот воситаларини босма, радио ва телевизион журналистика деб ажратиб кўрсатиш мумкин. Рақамли, конвергент ва кросс-медиа журналистикаси ўзаро яхлитликка эга. Мультимедиа журналистикаси рақамли, конвергент ва ўзаро фаолият медиа, шунингдек, трансмедиа ва гипермедиа каби соҳаларни бирлаштиради. Баъзи мутахассислар ҳатто мультимедиа журналистикасини янги турдаги янгиликлар иншосининг бир тури деб ҳисоблашади.

Конвергенция ва мультимедиа янги технология ёрдамида ишлайдиган рақамлаштирилган журналистикага асосланади. Мультимедиа журналистикасининг янги журналистика тури сифатида бирлик ва кўп таркибли, интегративлик ва интерактивлик, гипермедиа ҳолати, воқеага шўнғиш, ҳикоя қилиш, ижодкорлик каби ўзига хос хусусиятлари мавжуд бўлиб, кўп каналли тизимга эга эканлиги билан ажралиб туради.

Ички ва ташқи, канал ичра ва каналлараро мультимедиа мавжуд. Мультимедиавий журналистик материалнинг ички тузилиши унинг ёрдами билан ўзгартирилади ва қайта қурилади. Мультимедиа маълум фаолиятда бир нечта каналларнинг ва оммавий ахборотни узатишнинг турли усуллари бевосита ҳамда хилма-хил комбинацияга эга кўринишда амалга оширади.

Мультимедиа журналистикасида бир эмас, иккита – ижодий ва техник гуруҳ ишлайди. Ижодий ходимлар телерадиоэшиттириш техникасини эгаллашга қанчалик уринмасин, улар рақамли дизайн ва ахборот узатишнинг турли соҳаларида малакали техник ходимлар даражасига эриша олмайдилар. Демак, мультимедиа журналистикасида ўзаро ҳамкорлик бирламчи аҳамиятга эга.

Мультимедиа асарлари иккита жамоа томонидан – оммавий ахборот воситалари ходимлари жамоаси ва медиа каналлари тўплами билан ўзаро шаклланади: видео, товуш ва матннинг ўзи журналистларга бўйсунмайди, уларнинг ҳар бири узоқ вақтдан бери канал гуруҳи кўринишида мавжуд бўлган.

Бироқ улардан фойдаланиш ижрочилар: журналистлар, дизайнерлар, операторлар ва бошқалар жамоасига боғлиқ. Иккинчи гуруҳ эса техник шарт-шароитлардан моҳирона фойдаланган ҳолда янги самарали ишларни яратади. Бу икки йўналишда ишлайди: каналлар салоҳиятидан фойдаланади; асарда техник характердаги ижодий имкониятларни ўз ичига олади. Шундай қилиб, мультимедиа журналистикасини жамоавий контент яратиш билан ажралиб турадиган гуруҳ типидagi журналистика деб тан олиш ўринли бўлади. Мультимедиа интернетни собиқ классик оммавий ахборот воситаларига нисбатан техник афзаллиги жиҳатдан одатий катта экранли кинотеатрга айлантирди.

Мультимедиа журналистикаси технологиялари мақсадли равишда аудиторияни жалб қилишга қаратилган. Шу боис мультимедиа журналистикасида аудитория билан ўзаро алоқалар янги босқичга кўтарилмоқда деб айта оламиз. Бугунги кунда ёшлар интернетда интерактивликнинг турли хил усулларидан фойдаланадилар. Қадимдан ахборот алмашиш жараёнида интерактивлик диалог анъанасининг давоми бўлиб келган. Ахборот узатишнинг тез ўзгарувчан каналлари, мазмуннинг интерактивлиги ва шаклнинг яқинлашуви, шунингдек, турли хил белги – идентификация тизимларининг мавжудлиги янги мультимедиа журналистикасининг етакчи хусусиятлари ҳисобланади. Айнан интерактивлик мультимедиа журналистикасида медиа ахборотни медиа коммуникацияга айлантиришга ёрдам берди.

Мультимедиа журналистикаси асарларининг шакли эса материалнинг оммавий аудиторияга хилма-хил, босқичма-босқич ва динамик тақдимоти, унинг таркиби, дизайни ва навигацияси билан муҳим аҳамиятга эга. Бугун мультимедиа журналистика материаллари нафақат журналистикада, балки ижтимоий ҳаётнинг бошқа соҳаларида – адабиёт, санъат, кинода ҳам оммалашмоқда.

2.1. Мультимедиа журналистикаси муаммолари. Мультимедиа журналистикаси тубдан янги канални жорий этмайди, балки босма, радио ёки телевидение каби оммавий ахборот воситаларининг хусусиятларини кучайтиради, фаолиятини кенгайтиради ва ранг-баранглаштиради. Юқори тезликда, кўп каналли ва сифатли контентнинг моҳирона комбинацияси мультимедиа журналистикасининг асосий вазифаларидан биридир.

Журналистиканинг субъект-объект муносабатларида туб ўзгаришлар рўй бермоқда. Субъектнинг (журналистнинг) объектга (аудиторияга) таъсирининг анъанавий варианты янги “субъект-субъект” муносабати билан алмаштирилади.

Мультимедиа журналистикасида ҳал қилувчи унсур матн эмас, тасвир ҳисобланади. Демак, журналистикада камдан-кам учрайдиган журналистик парадигмаларнинг ўзгариши мавжуд. Шунинг учун матн, фотосурат, овоз, видео ва ҳ.к.ларнинг ролини тўғри баҳолаш керак, яъни маълумотни етказиб беришнинг мазкур каналларини камайтирмаслик ёки ортиқча баҳоламаслик лозим. Амалиёт шуни кўрсатадики, мультимедиа журналистикасида воқеанинг ажойиб панорамасини бўрттириб кўрсатиш ёки бошқа экстремалларга тушиш осон. Бу масалада ҳушёр бўлиш ва бузилишлардан қочиш керак. Асосий урғуни ақлий, ижодий таркибдан техник жиҳатга ўтказиш мумкин эмас. Анъанавий журналистика ҳамда мультимедиа журналистикада етакчи аҳамиятга эга бўлган медиаматннинг ўзи ҳам қисқа тезис, эълон, сарлавҳага айланиб бормоқда.

Журналистика жанрлари соҳа учун етакчи аҳамиятга эга. Жанрлар ижодий характердаги категория бўлиб, мультимедиа журналистикаси жанрларнинг мураккаблиги ва жанр чегараларининг мавҳумлиги билан ажралиб туради.

Мультимедиа журналистикасида жанрларни таснифлаш техник воситалардан фойдаланишнинг турли усуллари ва материалларни тақдим этишда ноанъанавий шакллариининг кўплиги туфайли мураккабликни юзага келтиради.

Сторителлинг ва лонгрид мультимедиа журналистикасининг энг мураккаб ва оммабоп жанрларига айланди (иккинчиси баъзан сторителлингнинг давоми сифатида, баъзан мустақил жанр деб юритилади).

Хулоса қилиб шуни таъкидлаймизки, замонавий шароитда анъанавий оммавий ахборот воситалари ҳам сифатни йўқотмоқда ва материалларни тақдим этишда рақобат таъсири остида шаблонлар ва стереотипларга мойил бўлади. Умуман, мультимедиа келажакдаги онлайн журналистиканинг етакчи йўналишларидан бири бўлишига қарамай ягона эмас, чунки янгиликлар, сарлавҳа, эълон, қисқа матн, алоҳида видео ва аудио материаллар мавжуд бўлиб, журналист улардан воз кечмайди. Демак, мультимедиа журналистикасининг афзаллиги ва серқирралиги учун унинг замонавий журналистикадаги ўрнини бўрттирмаслик керак.

2.2. Мультимедиа журналистикасининг камчиликлари. Ўтган асрнинг сўнгги чорагида, бундан 60 йил илгари янги шароитда Маршалл Маклюэн таъкидлаган, аммо мутахассислар ҳалигача яхши тушунмайдиган медиаканалнинг ўзига хос хусусиятлари ҳозиргача долзарблигини йўқотмаган. М.Маклюэн позициясининг асосий моҳияти шундаки, аудиториянинг ахборот қабул қилишида контент эмас, балки у узатиладиган канал, яъни босма, аудио ёки визуал ОАВ тури ва канал хусусиятлари аҳамиятлироқ бўлади.

Мультимедиа мутахассислари мобил телефонлардан маълумот олиш усулининг ўсиб бораётган суръати ва кўламини ҳисобга олишлари ва уларнинг ўзига хос хусусиятларига мослаштирилган материалларни яратишлари керак. Масалан, эсда тутиш лозимки, узатиладиган маълумотларнинг катта миқдори маълумотни демассификация қилиш, қизиқишлар бўйича гуруҳларни яратишга олиб келади. Мультимедиа журналистикасида таъсир этувчи жиҳатлар кўп ва жуда тезкордир, шунинг учун воқеани батафсил таҳлил қилган собиқ классик журналистиканинг аудиторияга таъсири муқаррар равишда камаяди.

Мультимедиа ёрдамида ҳақиқатни симуляция қилиш ҳам мумкин. Бу журналистика учун янги ва эски муаммо. Мультимедиа журналистлари материалларнинг кўплиги уларни сохта ёки юзаки нашрлар яратишга мажбур қилмаслиги учун ҳақиқатни айтишга ўрганиши лозим.

3. Ўзбекистонда мультимедиа журналистикаси ҳолатини яхшилаш бўйича **таклифлар**. Кузатишларимизга кўра, 10-15 йилдан кейин бутун дунё техник ва, маълум даражада, ижодий интернетга асосланган ягона глобал ахборот тизимига бирлашади дейишга асос бор. Ҳар бир жамият, жумладан, Ўзбекистон ҳам бунга тайёр бўлиши керак.

Ўзбекистонда мультимедиа журналистикасининг истиқболлари қандай ва бу борада маҳаллий журналистларимиз халқаро журналистикадан қандай ортда қолишлари мумкин? Бу бир қатор жабҳаларда ҳал қилиниши керак бўлган жиддий муаммодир.

Биринчидан, мамлакатимизда мультимедиа журналистикасига ўтиш эндигина бошланмоқда. Давлат, партия нашрлари ва бошқа бир қатор оммавий ахборот воситалари, хусусан, “Янги Ўзбекистон”, “Халқ сўзи”, “Хуррият”, “Ўзбекистон овози”, “Миллий тикланиш”, асосий сайтлар ва бошқалар ҳамон бу муҳим масаладан четда турибди. Бугунги кунда етакчи электрон нашрлардан gazeta.uz, oyna.uz ва бошқалар мультимедиа режимида ишлашга ҳаракат қилмоқда.

Иккинчидан, бизга нафақат янги модель, балки ҳақиқатан ҳам янги давлат, жамоат ва профессионал дунёқараш, постиндустриал даврда журналистиканинг янгича тушунчаси, фаолиятнинг янги усуллари, глобал рақамлаштириш шароитида журналистлар тайёрлашнинг янги концепцияси зарур ва мавзу доирасида қуйидагиларни ҳисобга олиш мақсадга мувофиқ:

1) давлат, жамоат ва касбий ташкилотлар томонидан сиёсий ирода ва электрон асрнинг ҳолати ва ўзига хос хусусиятларини тушуниш;

2) журналистиканинг янги йўналишини жиддий молиялаштириш зарур. Мутахассисларга ахборот, яхши иш ҳақи, архивлардан фойдаланиш, алоқа каналлари ва бошқа тезкор материаллардан фойдаланиш имконияти таъминланиши лозим;

3) Мультимедиа журналистикаси учун янги мутахассисликлар: мультимедиа продюсери, менежер, маркетинг, график директор, дизайн директори ва бошқалар бўйича кадрлар тайёрлашни бошлаш керак.

Учинчидан, ўзбек журналистлари Совет давридаги “техника” атамасидан воз кечишлари зарур. Бугунги кунда Ўзбекистонда бўлгани каби техника тараққиётини ҳам техника деб ҳисоблаш мумкин эмас. Тарихан янги оммавий ахборот воситалари, шу жумладан, мультимедиа журналистикаси доимий равишда аввало технологиянинг имкониятлари ва ютуқларига асосланган. Шу билан бирга, ҳеч ким инсон омилини инкор қила олмайди.

Тўртинчидан, Ўзбекистонда оммавий ахборот воситалари таҳририятлари фаолиятини қатъий равишда янги босқичга кўтариш, эски самарасиз бўлимларни ёпиш, мультимедиа журналистикаси руҳида янгиларини ташкил этиш зарур, чунки журналистлардан янги технологияни тўлиқ ўзлаштириш талаб этилади.

Бешинчидан, ўзбек журналистлари янги шароитда ҳаракат қилишни ўрганиши, турли каналлар (ёзув, овоз ва тасвир) ва форматларда ишлай олиши керак. Шунини ҳисобга олиш керакки, мультимедиа журналистикасидан ташқари, кечаю кундуз электрон газеталар, стриминг (оқимли) видео ва бошқалар каби янги турдаги оммавий ахборот воситалари ҳам пайдо бўлди.

Олтинчидан, дунё янгиликларини етакчи манбалар – Associated Press, United Press International, CNN, Reuters, BBC, France Press, ИТАР – ТАСС, РИА Новости, Синхуа кабиларнинг ахборотлари асосида тайёрлаш орқали ўзбек оммавий ахборот воситаларининг асосий камчилигини бартараф қилиш лозим. Бу барча оммавий ахборот воситаларида доимий равишда учрайди.

Еттинчидан, технологияни яхши билиш технологияга таяниб, камроқ фикр юритишни англамайди. Айнан имкониятларнинг кўплиги, жумладан, техник имкониятларни янада чуқурроқ таҳлил қилиш, фикрлаш ва тақдим этиш учун зарур шарт-шароитларни яратади. Бу борада мультимедиа журналистикаси журналистика учун янги соҳа бўлиб, бундан ҳам фойдалана олиш керак, бу борада

журналистларимиз ортда қолмоқда. Мультимедиа журналистикаси ривожини учун қатор имкониятлар яратади: улар долзарб мавзуларни кўтаради, кўпинча маслаҳатлар ва субтекстлар, контраст, тўқнашувлар ёрдамида ишлайди. Демакки, мультимедиа журналистикаси асосан қарама-қаршилик, таққослаш усули, яъни журналистик таҳлил ва хулосалар учун фаолият соҳаси ҳисобланади. Юқори даражада ривожланган технология бўлса ҳам, журналистикада инсонпарварлик жиҳатини сақлаб қолиш зарурлигини унутмаслик керак.

Саккизинчидан, мультимедиа журналистикасида оммавий ахборот воситаларининг педагогик, тарбиявий, маърифий жиҳатлари муҳим аҳамиятга эга. Маълумки, оммавий ахборотнинг миқдори ва сифати ошиб бориши, шунингдек, оммавий ахборот воситаларининг мураккабланиши билан ҳар бир жамият учун оммавий ахборот воситаларини тўғри идрок этиш масаласи тобора долзарб тус олмақда. Шу боис жамият учун оммавий ахборот воситалари таълим дастури керак. Турли оммавий ахборот воситаларига медиа-ўқув материалларини тез-тез бериб туриш, тингловчиларга оммавий ахборот воситаларини тушунишни ўргатиш вақти келди. Мутахассислар оммавий ахборот воситалари фаолиятидаги айрим фактлардан, воқеадан, оммавий ахборот воситаларининг ёки журналистнинг муайян иш услубидан келиб чиқиб, муайян мавзуда оммавий ахборот воситаларини қай тарзда тўғри тушуниш кераклиги ҳақида бетараф ҳолис фикр юритиши даркор. Агар Маклюэн каналнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан бўлса, кейинги қадамни – томошабинларни оммавий ахборот воситаларини тарбиявий нуқтаи назардан тўғри қабул қилишга ўргатиш зарур. Гаджетлар ва мессенжерларга қизиққан замонавий ёшлар доим ҳам медиа хабарларнинг педагогик жиҳати ва маъносига эътибор бермайдилар. Томошабинларга оммавий ахборот воситалари дунёсида ҳар томонлама: канал, мавзу, қиймат ва маълум коммуникатив фазилатларни ўрганишда ёрдам бериш керак. Маълумки, Европанинг бир қатор давлатларида мактабларда медиа-таълим фанлари бор, Канадада эса ўрта мактабнинг ҳар бир синфида шундай фанлар мавжуд.

Ўзбекистонда мультимедиа журналистикаси бўйича ихтисосликнинг йўқлиги ҳам камчилик сифатида тан олинishi керак. Шу сабаб, тўққизинчидан, магистратурада мультимедиа журналистикаси ихтисослигини очиш таклиф қилинмоқда. Журналистларни мультимедиа журналистикасига ўргатишнинг янги алгоритми зарур. Битта ходим бир вақтнинг ўзида муаллиф, фотожурналист, дизайнер, оператор ва овоз муҳандиси сифатида фаолият юритиши, яъни журналистнинг универсаллашуви лозим. Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетининг очилиши республика раҳбариятининг узоқни кўзлаган сиёсати эди. Бугун, ахборот асрида фақат газета, журнал, радио ва телевидение журналистларини тайёрлашнинг ўзи етарли эмас. Дунё бўйлаб мультимедиа журналистикасининг ривожланиши шуни кўрсатмоқдаки, медиа соҳасида видео билан боғлиқ мутахассисларга талаб тобора ортмоқда, видео муҳандислар, овоз муҳандислари, дизайнерлар, видеографлар, муҳаррирлар, саноат фотографиялари, макет дизайнерлари, муҳаррирлар ва бошқалар медиа бозорда керак.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПРИ НАУЧНОМ СОВЕТЕ
DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ
СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
УНИВЕРСИТЕТЕ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ**

**УНИВЕРСИТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

МУРАТОВА НОЗИМА ФАХРИТДИНОВНА

**МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ И НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора наук (DSc) по филологическим наукам**

Ташкент – 2023

Тема диссертации доктора наук (DSc) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за B2022.4.DSc/Fil468.

Диссертация выполнена в Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекском, русском, английском (резюме)) размещен на веб-странице Научного совета (www.tsuos.uz) и в информационно-образовательном портале Ziyonet (www.ziyonet.uz).

Официальные оппоненты:

Муминов Файзулла Абдуллаевич
доктор филологических наук, профессор

Маматова Якута Мухамеджановна
доктор филологических наук, профессор

Мельник Галина Сергеевна
доктор политических наук, академик

Ведущая организация: **Каракалпакский государственный университет имени Бердаха**

Защита диссертации состоится «___» _____ 2023 года в _____ часов на заседании разового Научного совета при Научном совете DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 по присуждению ученых степеней при Ташкентском государственном университете востоковедения. (Адрес: 100047, Ташкент, улица Шахрисабзская, 16. Тел.: (99871) 233-45-21, факс: (99871) 233-52-24; e-mail: info@tsuos.uz).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного университета востоковедения (зарегистрированной за № ____). (Адрес: 100047, Ташкент, улица Шахрисабзская, 16. Тел.: (99871) 233-45-21.)

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2023 года.

(Протокол реестра рассылки за № ____ от «___» _____ 2023 года).

А.М.Маннонов
Председатель Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филол.наук, профессор

Р.А.Алимухамедов
Ученый секретарь Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филол.наук, доцент

Қ.Т.Ирназаров
Председатель научного семинара при Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор истор.наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора наук (DSc))

Актуальность и востребованность темы диссертации. Современный этап развития информационного пространства сопровождается стремительным воздействием информационно-коммуникационных технологий на изменения структуры и функций журналистики в новом веке. Новые технические, организационные и интерактивные способы предоставления информации диктуют необходимость создания современных систем и моделей массовых коммуникаций. On-line журналистика прочно закрепляет свои позиции в качестве четвертого вида СМИ благодаря свойственным ей характеристикам: массовости, гипертекстуальности, интерактивности, оперативности, информативности и др. и именно эти характеристики являются свойствами, которые начали постепенно изменять отношение аудитории к масс медиа в целом в ее традиционном понимании. На данном этапе процессы мультимедитизации и конвергенции в СМИ начали менять деятельность журналистов и видоизменять, пересматривать организационную, содержательную структуру редакций, воздействуя на алгоритмы деятельности, каналы и формы распространения информации.

Во всем мире в начале XXI в. развитие многих гуманитарных и социальных наук сопровождалось возникновением нового подхода, при котором в центре внимания оказалась информационная деятельность в эпоху интернета. Такой подход к современным исследованиям медиа обусловил возникновение новых направлений научных исследований. Перед научным сообществом современного медиапространства стоит ряд вопросов, которые находят отражение в их научных работах. Часть исследователей изучает вопрос конвергенции в СМИ и как результат этого процесса актуализирует новые мультимедийные формы подачи информации в интернет, тогда как другие ученые анализируют изменение качества журналистики посредством появления новых форм и методов обработки и подачи информации, такие как мультимедийная журналистика, журналистика данных, объяснительная журналистика и многие другие.

Количественно и качественно идет изменение Интернет-пространства Узбекистана, в структуре которого особое положение занимают on-line издания, разнообразятся их виды, увеличивается типология публикаций, появляются новые видоизмененные жанры и форматы, ключевым свойством которых становится мультимедийность. По этой причине важен постоянный научный анализ фундаментальных и прикладных особенностей online журналистики как четвертого вида СМИ, его мультимедийных и конвергированных качеств. В нашей стране прогресс телекоммуникаций оказал влияние на увеличение числа электронных медиа. 27 июня 2022 года Президент Республики Узбекистан, обращаясь к работникам печати и средств массовой информации, сказал: «... в республике осуществляется широкомасштабная работа по превращению средств массовой информации в надежный мост для диалога с народом, развитию современного рынка информационных услуг, здоровой конкуренции среди масс-медиа, укреплению их материально-технической базы, усилению традиций наставничества, достойному стимулированию нелегкого труда работников

сферы»¹. Отмечая возросшую активность отечественных журналистов в стране, глава государства неоднократно отмечает: «...в правовом демократическом государстве, которое мы строим, свобода слова и печати всегда будет находиться под защитой Конституции, законов и Президента страны. Воспрепятствование свободному осуществлению законной деятельности работников СМИ должно расцениваться как противодействие нашим демократическим реформам, нанесение ущерба авторитету страны»². В связи с этим основной задачей, по словам Президента, является глубокое изучение и устранение таких недостатков, переход от количественных к качественным показателям в сфере средств массовой информации, повышение эффективности их работы. Именно в этом году поддержка главы государства была подкреплена подписанием нового постановления «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики»,³ которое наряду со многими институциональными реформами направлено на экономическую поддержку СМИ, в частности дает «50-процентную льготу по уплате налога на прибыль, а также ввоз типографского и другого оборудования с нулевой таможенной пошлиной».⁴

Настоящая диссертационная работа будет содействовать реализации вышеперечисленных задач, и в том числе предусмотренных в законах Республики Узбекистан № ЗРУ-78 «О средствах массовой информации» от 15 января 2007 года, «О защите профессиональной деятельности журналиста» от 24 апреля 1997 г. № 402-І, указах Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций» от 2 февраля 2019 года № УП-5653, постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» от 21 марта 2012 года № 1730, а также в других нормативно-правовых документах, регулирующих сферу средств массовой информации и научных исследований.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики Узбекистан. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетными направлениями науки и технологий в республике І «Формирование системы инновационных идей и способов их реализации в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовно-просветительском развитии информационного общества и демократического государства».

¹ Поздравление Ш.М.Мирзиёева работникам печати и средств массовой информации <https://president.uz/ru/lists/view/5294>

² Поздравление Ш.М.Мирзиёева работникам печати и средств массовой информации <https://president.uz/ru/lists/view/5294>

³ Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики» от 27.06.2022. <https://president.uz/ru/lists/view/5293>

⁴ СМИ получают налоговые льготы. <https://www.gazeta.uz/ru/2022/06/27/media-tax-incentives/>

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации.⁵ Все современные тенденции, изучаемые мировым научным медиасообществом, неразрывно связаны с тремя аспектами журналистики: конвергенцией, мультимедиа и новыми технологиями, включая внедрение искусственного интеллекта в СМИ. В этом направлении работает ряд научных центров и международных организаций: The Poynter Institute, International Association for Media and Communication Research (IAMCR) — Международная ассоциация медиа и коммуникационных исследований, при этом наиболее актуальные вопросы медиа поднимаются на различных научных конференциях, а научные коллективы университетов проводят теоретические исследования новых медиатрендов. В числе таких университетов, исследования которых были рассмотрены, можно перечислить следующие: Michigan State University (США), Bonn University (Германия), Kukmin University (Южная Корея), China Communication University (Китай), Национальный исследовательский институт средств массовой информации МГУ имени М.В.Ломоносова (Российская Федерация), Marmara University (Турция), Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улутбека, Узбекский государственный университет мировых языков, а также Центр медиа исследований – MediaDataLab (Узбекистан).

В мировых теоретических и практических медиаисследованиях рассмотрены вопросы, связанные с развитием новых направлений журналистики, в том числе со следующих позиций: рассмотрен вопрос о новых профессиях в редакциях под влиянием информационных технологий и в контексте мультимедийной журналистики (Институт Пойнтера); исследуются новые направления, такие как журналистика данных, визуальные нарративы, перспективы цифровых медиа, коммуникационная политика и ее сущность (Международная ассоциация медиа и коммуникационных исследований (IAMCR)); определен организационно-творческий цикл деятельности мультимедийных журналистов в редакциях (Техасский университет, США); экспериментально изучаются характеристики передачи информации на основе данных в условиях мультимедиа (Университет Кукмин, Китайский коммуникационный университет); рассматриваются теоретические основы мультимедийной журналистики как нового вида деятельности, как теоретические, так и практические аспекты процессов, связанных со сменой творческого цикла в конвергентных редакциях (НИМИ МГУ им. М.В. Ломоносова); методы преобразования и визуализации информации в онлайн-журналистике (Узбекский государственный университет мировых языков); эффективность мультимедийных инструментов в освещении в СМИ глобально значимых тем (Национальный университет Узбекистана); процессы специализации по новым направлениям медиаобразования и новым специальностям изучения мультимедийной журналистики (мультимедийная лаборатория «Силамедиа»); мультимедийные возможности журналистики данных в условиях новых медиа (MediaDataLab – Media Research Center).

⁵ Обзор зарубежных исследований по теме диссертации основан на следующих информационных ресурсах: <https://www.poynter.org>, <https://www.iamcr.org>, <http://www.nammi.msu.ru>, <http://www.rian.ru>, <http://www.msu.com>, <https://www.mediascope.ru>, <http://www.mediatechdata.uz>

Среди исследований, проводимых научным сообществом в сфере медиа, чрезвычайно актуальным становится процесс изменения жанровых характеристик медиаторчества и связанный с этим вопрос развития профессиональных компетенций будущих журналистов для работы в новых условиях. Технические факторы, влияющие на развитие журналистики, можно назвать одним из основных вопросов, выдвигаемых в этой связи в научных кругах. Организационно-методические, содержательные и другие аспекты изменения работы редакций мировых СМИ, действующих в глобальном масштабе, находят отражение также в Резолюциях международных конференций и Хартиях.

Степень научной изученности проблемы. Различные аспекты исследуемой проблемы изучались в разной степени теоретиками журналистики и online медиа. Вопросы воздействия Интернета на традиционную печать и сферу профессиональной этики, взаимодействия радио и телевидения с новыми технологиями, творчества журналиста в новой медийной среде рассмотрены в трудах Х.Дустмухамедова, Ф.Муминова, К.Ирназарова, М.Худойкулова⁶, предпосылки создания сети, использование Интернета журналистами рассматривает Ш.Кудратходжа⁷, интерактивность в журналистике анализируется Ю.Ортиковой⁸. Вопросы развития медиа-ресурсов в Интернете поднимаются на национальных и международных научно-практических конференциях и форумах⁹.

Различные теоретико-практические аспекты on-line журналистики рассматриваются в публикациях таких зарубежных исследователей, как Ray G.Rosales¹⁰, J.Dube¹¹, N.Paul¹², R.Niles¹³, С.И.Лось¹⁴, в книгах и пособиях российских ученых – А.Акопова¹⁵, А.А.Калмыкова и Л.А.Кохановой¹⁶,

⁶ Интернет журналистика (Интернетда радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами. Масъул мухаррир Ф.А.Мўминов. - Т.: «MRC-Tashkent», 2005. – 176 с.; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). - Т.: Янги аср авлоди, 2007. – 73 с.; Он же. Глобаллашув даври ва ахборот макони // Ўзбекистон матбуоти. – Т.: 2007. - №3. – С. 12-14; Он же. Ахборотлашаётган жамият талаблари. // Ўзбекистон матбуоти. – Т.: 2005. - №3. – С. 6-7; Эрназаров К.Т. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Учебн. пособие. - Т.: 2002. – 120 с.; Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. - Т.: Университет, 2008. – 236 с.

⁷ Кудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистон», 2011. – 96 с.; Он же. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистон», 2011. – 96 с.; Он же. Интернет: благо или зло. Предпосылки создания, история и тенденции развития, схожесть оценок, инструмент в чьих руках// Вестник НУУ. - Т.: Университет, 2010. - №1. - С. 3-5; Он же. Интернет ва атом: яратилиш тарихи, ривожланиш бочкичлари, замонавий таъсирлар // Жамият ва бошқарув – Т.: 2010. - №1. - С. 16-18.

⁸ Артикова Ю.А. Интерактив журналистика шаклланишининг асосий босқичлари //Ўзбекистонда хорижий тиллар. – 2021. – № 6. (41). – Б. 208-218; Artikova Y. A. Interaktiv teleloyihalarning fiziologik omillari // O'zbekistonda xorijiy tillar. – 2022. – № 3 (44). – В. 112-123.

⁹ Международная конференция «Использование современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных и электронных СМИ». Бухара.Апрель 2009 года. Т.: 2009; Медиафорум «Роль современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных СМИ и перспективы развития Интернет ресурсов страны», 25-27 сентября 2007 года. Т.: 2007.

¹⁰ Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. - New York Lincoln Shanghai. 2006. – С.68.

¹¹ Jonathan Dube. On-line storytelling forms - www.cyberjournalist.net

¹² Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? - www.ojr.com (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? - www.ojr.com (24.03.2005).

¹³ Robert Niles. "Telling the Story: Writing for Print, Broadcast and Online Media" - www.ojr.com (15.02.2008); Robert Niles. Newspaper websites shine with online campaign graphics. - www.ojr.com (12.12.2007); Robert Niles. Technology threats to advertising breach newsroom walls - www.ojr.com (27.01. 2005).

¹⁴ Лось С.И. Интернет-СМИ Казахстана как конкурент традиционным медиа республики.: Автореф. дис. на соискание академической степени доктора философии. – Алматы. 2010. – 22 с.

¹⁵ Акопов А. И. Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета // Акценты. Новое в журналистике и литературе. – Воронеж.: 1999. - № 1-2. – С. 22-27; Акопов А. И. Социокультурные и правовые проблемы Интернет-журналистики // Акценты. Новое в журналистике и литературе. – Воронеж.: 2003. №1-2. – С. 20-24

¹⁶ Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. Учеб. пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 383.

М.Лукиной¹⁷, И.Фомичевой¹⁸, В.Кихтан¹⁹, Л.Шестеренкиной²⁰. В этих и других работах Интернет-СМИ и журналистика в Интернете рассматриваются в теоретическом и прикладном планах как новый медийный сегмент, появившийся в результате освоения Интернета различными производителями массовой информации.

Теоретические и практические аспекты мультимедийной журналистики активно изучаются в США и европейских странах²¹. Ряд трудов иностранных авторов по теме диссертации переведен на русский язык²².

Что касается российских авторов, то данными проблемами активно занимаются Л.М.Землянова, М.М.Лукина, С.Ю.Чимарев, Д.Кульчицкая, С.И.Симакова, Е.А.Осиповская, Е.Л.Вартанова, И.А.Полуэхтова и др.²³.

Из узбекистанских авторов данной тематикой активно занимаются (кроме автора диссертации) Ирназаров К.Т., Косимова Н.С., Алимова Г., М.Нурутдинова и др.²⁴ Данная проблема в выбранном нами контексте до сих пор комплексно, целостно не изучалась в Узбекистане.

¹⁷ Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебн. пособие. / Под общ. ред. М.М.Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 348; Лукина М., Фомичева И. СМИ в пространстве Интернета: Учебн. пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – С.87.; Лукина М.М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры и типы // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – М.: 2001.– № 6. – С. 63-73.

¹⁸ Фомичева И.Д. Социология Интернет – СМИ: учебное пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – С. 79; Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: введение в медиаметрию. М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 158.

¹⁹ Кихтан В. Информационные технологии в журналистике. - Ростов-на-Дону: 2004. – С. 160.

²⁰ Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. Л. П. Шестеренкиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – 480 с.

²¹ Andy Bull. Multimedia Journalism: A Practical Guide. 2nd Edition. Routledge., 2016. 532 P., Richard Koci Hernandez, Jeremy Rue. The Principles of Multimedia Journalism. Packaging Digital News. Routledge., 2016., 232 P., Seth Gitner. Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World. 1st Edition. Routledge., 2016., 460 P., Richard Scott Dunham. Multimedia Reporting. How Digital Tools Can Improve Journalism Storytelling. Springer Singapore., 2020., 434 P., Ivo Burum, Stephen Quinn. MOJO: The Mobile Journalism Handbook: How to Make Broadcast Videos with an iPhone or iPad. Routledge., 2016., 322 P.,

²² Бернштейн У. Массмедиа с древнейших времен и до наших дней. Пер. с англ. М.: Издательство АСТ, 2017; Тоффлер Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ Москва, 2010; Альфонсо Молина. Вопросы и вызовы в эволюции мультимедиа // Фьючерс. Том. 29. Отпечатано в Великобритании. 1997. №3 и др.

²³ Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004; Андрюшина Е. Видеоплатформы и их использование // Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования 2011. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2011; Интернет-СМИ: теория и практика. Уч. пос. для студентов вузов. / Под ред М.М.Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010; Чимарев С.Ю. Новые медиа в современной массовой коммуникации // Журналистская профессия в системе цивилизации и культуры в информационном постиндустриальном обществе. Мат. межд. науч.-практ. конф. (19-20 ноября 2012 г.). Под ред. М.Г.Боровик, Г.С.Мельник. СПб: Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования: ООО «Книжный Дом», 2012; Кульчицкая Д. Мультимедиа и постмодернизм: попытка теоретического осмысления двух явлений // Медиаальманах. Факультет журналистики МГУ. 2014. № 2; Симакова С.И. Дата-журналистика как медиатренд // Вестник Челябинского университета. 2014. № 2; Осиповская Е.А. Технологии виртуальной реальности как новый инструмент журналистики // Вестник Новосибирского ГУ. Серия: история, филология. 2018. Т. 17. № 6. Журналистика; Вартанова Е.Л. От модерна к постмодерну в медиа [Электронный ресурс] / Е.Л.Вартанова (URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy); Полуэхтова И.А. Медиасреда и медиа-бизнес в цифровую эпоху [Текст] / И.А.Полуэхтова // Теория и практика медиарекламных исследований. – М., 2001 и др.

²⁴ Современная журналистика. Уч. пос. Руководитель проекта: докт. ист. наук К.Т.Ирназаров. Т.: “Zar qalam”, 2006; «Онлайн журналистика ва медиаларда янги трендлар», «Лингвистическое общество Германии «Gesellschaft für deutsche Sprache» в 1995 г. объявило, что термин «мультимедиа» стало словом года» (Муратова Н., Косимова Н., Алимова Г. и др. Онлайн журналистика ва медиаларда янги трендлар. Матн. Т. 7. Т.: «Ўзбекистон», 2019 и др. М.Нурутдинова. Мультимедиавий жанрлар таснифи. Монография. Тошкент.: Tamaddun, 2021., Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистика–рақамли тенгсизлик асри // Ўзбекистон матбуоти. – Т., 2017. – № 3. – Б. 38 – 40., Нурутдинова М.Ч. Онлайн журналистика медиа компетенцияси тахлили // ЎзМУ хабарлари. – Т., 2018. – № 1/5. – Б. 447-450., Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистикада мультимедиа воситалари таснифи // Филология масалалари. – Т., 2018. – № 1.– Б. 135-140., Нурутдинова М.Ч. Fundamentals of Multimedia Journalism in Media Convergence//

Взаимосвязь темы исследования с исследовательскими планами вуза, в котором выполнена диссертация. Диссертация выполнена в рамках перспективной научно-исследовательской работы Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана на тему «Актуальные вопросы теории и практики развития цифровой журналистики».

Целью исследования является анализ Интернет-СМИ как отдельного рода системы средств массовой информации и платформы для мультимедийной журналистики, выявить методологию деятельности журналистов в использовании мультимедийного подхода, а также общие закономерности практической деятельности журналистов в мультимедийных условиях.

Задачи исследования:

исследовать современные тенденции развития информационного пространства в республиканском и международном масштабах;

дать оценку деятельности отечественных специалистов в сфере Интернет-журналистики, определить их достижения и недоработки, обозначить профессиональные ориентиры, связанные с технологией и спецификой работы в Интернете, исследовать журналистское мастерство и особенности подачи новостей;

исследовать факторы функционирования журналистики в условиях новых информационных технологий и искусственного интеллекта, конвергенции и мультимедийности;

изучить этапы формирования мультимедийной журналистики и ее специфики на каждом из них;

исследовать сочетание каналов как путь достижения высокой эффективности журналистики;

определить приоритеты цифровых технологий в новых условиях;

выявить общие и частные параметры журналистики мультимедийного типа;

рассмотреть принцип универсального сочетания каждого из типов медиа;

выявить методы отображения, воздействия информации в условиях мультимедийной журналистики;

раскрыть механизм взаимодействия с аудиторией в условиях мультимедийной журналистики.

проанализировать вопросы монетизации и перспективы развития отечественных СМИ в Интернете в условиях мультимедийного контента.

Объектом исследования являются передачи, выполненные в форме мультимедийной журналистики как журналистики нового вида. **Предметом** изучения являются многочисленные конкретные методы, способы и приемы, использованные журналистами США, Великобритании, Австралии, России и других стран в ходе подготовки ими произведений мультимедийной журналистики.

Методы исследования носят комплексный характер, в диссертации используются описательный, сравнительный анализ, контекстуально-интерпретационный анализ, опрос, логические методы анализа и синтеза, контент

анализ, кроме этого исторический, экспериментальный, эволюционный и сопоставительный, а также индуктивный, дедуктивный прогностический методы исследования.

Научная новизна исследования состоит из следующего:

при изучении характера и ориентации на аудиторию мультимедийной журналистики выявлена особая роль интерактивности, иммерсивности, интегративности в развитии мультимедийной журналистики и ее проявления в общественной деятельности медиа в целом и определено, что совмещение каналов, каждый из которых обладает своей ярко выраженной спецификой (печать, радио, телевидение, интернет), является ведущим условием создания произведений в форме мультимедийной журналистики;

определены качества лонгформ как инструмента мультимедийной коммуникации в современной журналистике и обозначены их концептуальные, структурно-лингвистические и функциональные особенности;

в связи с внедрением цифровых технологий определены и доказаны системные и структурные измерения мультимедийной журналистики и выявлены организационные формы и творческие методы изменения деятельности редакций в условиях мультимедийной журналистики, раскрыты условия и эффективность как одиночной, так и командной работы редакции в условиях мультимедийной журналистики и доказано, что мультимедийное производство основано на цепочке трех этапов деятельности творческой команды: *pre-production* (подготовительный этап) – *production* (производственный этап) – *post-production* (публикация) и определены перспективы мультимедийной журналистики;

доказаны неизбежное преобладание совмещения форм текстовой, звуковой, визуальной, графической информацией над плоской подачей информации в мультимедийной журналистике, место и роль динамичной эволюции плана и композиции передач в ходе подготовки мультимедийного выпуска;

доказано, что приходящая на место традиционного взаимодействия автора и читателя в виде «субъект–объект» и основанная на интерактивности мультимедийная журналистика дает пользователям шансы стать активными участниками авторской концепции «субъект–субъект», создающей условия для совместного с журналистами создания произведений мультимедийной журналистики;

доказано, что мультимедийность становится частью медиаграмотности, которая сопровождается резким возрастанием этого качества в доступных для всех социальных медиа.

Практические результаты исследования состоят в следующем:

разработаны предложения и рекомендации и создана теоретико-практическая модель изучения мультимедийной журналистики для последующих исследователей;

предложены рекомендации, связанные с творческими параметрами подготовки мультимедийных материалов, которые послужат важным источником для создания учебников, учебных пособий и электронных словарей для соответствующих вузов;

предложены разработки по подготовке мультимедиа материалов, в частности, при подборе типа, жанровой специфики, комплексного подхода в развитии навыков медиа специалистов, которые нашли отражение в международном учебном пособии для студентов бакалавриата и магистратуры по «Универсальная журналистика: опыт проектного обучения», изданного в Челябинске в 2018 году, направленного на развитие навыков работы в команде и проектного обучения медиа специалистов;

разработаны для студентов бакалавриата Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана тексты лекций, презентации и видеоматериалы по предметам «Мультимедийная журналистика», «Проектный менеджмент в медиа производстве», «Медиаобразование», которые используются также при подготовке к семинарским и практическим занятиям, выступлениям на конференциях и семинарах, посвященных коммуникативным технологиям в СМИ.

Достоверность полученных результатов Достоверность полученных результатов обусловлена использованием фундаментальной научной литературы на английском, русском и узбекском языках, разработкой фундаментальной концепции исследования теории и практики мультимедийной журналистики на этой основе, а также основательным изучением многочисленных образцов мультимедийных передач, созданных американскими и российскими журналистами.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость работы заключается в выявлении и системном исследовании обобщенной теоретической структуры произведений мультимедийной журналистики, разработке общей методологии создания таких выпусков, выработке научных рекомендаций для изучения передач такого рода.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности их использования в учебном процессе в гуманитарных вузах на лекциях и семинарах по медиа образованию, стилистике, журналистике и медиаменеджменту. Практическая значимость заключается в разъяснении журналистам-практикам прикладных аспектов создания мультимедийных передач, необходимости знания специфики и особенностей монтажа каналов и других форм создания мультимедийных работ. Положения и результаты диссертации могут быть использованы на курсах журналистики, политологии для иллюстрации коммуникативных технологий с целью максимального воздействия на адресата, а также в создании методических пособий, рекомендаций для журналистов-практиков, в проведении специальных курсов и семинаров.

Внедрение результатов исследования. Результаты научного исследования, полученные путем анализа, описания, классификации новостных медиа текстов, были внедрены и использованы на различных этапах исследования:

предложения по использованию результатов теоретических и практических характеристиках мультимедийной журналистики, анализ практики мировых СМИ в совмещении различных медиаинструментов в подаче информации в стиле мультимедийной журналистике легли в основу десятитомника по журналистике, изданного по решению Администрации Президента Республики Узбекистан в

2019 году (Агентство информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан, справка № 18-3228 от 08.08.2022 г.). В результате под руководством диссертанта подготовлен седьмой том издания под названием «Онлайн журналистика и новые медиа направления», который включает материалы теоретического и практического характера, отражающие тенденции развития современных СМИ, и служит возмещению нехватки современной литературы и изданий по данному направлению на узбекском языке;

теоретический и практический анализ качеств лонгридов как мультимедийного средства коммуникации в современной журналистике и их концептуальных, структурных, лингвистических и функциональных особенностей послужил основой для создания новых учебных предметов и внес изменения в процесс подготовки журналистов (Министерство высшего и среднего специального образования РУз, справка №89-02-469 от 19 апреля 2022 года). В результате теоретический и практический материал диссертации стал основой для разработки двух новых предметов («Мультимедиа журналистика»; «Онлайн медиада аудиоподкаст ва спичрайтинг») по направлению бакалавриата 60320100-«Журналистика (Интернет журналистика)» и отдельного предмета «Интернетда медиалойихалар ва бошқарув» по направлению 5A220101-«Журналистика (Интернет журналистика)» для магистратуры Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана.

материалы диссертационного исследования относительно необходимости развития мультимедийной грамотности и ее характеристик были использованы в рамках осуществления проекта «Усиление потенциала узбекских СМИ для обеспечения соблюдения общественных интересов – Фаза II», профинансированного правительством Великобритании, в ходе которого разработано и опубликовано пособие для журналистов и преподавателей журналистики «Медиа-и информационная грамотность в журналистике» на 4-х языках (узбекском, английском, русском и каракалпакском) (Международная организация – ЮНЕСКО, справка № CM-FU-TAS-2022-007508 от 09.06.2022). В результате были разработаны концептуальные подходы к формированию медийно-информационной грамотности, принципы медийно-информационной грамотности в журналистском образовании, а также доказано, что мультимедийность становится частью медиаграмотности, которая сопровождается резким возрастанием этого качества в доступных для всех социальных медиа;

результаты контент-анализа и предлагаемые разработки по организации редакционной работы в мультимедийном сообществе представлены в качестве предложений по повышению качества средств массовой информации в целом и, в частности, онлайн-СМИ, которые обосновывают сочетание их нормативно-правовых аспектов, теории и практики (Творческий союз журналистов Узбекистана, справка № 01-18/362 от 26.07.2022 г.) Данные положения легли в основу ПП-294 от 27 июня 2022 года «О мерах по поддержке средств массовой информации и развитию сферы журналистики», в том числе 2-Приложение данного норматива отражает видение и предложения, выработанные в ходе написания данной диссертации;

аналитические рекомендации, выработанные в ходе работы над диссертацией по методологии деятельности новых видов медиа и положения по повышению медиаграмотности исходя из характеристик мультимедийной журналистики, также стали основой для получения патента на авторство по разработке мультимедийного пособия по изучению медиа на иностранном языке «Audio Spelling Dictionary» (Агентство по интеллектуальной собственности при Министерстве юстиции РУз, справка №004995 от 04.08.2022 г). В результате разработан проект мультимедийного приложения, который помогает изучать сферу медиа на иностранном языке с использованием одновременно различных форматов медиа (аудио, видео, картинка, озвученный текст) и посредством этого служит расширению возможностей социализации людей с ограниченными возможностями через мир медиа;

предложения по интерактивным параметрам подготовки мультимедийных online материалов на основе концепции «субъект–субъект» в мультимедийной журналистики, а также рекомендации по совмещению разных видов медиа материалов, введению в практику публикаций с точки зрения коммуникативных технологий приняты объединенной редакцией «Янги Ўзбекистон – Правда Востока» для использования в журналистской деятельности, они обсуждены в коллективе редакции и на основе рекомендаций диссертанта был разработан ряд мер по разнообразию новостных материалов, введена в практику подготовка публикаций с точки зрения мультимедийных коммуникативных технологий (Справка №03 от 05.07.2022 г. объединенной редакции «Янги Ўзбекистон – Правда Востока»). В результате предложения диссертанта оказали влияние на практику журналистов редакции газеты «Янги Ўзбекистон – Правда Востока» и подготовку информационных материалов с совмещением мультимедиа элементов для сайта, способствовали обогащению форм и содержания публикаций.

Апробация результатов исследования. Итоги исследования апробированы и обсуждены в виде докладов в более 9 научно-практических конференциях и семинарах, в том числе в 5 международных и 4 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано более 26 научных работ, в частности, 11 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 8 в республиканских и 3 в зарубежных изданиях.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, пяти глав (13 параграфов), заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 247 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, обозначено соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, сформулированы научная новизна, научная и практическая значимость работы, обоснована достоверность полученных результатов, отражены сведения о внедрении результатов исследования в практику, апробации, опубликованных работах, охарактеризована структура диссертации.

В первой главе диссертации «**Характеристика взаимосвязей информационных технологий с современной журналистикой: понятие, формирование и особенности мультимедийной журналистики**», состоящей из трех параграфов, рассматриваются понятия, сопряженные, предшествующие, характеризующие и включающие развитие мультимедиа журналистики. Здесь проанализированы теоретические аспекты и эмпирические материалы, являющиеся научно-теоретической основой от базовых коммуникативных технологий до развития искусственного интеллекта в СМИ. В вводной части данной работы обосновывается связь между появлением новых коммуникативных технологий и расширением медиа и информационного пространства.

Переходя к теме развития медиа в технологичной среде, где главными процессами сегодня являются развитие конвергентности СМИ, увеличение мультимедиа инструментов и внедрение искусственного интеллекта некоторые авторы из области журналистики приводят схожий вывод с вышеизложенным, исследуя развитие мультимедийности в этой сфере. В частности, следующим образом характеризуют общество сегодня авторы книги «Мультимедийная журналистика»: ²⁵ «...мир, в котором мы живем, насквозь пропитан медиа. Являясь «родовым», корневым понятием для целого ряда важных для современного социума характеристики явлений (медиаграмотность, медиакультура, медиатехнологии, медиaprостранство и иных), само слово «медиа» до сих пор трактуется специалистами то в чрезмерно узком, то в излишне «расширительном» ключе, обладает множеством различных пониманий и истолкований. При этом феномену медиа сопутствует множество мифов и стереотипов, которые приводят к неточной его интерпретации и затрудняют профессиональный разговор о нем». ²⁶

Мультимедийность тесно связана с конвергенцией и является ее результатом. В настоящее время быстро растет число посвященных ей исследований, однако этому понятию специалисты нередко дают различные разъяснения, что мешает его совместному, единому пониманию и использованию учеными и

²⁵ Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — С. 55 - <https://iknigi.net/avtor-kollektiv-avtorov/144366-multimediynaya-zhurnalistika-kollektiv-avtorov/read/page-3.html>, обращение к ресурсу 19.10.2020.

²⁶ Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — С. 55 - <https://iknigi.net/avtor-kollektiv-avtorov/144366-multimediynaya-zhurnalistika-kollektiv-avtorov/read/page-3.html>, обращение к ресурсу 19.10.2020.

журналистами-практиками. «Таким образом, мультимедийность представляет собой одно из проявлений и выражений конвергенции, которая по своей сути является более глобальным, общим процессом. Разницу между этими двумя явлениями Д. Ю. Кульчицкая сформулировала так: конвергенция – это *modus vivendi* в современных масс-медиа, а мультимедийность – это *modus operandi*. Последняя имеет прикладной характер и является более узким понятием. Объединение различных технических устройств и цифровизация контента сделала на практике возможным существование мультимедийных произведений.

Источник об истории мультимедиа систем и их эволюции определяет данную систему следующим образом: «...сегодня мультимедиа можно определить как бесшовную цифровую интеграцию текста, графики, анимации, звука, неподвижных изображений и движущегося видео таким образом, чтобы предоставить отдельным пользователям высокий уровень контроля и взаимодействия, эволюция же мультимедиа – это история появления и сближения этих технологий».²⁷

«Новый словарь иностранных слов» кратко разъясняет, что «Мультимедиа (англ. multimedia, лат. multum много + media, medium средоточие, средства) разнообразные средства передачи информации – текст, звук, изображение, анимация и пр.»²⁸. На сегодняшний день существуют следующие основные определения и толкования данного понятия. Одним из первых это сделал И.И.Романовский: «Мультимедиа – компьютерно-ориентированный метод отображения информации, основанный на использовании текстовых, графических и звуковых возможностей компьютерных устройств в интерактивном режиме».²⁹

В Оксфордском словаре средств массовой информации и коммуникаций (Oxford Dictionary of Media and Communication) говорится, что «мультимедиа – это цифровая технология, которая сочетает в себе различные формы мультимедиа, текст, аудио, видео».³⁰

В ходе изучения мирового опыта приведены различные определения мультимедиа, среди которых к примеру, Э.Зерба, эксперт по медиа Техасского университета, говорит: «Мультимедиа – это динамичная форма журналистики, использующая интерактивность для подачи информации и тем самым объединения аудитории».³¹ В 2001 году Э.Зерба, являющаяся одновременно редактором журнала The New York Times, провела интересное исследование мультимедийной журналистики.³² Ее опрос среди семи журналистов и редакторов, работающих с мультимедийными материалами показал, что «мультимедиа – это сочетание текста, фото, аудио, видео, графики в одном материале, а лучший мультимедийный материал – это качество текста, фото, аудио, видео, графики». Выяснилось, что эксперты разделили основную задачу мультимедиа на две:

²⁷ History of Multimedia Technology (1997). Swinburne, University of Technology TAFE Division. С.12.

²⁸ Новый словарь иностранных слов. Минск: Современный литератор, 2008. – С. 603

²⁹ Романовский И.И. Масс медиа. Словарь терминов и понятий. – М.: Изд-во Союза журналистов России. – 2004. – С. 230.

³⁰ Daniel Chandler and Rod Munday. Oxford Dictionary of Media and Communication.// <http://www.oxfordreference.com>. (2016)

³¹ Stencil M. Defining Multimedia Journalism. //<https://online.journalism.utexas.edu>.(2004)

³² Zerba A. Redefining Multimedia Toward a More Packaged Journalism Online.// Paper presented at the Fifth International Symposium on Online Journalism, Austin. 16.04.2004. 3-р

1 – привлечь внимание пользователей и 2 – расширить возможности передачи информации».

Исследователь МГУ Д.Кульчицкая напоминает специфику мультимедийности, упоминаемую двумя американскими авторами Р.Пэкером и К.Джорданом, которые утверждают, что «мультимедиа по самой своей природе являются открытым, демократическим, неиерархическим, изменчивым, многообразным и инклюзивным феноменом».³³

Журналисты, работающие в мультимедийной режиме, должны учесть еще одну современную тенденцию, которая постепенно набирает растущий темп. Речь идет о том, что сегодняшние пользователи все более переходят на получение информации с мобильных телефонов вместо компьютеров. Это ведет к необходимости перестройки ряда форм информационной деятельности от кратких заголовков и тезисного мышления до лаконичного изложения и минифотографий. Необходимо обращать внимание и на то, что в городах процент читателей с телефонов выше, чем в сельской местности. Особенно это актуально для Узбекистана, где подобный разрыв является существенным.

Большую популярность приобретают и планшеты, которые, как показывает практика ряда стран, в вопросах получения, обработки и пересылки информации успешно конкурируют с компьютерами и даже постепенно вытесняют их. В прежней, линейной технологии последовательность события во времени и ее соответствующее отражение в журналистском материале были преобладающими. Новый фактор anytime в реальности изменил этот закон, потому что дал возможность получать, обрабатывать и отправлять информацию, независимо от времени. Anytime (означает любое время, всегда, когда угодно) здесь получило новую интерпретацию, второе жизненно важное для каждого человека и общества понятие – категория времени. Независимость от времени была многовековым желанием журналистов, и она получила свою более или менее адекватную реализацию в условиях anytime. Подобные сопоставления могут дать порой неожиданные и интересные результаты. Кроме того, в таком варианте бывает возможность по заказу просмотреть материал заранее, до его официального опубликования.

Вторая концепция нашла свое отражение в книге, опубликованной под ред. М.М.Лукиной. Ее авторы выделяют три вида интерактивной коммуникации: 1) люди и документы; 2) люди и технология; 3) люди и люди.³⁴

Пытаясь вовремя ответить на растущие потребности в распространении и обмене информацией, журналистика постепенно увеличивает число своих видов и количество направлений, а также методы сбора, переработки и пересылки информации по множеству адресов. Важнейшей составляющей ее деятельности при этом становится использование современных информационных технологий. Возникающая при этом дифференциация видов электронной журналистики позволяет не только более гибко охватить все основные сферы общественной жизни, но и отразить их деятельность таким образом, который позволяет

³³ Кульчицкая Д.Ю. (2012). Истоки мультимедийности в традиционных журналистских жанрах. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, (3), 94-100.

³⁴ См. Интернет-СМИ. Теория и практика (Текст). Под ред. М.М.Лукиной. – М., 2010.

включить в массовую информационную работу как можно большее число пользователей.

Рассмотрение истории и этапов формирования мультимедийной журналистики произведено по цепочке: от технических аспектов до эстетического повествования. Нужно отметить, что приводимая классификация этапов мультимедийности как глобального явления раньше не встречалась, поэтому данная гипотеза может вызвать множество вопросов.

В работе детально рассмотрены определения понятий, дается вывод о том, что понятия «мульти», «мультипликация», «мультимедийность» и другие близкие им не зависят от журналистики, имеют более широкое значение и, главное, свое прошлое, следовательно, существовали еще до возникновения журналистики. В диссертации доказывается и становится ясно, что есть мультимедийность в широком историческом смысле и мультимедийность в современном понимании. В широком смысле она была уже в самые древние времена – соединенные вместе жесты и речь, рисунок и текст. Их объединение сильнее воздействовало на аудиторию, чем отдельно каждый из этих каналов.

Если говорить о мультимедийности в широком смысле, то, по нашему мнению, в исторической ретроспективе можно выделить три этапа формирования мультимедийной журналистики, которые в целом совпадают с периодизацией Э.Тоффлера. Как известно, Э.Тоффлер выделяет три этапа: аграрный, индустриальный и супериндустриальный (информационный).³⁵

В ракурсе настоящей диссертационной темы это разделено на следующие этапы:

- первый этап – *время дожурналистской мультимедийности*, что включает в себя время от самых первых коммуникационных актов древности до изобретения Гутенбергом печатного станка. При этом под медиа подразумеваются не СМИ, а средства доставки массовой информации до аудитории. Разные каналы синхронной доставки информации до потребителя неизбежно вели к мультимедийному воздействию на него.

- второй этап – *время классической мультимедийности*, было одним из важных в истории мультимедийности, потому что именно здесь были заложены ее практические основы. Под такими основами мы понимаем, во-первых, само столкновение многоканальности медиа, которое играет решающую роль, во-вторых, восприятие данного столкновения, как очень эффективного со стороны массовой аудитории. Под классической мультимедийностью надо понимать мультимедийность классических медиа, т.е. одномоментное совмещение для аудитории и в сознании каждого пользователя совместного воздействия классических печати, радио и телевидения. Это началось после изобретения радио Гульельмо Маркони в 1894-96 гг., которому позже была присвоена Нобелевская премия по физике. С совершенствованием печатных изданий и радиопередач неизбежно усиливалась и их мультимедийность.

- третий этап – *период постклассической мультимедийности*, в современном значении совпадает с супериндустриальным периодом Э.Тоффлера, это

³⁵ Тоффлер Э. Третья волна. Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ Москва, 2010. – С. 43-44

современная мультимедийность информационного века. Данное исследование посвящено в основном периоду постклассической мультимедийности, о которой говорится в работе. Мультимедийность вообще является одной из наиболее важных и существенных сторон человеческой природы в части восприятия и характерных особенностей поступающей к нему информации. Это оперативная, многосторонняя и разнообразная массово-информационная работа с живыми людьми, потребителями. Альфонсо Молина пишет о непосредственной предыстории постклассической мультимедийности: «Первые серьезные проявления электронных «газетных» прототипов и сервисов стали появляться в конце семидесятых и начале восьмидесятых годов. Именно в это время начала формироваться концепция персонализированной интерактивной системы новостей, полностью интегрирующей использование текста, аудио, неподвижных изображений, анимации и видео. Например, в конце 1970-х годов MIT начал работу над электронными публикациями, а в начале 1980-х была основана Медиа Лаборатория 5, основанная, главным образом, на работе группы Machine Machine, возглавляемой Николой Негропонте».³⁶

К основным закономерностям, присущими мультимедийной журналистике постклассического периода относятся:

- быстрое привыкание аудитории к новым технологиям и технике;
- неуклонно растущие запросы аудитории на современную, актуальную информацию;
- заметные изменения форм и методов работы передатчиков массовой информации (агентств, корпораций, редакций, информационных служб и других источников);
- новая технология и техника передачи массовой информации;
- быстроразвивающаяся журналистская техника получения, обработки, отправки и хранения массовой информации;
- выработка навыков работы журналистов на современном оборудовании и технических средствах;
- умение работать на высоких скоростях, крайне необходимых для успешного выполнения ими своих обязанностей;
- выработка навыков создания нового контента, обусловленного технологическим развитием, потребностями аудитории, требованиями редакций и спецификой журналистского труда.

Следовательно, сущность постклассической мультимедийности заключается в том, что она не только продолжает главное качество мультимедийности классического периода (который стал фактически первой революцией в истории мультимедийности), но и весьма существенным, решающим образом, до неузнаваемости меняет, обогащает и разнообразит те технико-творческие новшества, которые принесли с собой новые технологии, присущие постклассической мультимедийности (вторая революция).

³⁶ Альфонсо Молина. Вопросы и вызовы в эволюции мультимедиа // Фьючерс. Том. 29. Отпечатано в Великобритании. 1997. №3. – С. 194)

Вторая глава диссертации «**Методология деятельности, функции субъекта и объекта в мультимедийной журналистике**» состоит из двух параграфов и посвящена анализу совмещения каналов и гибридности жанров, которые рассматриваются как путь к росту эффективности мультимедийной журналистики, и выявления преимущественных особенностей цифровых технологий, а также методологии и сути командной работы в мультимедийных редакциях.

Главный вопрос, с которого начинается эта часть работы, состоит в том, как протекает соединение различных каналов медиа в новой журналистике? Мультимедийность означает одновременное воздействие при помощи ряда средств. Их не только несколько, но они еще и влияют избирательно, параллельно-перекрестно на слух и зрение. Эти чувства многие века остаются решающими с точки зрения воздействия на человека. О соединении как своеобразии мультимедийного изложения пишет и А.Г. Качкаева: «Специфика мультимедийного языка заключается в том, что если для всех других способов коммуникации существует свой специфический язык (изображение, речь, письменный язык), то суть мультимедиа языка как раз состоит в сочетании различных языков».³⁷

Итак, сочетание каналов можно наблюдать на двух основных уровнях: 1) внутри одного канала, здесь оно выражено менее ярко; 2) межмедийное совмещение, проявляющееся более действенно. Разность каналов и есть главная предпосылка формирования мультимедийности или многоплатформенности в различных родах медиа.

Следует обратить внимание на то, сколь высокую оценку дает сведению воедино различных каналов медиа Маршалл Маклюэн. Для него воздействие соединенных СМК равно эффекту ядерной бомбы. Он пишет: «Скрещивания, или гибридные соединения средств коммуникации, высвобождают великую новую силу и энергию, сопоставимую с той, которая высвобождается при расщеплении ядра или термоядерном синтезе.

Некоторые авторы оценивают столь же высоким образом и смену тех или иных технических средств на более совершенные. Так, медиаэксперт Андрей Мирошниченко пишет: «На смену клавиатуре с мышью приходит тачскрин. Вслед за этим тектоническим сдвигом происходит и изменение принципов навигационного дизайна. «Гутенберговский» дизайн навигации был настроен для глаз. Мобильный дизайн навигации настроен для пальцев. Распространение «пальцетыкательного» интерфейса привело тому, что книжное оглавление (список, лента) сайтов СМИ меняется на плиточное (карточное)».³⁸

Канальную специфику медиа нельзя понимать только как межканальные различия. Если присмотреться более внимательно, то станет ясно, что внутри медиа одного и того же рода есть различия именно канального свойства. В печати есть фотографии, декоративные элементы и заголовочные комплексы (они имеют

³⁷ Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. – С. 18

³⁸ Мирошниченко А. «Тачскрин против Гутенберга, или плитка против ленты». <https://jrnlst.ru/plitka-lenta>, обращение к ресурсу 9.09.20

крупношрифтовую или рисуночную природу), т.е. здесь текстовый канал сочетается с иллюстративным. На телевидении также стали популярными бегущие строки. Так что гибридный способ присутствует в первоначальной форме уже здесь. Что касается совмещения каналов различного рода, то там активность столкновения проявляется со значительно большей силой.

Относительно оценки совмещения медиа как каналов информации со стороны Маршалла Маклюэна можно отметить следующее. Он говорил, что изобретение того или иного средства массовой коммуникации означает создание новых вариантов доставки информации до аудитории. Сам Маклюэн ясно выделил и охарактеризовал эти самые каналы информации, а последующие поколения ученых объединили его научные оценки в теорию мультимедийной журналистики, поскольку последней при нем еще не было. Соединение данных каналов значительно усиливает их эффект.

Жанры журналистики претерпевают существенные изменения, переходя и мультимедийные форматы. Печать начинает обладать звуком и изображением, радио – печатным текстом и видеорядом, телевидение – печатным текстом. Все это создает для журналистов большие возможности для их творческой мысли и повышения эффективности их работы при помощи комбинированных методов изложения своего материала. Вместе с тем не следует увлекаться всесилием техники и в результате каким-либо образом произвольно изменять подлинную суть события, о котором пишет автор. Техника должна помогать освещать событие с различных сторон, а не искажать его в угоду кому-либо.

Эпоха цифры серьезным образом меняет методы деятельности журналистов, здесь наблюдаются параллельно две тенденции: профессионалов-одиночек становится все меньше, новая техника требует труда в составе гармонично действующего, сплоченного коллектива, с другой стороны, все востребованней становятся универсальные журналисты. Объединение разнообразных методов создания материалов – визуальных, звуковых и иллюстрационных – в единый формат потребовали, чтобы специалисты по контенту, звукорежиссеры и фотографы работали, во-первых, в одной команде, во-вторых, делали это в скоростном режиме. К этому добавилось также функционирование в условиях многоканальности и многосайтности. Все это привело к тому, что на смену одномедийным журналистам идут мультимедийные.

Перед руководителями выпусками ежедневно предстает одна и та же нелегкая задача. После того, как каждый – контентщик, звуковик и иллюстрационный – предоставляет свою часть материала, их надо объединить в единую публикацию. Для этого следует выполнить немалую работу. В некоторых редакциях ее выполняют специально этим занимающиеся мультимедийные продюсеры, это новая профессиональная сфера в медиа, комбинирующая в себе кино, радио и теле искусство, а также вбирающая в себя программное и машинное мышления.

Джигитал процессы за собой влекут также формирование новых форм повествования, обогащая контент новыми видами жанров и форматов. Они дают возможность совмещать текст, картинку, голос и вырабатывать новые медиа произведения, которые со временем становятся отдельными медиа проектами, не

зависящими от своего родительского издания, имеющими свой небольшой, не постоянный, временно организованный, но цельный творческий коллектив.

В третьей главе диссертации «Методы и приемы деятельности онлайн журналистов в мультимедийной среде», состоящей из трех параграфов, рассмотрены общие профессиональные параметры журналистики нового типа, новые профессиональные компетенции журналистов в развитии мультимедийного творчества, творческие и технологические аспекты и перспективы развития мультимедийной журналистики.

Профессор Калифорнийского университета Сан-Диего Л.Манович насчитывает пять принципов, характерных для новых медиа: «1) числовое представление (все объекты «новых медиа» представляют собой, в конечном счете, цифровой код, т.е. последовательность нулей и единиц); 2) модульность (каждый элемент «новых медиа» ... является частью целого, единого объекта, например, вэб-страница является частью вэб-сайта), роль и влияние «новых СМИ» в современном мире; 3) автоматизация (первые два принципа делают возможным автоматизировать многие операции, связанные с проектированием, доступом пользователей и манипулированием продуктами новой среды); 4) изменчивость (объект новых медиа можно изменять и он может существовать в бесконечном количестве версий); 5) транскодинг (профессиональный термин, означающий прямой перевод одного цифрового формата в другой)».³⁹

Однозначная и исчерпывающая классификация параметров новой журналистики затруднена по ряду причин: 1) хроническая незавершенность материала, когда его можно постоянно увеличивать, воспользовавшись новыми текстами, фотографиями, комментариями и т.д.; 2) объединение разных типов информации; 3) сохранение каждой частью материала своего «голоса», своей этюдной завершенности; 4) перемена вектора, когда один и тот же материал можно перестроить по-новому и др.

Творчество журналиста во все времена было важно для общества, а сам он всегда являлся носителем определенной ценностной категории, потому что на его мнение обычно ориентировалась аудитория. В новых, резко перегруженных – и для автора, и для аудитории – условиях значение координаторов медиа, одним из важнейших среди которых является автор, еще более возрастает. Отсюда становится особенно значимой его ценностная позиция. Поэтому некоторые исследователи заговорили об авторе как аксиологической категории. Отсюда, весьма перспективными направлениями новой журналистики следует признать управление вниманием аудитории и установление контакта с ней. В связи с тем, что сегодня производится очень много информации, аудитория теряется перед ней, поэтому ей надо помогать, ориентируя ее, но не управляя ею. Не управляя потому, что это будет означать навязывание аудитории своей точки зрения и редакционной политики.

В свою очередь, мультимедийная журналистика будет означать для представителей данной специальности необходимость работать в более трудных профессионально-творческих условиях. Усложняются виды материалов и,

³⁹ См.: Manovich L. The Language of New Media / MIT Press, 2001. P. 49–63

соответственно, процесс их подготовки к публикации. Даже рядовой журналист должен научиться работать не только с текстовым, но и визуальным, а также звуковым материалами, т.е. со всеми типами контента, которые использует редакция. Надо также суметь выделить свое издание и свои сообщения в большом потоке других медиа и материалов. Следует предостерегаться плагиата, который становится притчей во языцех в информационном веке. Но, прежде всего, надо обеспечить свой, оригинальный контент в сонме большого числа авторов, в т.ч. пишущих об одних и тех же событиях.

В мультимедийных условиях такая журналистика получает новую жизнь. Довольно часто соединение различных форматов информации делает выпускаемые материалы достаточно большими. В результате до потокового медиа остается два шага: 1) желание передать как можно больше информации ведет к непрерывному росту ее объема и продолжительности; 2) попытки передать все очередные трансляции по какому-либо продолжающемуся событию ведут к тому, что к предыдущей информации непрерывно подверстываются последующие материалы, что и способствует появлению сплошного медиа.

Что касается мультимедиа, то требования, предъявляемые к журналистам, вышли за рамки общепризнанных профессиональных медиа компетенций, необходимых для работников традиционной печати, радио и телевидения, поскольку требуют большего взаимодействия с компьютерами, Интернетом и социальными сетями. Именно по этой причине возникла необходимость изучения основных, но меняющихся профессиональных компетенций современного журналиста. Несомненно, общепрофессиональная журналистская компетентность остается ведущим критерием, которая определяет пригодность журналиста к профессии, однако, в современном медиaprостранстве их полномочия будут намного шире и более разносторонней.

В 2006 г. в Тарту⁴⁰ факультеты журналистики и масс-медиа (Journalism and Media Studies) Европы решили подписать документ – Декларацию, где описываются 10 основных компетенций будущих журналистов. Таким образом, тогда внесенные в этот список навыки были на основе прогнозов, так сказать на будущее, однако реальность последних лет доказала, что удаленная работа в условиях медиа конвергенции и последних событий с пандемией COVID-19 стала преобладать в редакционном цикле, а «универсализация» дала возможность обогащать контент СМИ различными формами и упаковывать его для размещения на различных платформах, при этом одновременно сокращая штат некоторых специалистов вдвое. Особенно следует отметить повышение требований к техническим навыкам журналистов. Интернет, социальные сети, мессенджеры теперь это канал связи и рабочее пространство журналистов, где они ищут информацию, размещают ее, публикуют и продвигают.

До этого события в 2005 году появился термин «мобильные журналисты» (с англ. mobile journalists, сокр. mojo). «Мобильные журналисты – это, как правило, фрилансеры, у них часто нет своего рабочего места в редакции, и они готовят материалы вне редакции. Специфика мобильных журналистов заключается в том,

⁴⁰ Тартуская декларация 2006 г. // Josephi, B. (2008). Journalism education, in: Wahl-Jorgensen, K. E.a. (2008). The handbook of journalism studies. London: Routledge

что с помощью современных смартфонов они могут составлять мультимедийный материал в полевых условиях, дополнять его фотографиями, аудиоматериалами и выкладывать на сайт. Почти все ранцевые, мультимедийные (или кросс-медийные, универсальные), мобильные журналисты ранее имели опыт работы в различных СМИ».⁴¹

Скорее всего, работа журналиста будет поделена на два этапа. При этом одинаково возможны как выполнение обеих ступеней одним человеком, так и, если редакция большая, то двумя или более конкретными работниками – один собирает, подбирает и селекционирует информацию нужных форматов, другой komponует из них материал – выстраивает, подгоняет, гармонизирует ее, так что сотрудники здесь взаимно дополняют друг друга.

Важное значение приобретает одновременная работа журналистов в виртуально-конвергентно-мультимедийном режиме. Новой формой их деятельности стала дальнейшая специализация в ходе сбора, обработки и распространения информации по той или иной тематике, времени выпуска номера, по территории вещания, по видам медиа и т.д.

Существуют определенные шаги для создания мультимедийного материала, что основано на цепочке трех этапов деятельности творческой команды: pre-production (подготовительный этап) – production (производственный этап) – post-production (публикация).

Журналистам необходимо приобретать новые навыки работы с текстом, иллюстрационным и звуковыми материалами. Существенным становится умение использовать такую аппаратуру, которая создает у аудитории ранее не виданные впечатления и эффекты, например, обеспечение их виртуально-физического участия в самом событии.

В четвертой главе диссертации под названием **«Ведущие закономерности практики деятельности родоначальников мультимедийной журналистики»** на примере мультимедиа материалов, опубликованных в ведущих США и Великобритании, рассматриваются особенности мультимедийного освещения и выявляются их закономерности.

Что такое мультимедийность с точки зрения журналистской практики? Это многоаспектный, многозвенный вопрос, который требует самостоятельного углубленного рассмотрения. Как показал анализ, на практике редакции претерпевали два процесса перехода к мультимедиа: внутреннюю и внешнюю. Отдельно каждый вид СМИ с этой точки зрения рассматривать тоже будет повторением, однозначно одно, мультимедийность присуща каждому из видов СМИ в равной степени, но развита на разном уровне.

Для анализа выбраны наиболее значительные произведения мультимедийной журналистики – большие, объемные материалы, которые стали яркими ее представителями и хорошо характеризуют такую журналистику, или, другими словами, зарекомендовали себя как своего рода современная классика мультимедийной журналистики. Так, к примеру, «Нью-Йорк Таймс» выступает одним из инициаторов мультимедийной журналистики в международном

⁴¹ Thurman, N. & Lupton, B. (2008). Convergence calls: multimedia storytelling at British news websites. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(4), pp. 439-455. doi: 10.1177/1354856508094662

масштабе. Одним из первых показательных мультимедийных материалов, который произвел впечатление на аудиторию и специалистов, а также на практике мультимедийной журналистики, стал лонгрид «Snow Fall» («Снегопад»)⁴². В отличие от стандартной статьи, написанной словами на странице, которая не слишком отличается от печати в отделе дизайна, «Snow Fall» представляет собой серию из нескольких глав, подготовленную репортером Джоном Бранчем. Она объединяет видео, фотографии и графику таким образом, что мультимедийные материалы кажутся естественными и полезными, а не просто добавленными. Их стоит читать, а не просто смотреть — открывается цикличное полноэкранное видео снега, сдуваемого с горы, большие изображения. Что, конечно, было сделано раньше, потому что множество сайтов экспериментируют с тем, как разработать длинную историю в Интернете. Что поразительно, так это то, как плавно иллюстрированный рассказ переходит в еще более полный - графика в стиле обреза, столь же великолепная, сколь и полезная, как на картинке выше.

Первый смелый шаг The Times к функции, основанной на опыте, полностью отделенной от остальной части ее сайта, получил положительный отклик в Интернете, а люди в Твиттере назвали ее одновременно «красивой» и «блестящей». А потом пошли слухи: не за этим ли «будущее онлайн-журналистики»?⁴³ Можно отметить еще ряд материалов, авторы которых зарекомендовали себя как опытные мультимедийные журналисты. Один из них называется «В великом одиночестве» («Out in the great alone»). Заслуживает внимания и материал «Рассветная стена» (The dawn wall). Это еще один уникальный проект The New York Times. Он повествует об американских альпинистах, не менее интересен проект «Лодка мечты» (The dream boat), который является примером блестящего журналистского расследования.

С мультимедийной журналистикой в деятельности редакций становятся возможными самые разные преобразования в сферах сбора, обработки, размещения, отправки и использования массовой информации, как в творческом, так и в структурно-перемежающихся планах. Прежние редакции, переходящие к мультимедийной журналистике, внутренне разнообразятся, возникают новые должности по цифровым медиа, иным вариантам организации своей работы. Главный акцент при этом делается на цифровые технологии, число которых непрерывно растет, и они становятся все более совершенными. По мере необходимости осуществляются внутредакционные изменения, создаются должности и позиции (в т.ч. одноразовые, на один проект) по разработке новых видов повествования, мультимедийного рассказа, особых интерпретаций освещаемого события.

Одним из пионеров классики мультимедиа журналистики выступила редакция «Gardian», из напумевших ее материалов стало расследование «Огненный шторм» («Firestorm»). Также исследован опыт других медиа Великобритании, например, Glasgow Herald, который также создал свою группу мультимедийных редакторов.

⁴² Snow Fall. <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>

⁴³ https://twitter.com/n_cardon/status/281847918166675456

Во времена классических медиа, человек владел информацией. Теперь, во времена мультимедиа, налицо обратный процесс – массовая информация владеет человеком. В интернете и мультимедийной журналистике четко работают три психологических закона восприятия информации. О первом из них писал американский исследователь Элвин Тоффлер в своей книге «Третья волна», это закон восьми секунд. Согласно ему, если пользователь не находит на сайте в среднем за восемь секунд нужную ему информацию, то он покидает его. Вторую и третью закономерности приводим мы. Мы утверждаем, что если сайт будет перегружен цифрами, фактами, звуками и видеопланами, то пользователю будет трудно воспринять общую канву сообщения. Тогда он покинет сайт вне зависимости от того, насколько интересно демонстрируемое событие. То же самое можно сказать о третьей закономерности – о скорости передачи электронной информации. Если она будет очень высокой, то это приведет к неисчерпаемой веренице разнообразных звуковидеорядов, методов, приемов и способов поставляемых сведений. В подобном случае, опять-таки, потребитель будет не успевать за ними, что вызовет его разочарование информацией, доставляемой таким образом. Скорость передачи материала в интернете уже сама по себе технически высокая, а в мультимедийной журналистике она становится еще более интенсивной из-за обилия сведений, большого числа каналов и разнообразия материалов. Стремительная смена кадров и планов, попытки быстрого смещения зрительных инерций и наложений ведут к тому, что в результате этого у пользователя появляется чувство беспомощности, им овладевает подавленное психологическое и умственное состояние из-за того, что он не успевает осмысливать и теряется, т.е. в буквальном смысле, прессуется такой информацией.

Обобщение практики мультимедиа журналистики Великобритании показало, что мультимедийные журналисты страны для того, чтобы их материалам сопутствовал успех, чаще всего обращают внимание на следующие факторы:

1) живое движение передачи – многому обязывающее условие, включающее в себя разные факторы эффективности выпуска – от названия до полного ознакомления с ним;

2) правильное построение композиции: а) внутреннее построение, переборка, поиск лучшего изложения конкретных эпизодов, частей передач; б) взаимное гармонично-динамичное изложение материала в целом:

3) непрерывный монтаж и перемонтаж, поиск доставки информации массовому потребителю – одна из основных закономерностей подготовки материалов мультимедийной журналистики;

4) скоростной перебор вариантов композиции как поиск оптимальной модели изложения. Важен охват пользователя событием, передача всех его аспектов как можно подробнее, реалистичнее, документально и доверительно;

5) правильно описать хронику события, по-новому взглянуть на прошлое; суметь раскрыть настоящее, увидеть будущее;

6) обеспечить баланс картин, звука и оценок отражаемого события с соответствующими акцентами, ударениями.

7) дать техническую возможность пользователю вернуться назад, еще раз просмотреть эпизоды, которые его заинтересовали, которые он не понял, которые представляет для него какую-либо ценность.

Важным промежуточным состоянием между содержанием и формой в условиях мультимедийной журналистики становится также система структуры мультимедийного материала. Термин «система» понимается как определенная организация и иерархия категорий. «С этой точки зрения рассмотреть какой-либо объект в виде системы – это значит представить его в четырех категориальных слоях: 1) процессов; 2) функциональной структуры; 3) организованностей материала; 4) морфологии. Затем слой морфологии может быть снова разложен по слоям процессов, структур, организованностей, и это разложение будет образовывать уже второй уровень системного описания...».⁴⁴ Понятно, что все эти правила эффективно работают и на примере публикаций мультимедийной журналистики. Потому что они, являясь обычно большими по объему, а также комплексными и системными по форме построения, всесторонне эффективно воздействуют на потребителя массовой информации.

Глава пятая диссертации под названием **«Мультимедийные форматы обновляющейся журналистики России и Узбекистана»** посвящена изучению особенностей развития мультимедийной журналистики двух стран на современном этапе. В частности, говоря о мультимедийных проектах России, важно подчеркнуть документальность как главный компонент, а анализируя проявления мультимедийной журналистики в Узбекистане, необходимо проанализировать и осмыслить этап формирования при переходе к мультимедийности.

На примере редакций российских СМИ видно, что в мультимедийной журналистике стираются границы между журналистикой и другими сферами изображения и передачи информации, что есть ее очень важная различительная особенность. Материалы заметно отличаются от подготовленных на Западе тем, что зачастую: 1) выполнены на историческую тематику; 2) полностью скомпонованы с помощью новых компьютерных технологий. Другой особенностью является то, что когда формируется концепция мультимедийной публикации, то сначала обычно создается текстовый сценарий, затем он периодически дополняется самыми разнообразными материалами из того, что удастся найти авторам.

Известные российские медиа стараются не отставать от требований времени и регулярно готовят мультимедийные произведения, правда, с разной степенью успеха. Хорошие мультимедийные публикации получаются в основном у ведущих медиа страны, потому как такие материалы требуют немалого финансирования и труда группы сотрудников, которые, к тому же, должны обладать высокой профессиональной подготовкой в области мультимедийности.

Важным аспектом мультимедийных материалов здесь является базирование на документальность, тогда как в западных СМИ преобладают журналистские расследования в мультимедиа форматах, в деятельности же мультимедиа команды

⁴⁴ Новейший социологический словарь. Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин и др. – Мн: Книжный Дом, 2010. – С. 916

важно отметить упор на универсальность. Автор пособия «Универсальная журналистика» Л.Шестеренкина по этому поводу отмечает, что «это определенный тип специалиста СМИ, способный к созданию медиапродукта в условиях конвергенции, понимающий информационные потребности и системы ценностей целевой аудитории; имеющий навык работы со всеми видами текста; владеющий современной медиатехникой и цифровыми мобильными технологиями, позволяющими одновременно работать для печатных и интернет-СМИ, телевидения и радиовещания».⁴⁵

Подводя итоги анализа российских сайтов с точки зрения их перехода на мультимедийные форматы, можно отметить, что для удачной реализации данной задачи следует выполнить ряд обязательных условий, основными среди которых являются присутствие в редакциях современной мультимедийной техники, умеющего работать на них квалифицированного технического персонала, наличие творчески одаренных сотрудников редакций, способных находить темы и видеть мультимедийные перспективы намечаемых проектов, а также стимулирование руководством сайтов своих журналистов.

Медиа Узбекистана и процессы перехода в мультимедиа формат в настоящей работе проанализированы в нескольких аспектах:

1. Изучены на основе фокус опроса существующие требования к компетенциям нового поколения журналистов и роль мультимедиа навыков.

2. Проанализированы журналистские материалы, опубликованные в местных СМИ в формате мультимедийных материалов.

3. Рассмотрены редакционные условия и потребность в переходе к мультимедиа формату в разных медиа страны.

Имплементируя на уровень национальных медиа, можно выделить следующее, на что важно обратить особое внимание.

Во-первых, недостаток современной мультимедийной техники в редакциях Узбекистана объясняется ее дороговизной и часто именно финансовый вопрос становится главной причиной ее отсутствия.

Во-вторых, хотя мультимедийные платформы весьма современны и удобны, тем не менее, они не всегда дают тот доход, о котором мечтает любой редактор. Поэтому на работу на основе таких платформ переходят те редакции, которые хотят работать в соответствии с требованиями сегодняшнего дня, независимо от материальной отдачи новой техники.

В-третьих, и это самое главное, нужны специалисты, которые могли бы обеспечить командную работу редакции в новых условиях, т.е. медиаменеджеры.

Следует обратиться к такой важной части работы редакции, как планирование ее деятельности. О важности правильного планирования работы редакции говорить не приходится, т.к. это непосредственно связано с финансированием номеров и иной редакционной деятельности.

⁴⁵ Универсальная журналистика: Учебник для вузов / Под ред. Л. П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – С. 91.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим основным результатам.

1. Состояние мультимедийной журналистики. Мультимедийность в ее простейших формах существовала и в дожурналистские времена. С развитием информационных технологий, в частности, интернета, мультимедийная журналистика, как один из его важных результатов, начинает постепенно завоевывать все более видное место наряду с традиционными видами журналистики – печатью, радио, телевидением и обычным интернетом. Отсюда можно констатировать наступление новой эпохи в жизни медиа – эпохи мультимедийной журналистики. Следовательно, мы полагаем, что эпоху интернета можно разделить на два этапа: этап классического интернета и этап мультимедийного интернета.

Мультимедийность является одним из наиболее значимых результатов конвергентности медиа на всех этапах их развития и представляет собой особо эффективный способ презентации журналистских новостей и аналитики. Активное использование мультимедийности позволяло очередному медиа (радио, телевидение, интернету) взять верх над предшественниками, в т.ч. с помощью мультиплатформенности и мультиканальности.

Историю мультимедийной журналистики можно разделить на три этапа: эпоха дожурналистской мультимедийности (характерной, например, для театров), период классической мультимедийности (время классических медиа) и постклассическая мультимедийность (с возникновением интернета). Каждый из этих этапов делится, в свою очередь, на внутренние стадии.

Мультимедийность есть результат конвергенции медиа. Можно выделить три формы СМИ с точки зрения их близости к мультимедийной. Средствами массовой информации, которые содержат элементы мультимедийности, можно назвать печатную, радио и телевизионную журналистику. Единое целое составляют цифровая, конвергентная и кросс-медиа журналистика. В мультимедийной журналистике объединены такие направления, как цифровая, конвергентная и кросс-медийная, а также трансмедиа и гипермедиа. Некоторые специалисты даже считают мультимедийную журналистику новым родом новостной эссеистики.

Фундаментом, на котором работает новая техника и с ее помощью новая журналистика, является цифровизация (дигитализация). И конвергентность, и мультимедийность базируются на этой основе. Характерными чертами мультимедийной журналистики как нового вида журналистики, являются единство и многосоставность, интегративность и интерактивность, гипермедийное состояние, погружение в событие, нарративность, креативность. Главнейшим ее преимуществом является многоканальность.

Существуют внутренняя и внешняя, внутриканальная и межканальная мультимедийность. Так, с ее помощью преобразуется и перестраивается внутренняя структура произведения мультимедийной журналистики. Мультимедиа есть одновременное и разнообразное сочетание нескольких каналов и многообразных методов передачи массовой информации в одном произведении. Хотя сама сущность мультимедийности была известна раньше, действительно

популярным этот метод стал с изобретением компьютеров, потому что только они смогли удовлетворить сверхмощные технические аппетиты мультимедийной журналистики.

В мультимедийной журналистике работает не одна, а две созидающие группы – творческая и техническая. Как бы ни старались овладеть техникой вещания творческие работники, они не смогут достичь уровня профессиональных технических сотрудников в разнообразных направлениях цифрового оформления и передаче информации, поэтому здесь должно быть взаимное сотрудничество.

Мультимедийные произведения также производятся со стороны двух организованных групп: коллектива медиасотрудников и совокупности медиаканалов. Сам феномен видео, звука и текста, по большому счету, не подчиняется журналистам, каждый из них издавна существует сам по себе в уникальной форме. Это и есть группа каналов. Однако их использование зависит от коллектива исполнителей – журналистов, дизайнеров, операторов и т.д. Вторая группа, умело используя технические предпосылки, создает новые эффективно воздействующие произведения. Она работает в двух направлениях: 1) использует потенциал каналов; 2) включает в работу свои творческие возможности технического характера. Но это не значит, что технологическим преимуществам медиа можно давать меньшую оценку – только наличие текста, изображения и звука и ведет к вероятности дальнейшей работы с ними, а точнее – их технического дизайна. Так что было бы уместно признать мультимедийную журналистику журналистикой группового типа, для которой характерно коллективное создание контента. По своим техническим качествам мультимедийный интернет часто бывает ближе к обычному большому экранному кино, нежели к прежним классическим медиа.

Технологии мультимедийной журналистики целевым образом направлены на вовлечение аудитории в свою орбиту. Поэтому можно сказать, что взаимодействие с аудиторией выходит в мультимедийной журналистике на новый уровень. Сегодня молодежь в интернете использует большое число различных методов и приемов интерактивности. Интерактивность явилась предтечей, важным условием появления хорошей мультимедийной журналистики. Сама интерактивность, в свою очередь, стала продолжением древней традиции диалоговости в процессе обмена информацией. Быстро сменяющиеся каналы передачи сведений, подлинная интерактивность содержания и конвергентность формы, а также наличие различных знаково-опознавательных систем являются ведущими особенностями новой мультимедийной журналистики. Именно интерактивность способствовала превращению в мультимедийной журналистики медиаинформации в медиакоммуникацию.

Что касается формы произведений мультимедийной журналистики, то очевидно, что она здесь преобладает над содержанием, потому что на первый план выходят разноаспектное, поэтапное и динамичное представление материала массовой аудитории, его композиция, дизайн и навигация.

На сегодняшний день произведения мультимедийной журналистики получают большую популярность не только в журналистике, но и в других сферах общественной жизни – литературе, искусстве, кино...

2.1. Проблемы мультимедийной журналистики. Мультимедийная журналистика не вводит в журналистику принципиально новый канал передачи массовой информации типа печати, радио или телевидения, но она все это резко интенсифицирует, делает много- и разнообразным. Умелое сочетание скоростного, многоканального и качественного контента – одна из главных задач мультимедийной журналистики.

В мультимедийной журналистике журналист из пишущего становится пишущим, говорящим и выступающим в кадре одновременно. Он здесь одно и то же лицо, в результате чего происходит смена одномедийных журналистов многомедийными. Как правило, журналистские новости в мультимедийной журналистике незаметно переходят в соответствующие расследования – из-за объема материалов и подходов журналистов к освещению поставленного вопроса.

Происходит коренная перемена в отношениях субъект-объект журналистики. Традиционный вариант воздействия субъекта (журналиста) на объект (аудиторию) сменяется новым соотношением «субъект – субъект».

В мультимедийной журналистике решающим становится не текст, а изображение. Так происходит смена журналистских парадигм, что в журналистике случается редко. Поэтому следует правильно оценивать роль текста, фото, звука и видео и др., не недооценивать и не переоценивать ни один из этих каналов поставки информации. Как показывает практика, в мультимедийной журналистике легко скатиться в преувеличение зрелищной панорамы события или в другие крайности. В этом вопросе надо быть бдительным и не допускать перекосов. Нельзя переводить главный акцент с мыслительного, творческого контента на технический аспект. Сам медиатекст, ранее игравший в журналистике решающую роль, в мультимедийной журналистике становится все больше коротким, тезисным, анонсовым, заголовочным.

Для мультимедийной журналистики характерна многосложность жанров и размытость жанровых границ. Классификация жанров в мультимедийной журналистике затруднена из-за обилия разнообразных методов использования технических средств и нетрадиционных форм изложения материалов. К наиболее распространенным жанрам мультимедийной журналистики следует отнести звуковую и иллюстрационную: форму текста, иллюстрации, комментариев, сюжет, очерк, зарисовку, фотогалерею, фотоленту, фоторепортаж, иногда карикатура и др. Данные жанры не исключают использования более привычных – традиционных.

Наиболее сложными, привлекательными и популярными жанрами мультимедийной журналистики стали сторителлинг и лонгрид (второй иногда называют продолжением сторителлинга, иногда самостоятельным жанром).

В завершение отметим, что традиционные СМИ в современных условиях также теряют качество и, под влиянием гонки в подаче материалов, склоняются в сторону шаблонизации и стереотипизации.

В целом мультимедиа являются одним из ведущих направлений будущей онлайн-журналистики. Но не единственным, т.к. есть еще новостные рубрики, анонсы, краткие тексты, отдельные видео и аудиоматериалы, от которых журналисты не собираются отказываться. Так что при всей привлекательности

мультимедийной журналистики не следует преувеличивать ее место и роль в современной журналистике.

2.2. Недостатки мультимедийной журналистики. В новых условиях приобретает еще большую актуальность специфика канала медиа, о которой 60 лет назад говорил Маршалла Маклюэн, но которую до сих пор специалисты (и не только Узбекистана) хорошо не понимают. Основной смысл позиции М. Маклюэна заключается в том, что ведущую роль в передаче информации играет не само сообщение, а специфика канала, по которому оно передается: печатного, звукового или визуального. Следовательно, особенности канала оказывают более заметное воздействие в приеме информации аудиторией, чем содержание материала.

Основу мультимедийной журналистики составляет не только само правильное сочетание печатного, звукового и зрительного рядов, но и творческая и эффективная их гармонизация с целью презентации объединенных возможностей мультимедийной публикации на более высоком уровне.

Мультимедийщики должны учитывать набирающий темп и размах метода получения информации с мобильных телефонов и создавать материалы, приспособленные под их специфику. Например, иметь в виду, что большой объем передаваемой информации ведет к необходимости демассификации информации, создания групп по интересам и др.

Воздействующих аспектов в мультимедийной журналистике много и они весьма скоростные, поэтому влияние на аудиторию прежней классической журналистики с ее обстоятельным анализом события неизбежно уменьшается.

Возможна также симуляция действительности с помощью мультимедиа. Это новая старая проблема для журналистики. Журналистам-мультимедийщикам надо учиться говорить правду, чтобы обилие материалов не заставляло их создавать фейки или поверхностные публикации.

В мультимедийной журналистике заметно размываются границы прежней журналистики.

Среди авторов увеличивается прослойка людей, мало понимающих в журналистике, т.е. не профессионалов, а любителей. Кроме того, налицо тематическая всеядность авторов. В совокупности это не только авторы мультимедийной журналистики, выступающие в области политики или экономики, но еще и спортсмены, театралы, бытовики (лекарства) и др.

3. Предложения по улучшению состояния мультимедийной журналистики в Узбекистане. Есть основания полагать, что через 10-15 лет весь мир будет технически (и, в известной мере, творчески) объединен в единую глобальную информационную систему на базе интернета. И каждое общество, включая Узбекистан, должно быть готово к этому.

Каковы перспективы мультимедийной журналистики в Узбекистане и как нашим отечественным журналистам не отстать в данном плане от международной журналистики? Это серьезная проблема, которую надо решать по ряду направлений.

Во-первых, в нашей стране переход к мультимедийной журналистике только намечается. Государственные, партийные и известные общественные медиа пока стоят в стороне от этого важного дела, например, “Янги Ўзбекистон”, “Халқ

сўзи”, “Хуррият”, “Ўзбекистон овози”, “Миллий тикланиш”, главные сайты и т.д. Ведущими изданиями, которые стараются работать сегодня в мультимедийном режиме, являются электронные: Gazeta.uz, oyna.uz и др.

Во-вторых, нужна не просто новая модель, а действительно новое государственное, общественное и профессиональное мировоззрение, новое понимание журналистики в условиях постиндустриального века, новые методы деятельности, новая концепция подготовки журналистов в условиях глобальной дигитализации. Понятно, что цифровая среда имеет свои особенности и те, кто их не освоит, могут отстать от жизни, а значить от аудитории и современных темпов развития. Коротко говоря, необходимы:

1) Политическая воля и понимание ситуации и специфики электронного века со стороны государственных, общественных и профессиональных организаций;

2) Важно серьезное финансирование нового направления журналистики. Специалистов надо обеспечивать доступом к информации, хорошими зарплатами, архивами, каналами связи и другими оперативными материалами;

3) Необходимо начать подготовку кадров по новым специальностям для мультимедийной журналистики: мультимедийный продюсер, менеджер, маркетолог, директор по графике, директор по дизайну и др.

В-третьих, журналистам Узбекистана следует отказаться от термина советских времен «технизм». Нельзя считать развитие техники техницизмом, как это еще имеет место сегодня в Узбекистане. Исторически новые медиа, включая МЖ, всегда основываются в первую очередь, на возможности и достижения техники. Вместе с тем никто не может отменить и человеческий фактор.

В-четвертых, следует решительно переводить работу редакций медиа Узбекистана на новый уровень, закрывать прежние малопродуктивные отделы, создавать новые в духе мультимедийной журналистики, т.к. журналисты обязаны полноценно овладевать новой техникой.

В-пятых, журналисты Узбекистана должны научиться действовать в новых условиях, от них требуется умение работать с разными каналами (письмо, звук и изображение) и в разных форматах. Необходимо учесть, что, кроме мультимедийной журналистики, появились также новые разновидности медиа, такие как круглосуточные электронные газеты, потоковое видео и др.

В-шестых, надо преодолеть главный недостаток СМИ Узбекистана – переписывание мировых новостей из ведущих источников – Ассошиэтед Пресс, Юнайтед Пресс Интернешнл, Си-эн-эн, Рейтер, Би-би-си, Франс Пресс, ИТАР-ТАСС, РИА Новости, Синьхуа и др. Это встречается во всех медиа сплошь и рядом.

В-седьмых, владение технологиями не означает, что можно полагаться на технику и меньше думать. Как раз обилие возможностей, включая технические, и создают предпосылки для более углубленного анализа, мышления и изложения. В данном плане мультимедийная журналистика представляет собой новое поле для публицистики и этим тоже надо уметь пользоваться, в чем также отстают наши журналисты. Мультимедиа создают ряд возможностей для развития публицистики: поднимают актуальные темы, часто работают с намеками и подтекстом, при помощи контраста, столкновений. Мультимедийная

журналистика – это во многом метод контраста, сопоставления, т.е. поле деятельности для публицистического анализа и выводов. Даже при высокоразвитой технике нельзя забывать о необходимости сохранения гуманитарного измерения в журналистике.

В-восьмых, важны педагогический, образовательный и просветительский аспекты медиа в мультимедийной журналистике. Очевидно, что с ростом количества и качества массовой информации, а также усложнением медиа для каждого общества становится все более актуальным вопрос правильного восприятия медиа. Нужна общенациональная программа медиавоспитания. Наступило время, когда надо чаще давать в различные медиа именно медиаобразовательные материалы, учить аудиторию тому, как понимать материалы медиа. Опираясь на какой-то факт в деятельности медиа, случай, тот или иной метод работы медиа или журналиста специалистам надо как бы невзначай, ненавязчиво поразмышлять на эту тему, как правильно понимать медиа. Если Маклюэн исходил из канальной специфики, то мы должны сделать следующий шаг – научить аудиторию правильно воспринимать медиа с воспитательной точки зрения. Не менторство и не начальственный тон, это однозначно погубит данную идею, а именно диалог с целью медиавоспитания. Современная молодежь, увлеченная гаджетами и мессенджерами, не всегда обращает внимание на педагогический аспект и смысл медиасообщений. Надо помогать аудитории учиться жить в мире медиа, во всех планах: канальном, тематическом, ценностном и др., воспитывать в ней определенные коммуникативные качества. Насколько известно, в ряде европейских стран в школах есть предметы по медиаобразованию, а в Канаде такие дисциплины есть в каждом классе средней школы.

Недостатком следует признать и отсутствие в Узбекистане специализации по мультимедийной журналистике. Поэтому предлагается, *в-девятых*, открыть в магистратуре специальность мультимедийной журналистики, которой сегодня здесь еще нет. Нужен новый алгоритм обучения журналистских кадров мультимедийной журналистики. Нужна универсализация журналиста, когда один сотрудник выступает одновременно в ролях автора, фотокорреспондента, дизайнера, оператора и звукорежиссера. Наш университет носит название не только журналистики, но и массовых коммуникаций. Открытие университета с таким названием и с такими ориентирами было очень дальновидной политикой руководства республики. Сегодня, в информационную эпоху, уже недостаточно готовить только газетно-журнальных и радиотелевизионных журналистов. Как показывает развитие мультимедийной журналистики во всем мире, нам нужны, в большом количестве, видеоинженеры, звукоинженеры, дизайнеры, видеооператоры, звукооператоры, монтажеры, отраслевые фотографы, верстальщики, монтажеры и т.д.

**ONE-TIME SCIENTIFIC COUNCIL BASED ON THE
SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 AT TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF ORIENTAL STUDIES**

**UNIVERSITY OF JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATIONS OF UZBEKISTAN**

MURATOVA NOZIMA FAKHRITDINOVNA

**MULTIMEDIA JOURNALISM:
INTERNATIONAL AND NATIONAL EXPERIENCE**

10.00.09 – Journalism (Philological sciences)

ABSTRACT
of dissertation for the degree of doctor of science (DSc) in philology

Tashkent – 2023

The theme of the doctoral (DSc) dissertation in philological sciences was registered by the Supreme Attestation Commission of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under № B2022.4.DSc/Fil468.

The dissertation was carried out at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan.

The abstract of the dissertation in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) is placed on the website of the Scientific Council (www.tsuos.uz) and Information-educational portal «Ziyonet» (www.ziyonet.uz).

Official opponents:

Muminov Fayzulla Abdullayevich
Doctor of Philological Sciences, Professor

Mamatova Yakuta Mukhamedjanovna
Doctor of Philological Sciences, professor

Melnik Galina Sergeevna
Doctor of Political Sciences, Academician

Leading organization:

Karakalpak State University named after Berdak

The defense of dissertation will take place on «___» _____ 2023 at _____ at the meeting of One-Time Scientific Council based on the Scientific Council DSc.03/30.12.2019.Fil/Tar.21.01 at the Tashkent State University of Oriental Studies. (Address: 100047, Tashkent, Shakhrisabz Street, 16. Phone: (99871) 233-45-21; Fax: (99871) 233-52-24; e-mail: info@tsuos.uz).

The doctoral dissertation can be reviewed in the Information-Resource Centre of the Tashkent State University of Oriental Studies (is registered under № ____). (Address: 100047, Tashkent, Shakhrisabz Street, 16. Phone: (99871) 233-45-21.)

The abstract of dissertation is distributed on «___» _____ 2023.

(Protocol at the register № ____ of «___» _____ 2023).

A.M.Mannonov

Chairman of the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

R.A.Alimukhamedov

Scientific Secretary of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Philological Sciences, Associated Professor

K.T.Irnazarov

Chairman of the Scientific Seminar of the Scientific Council on Award of Scientific Degrees, Doctor of Historical Sciences, Professor

INTRODUCTION (abstract of DSc thesis)

The aim of the research work is to analyse the Internet media as a separate kind of media system and a platform for multimedia journalism, to identify the methodology of the activities of journalists in using the multimedia approach, as well as the general patterns of practical activities of journalists in multimedia conditions.

The object of the research work is media content made in the form of multimedia journalism as a new kind of journalism.

The scientific novelty of the research work includes the following:

studying the nature of multimedia journalism and its focus on the audience, a special role of interactivity, immersiveness, integrativity in the development of multimedia journalism and its manifestation in the social activities of the media was revealed and in general, it is determined that the combination of channels, each of which has its own pronounced specificity (print, radio, television, Internet) is the leading condition for creating works in the form of multimedia journalism;

there were determined the qualities of longreads as a tool of multimedia journalism in modern media environment and their conceptual, structural-linguistic and functional features are indicated;

there were identified systemic and structural dimensions of multimedia journalism due to the implementation of digital technologies and organizational forms and creative methods for changing the activities of editorial offices in the context of multimedia journalism have been determined, the conditions and effectiveness of both single and team work of the editorial activities in the conditions of multimedia journalism are revealed and as a result it is proved that multimedia production is based on a chain of three stages of the creative team's activity: pre-production (preparatory stage) - production (production stage) - post-production (publication) stages;

in multimedia journalism the predominance of the combination of forms of textual, sound, visual, graphic information over the flat presentation of information and the place and role of the dynamic evolution of the plan and composition of programs during the preparation of multimedia release are proved;

it has been proven that multimedia journalism based on interactivity gives users the chance to become active participants in the author's concept of "subject-subject", instead of the traditional interaction of the author and reader in the form of "subject-object", and this new format of communication of multimedia journalism creates conditions for audience to joint creation and works with journalists;

it has been proven that multimedia becomes part of media literacy, which is accompanied by a sharp increase in this quality of multimedia in social media accessible and open to all.

Implementation of the research results. The results of scientific research, obtained by analysing, describing, classifying news media texts, were implemented and used at various stages of the study:

proposals for using the results within the framework of this dissertation of the theoretical and practical characteristics of multimedia journalism, an analysis of the practice of world media in combining various media tools in presenting information

in the style of multimedia journalism, formed the basis of journalism publication of 10 book volumes published on the degree of the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan in 2019 (Agency for Information and Mass Communications under the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan, certificate dated No.18-3228 dated 08.08.2022). As a result, the materials of dissertation were the basis for the seventh volume of the publication entitled "Online Journalism and New Media Trends", which includes theoretical and practical nature of the trends and development trends of modern media, in particular, has sections on reflecting various aspects of multimedia journalism. It helped to compensate for the lack of modern literature and publications in this theme in the Uzbek language;

theoretical and practical analysis of the qualities of longreads as a multimedia tool of communication in modern journalism and their conceptual, structural, linguistic and functional features served as the basis for the creation of new academic subjects and made changes to the process of journalism education and training journalists (Ministry of Higher and Special Education of the Republic of Uzbekistan, reference No. 89-02-469 dated April 19, 2022). As a result, the theoretical and practical material of the dissertation became the basis for the development of two new academic subjects ("Multimedia journalism"; "Online media audio podcast va speech writing") in the direction of bachelor's degree 60320100 - "Journalism (Internet journalism)" and direction 5A220101 - "Journalism (Internet journalism)" for the master's program of JMCUUz.

The materials of the dissertation research on the need for the development of multimedia literacy and its characteristics were used as part of the project "Strengthening the capacity of the Uzbek media to ensure compliance with the public interest - Phase II **", funded by the UK government, during which a manual for journalists and journalism teachers "Media - and Information Literacy in Journalism" in 4 languages (Uzbek, English, Russian and Karakalpak) (International Organization - UNESCO, reference No. CM-FU-TAS-2022-007508 dated 06/09/2022). As a result, conceptual approaches to the formation of media and information literacy, the principles of media and information literacy in journalism education were developed, and it was also proved that multimedia becomes part of media literacy, which is accompanied by a sharp increase in this quality in social media accessible to all.

proposed developments on organizing the activities of editorial work in a multimedia team, justifying the combination of theory and practice of journalism based on editorial offices to increase, including the multimedia component in the coverage of events in the media, presented as proposals for improving and improving the quality of the mass media in general and online media as well as their regulatory and legal aspects were reflected in the development of new regulatory documents regarding journalistic activities (Uzbekistan Association of Journalists, certificate No. 01-18 / 362 of 07/26/2022). These provisions formed the basis of Government Degree "On measures to support and develop the media in the country" №294 of June 27, 2022 year, including 2-Appendix of this standard reflects the vision and proposals developed in the framework of this dissertation;

the provisions developed on the dissertation on the methodology of new types of media and the provisions for improving media literacy based on the characteristics of

multimedia journalism also became the basis for obtaining a patent for authorship on the development of a multimedia manual for studying media in a foreign language "Audio Spelling Dictionary" ("Center for Intellectual property" under the Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan. Certificate No. 004995 dated 04.08.2022). As a result, a project of a multimedia application has been developed that helps to study the field of media in a foreign language by combining various media formats (audio, video, picture, voiced text), and thereby expand the possibility of socialization of people with disabilities through the world of media;

proposals related to the multimedia parameters of preparing online materials, based on the concept of "subject-subject" in multimedia journalism, as well as as well as recommendations for combining different types of media materials, introducing into the practice of publications from the point of view of communication technologies, were adopted by the joint editorial board of "Yangi Uzbekiston-Pravda Vostoka" for use in journalism, they were discussed in the editorial team and, based on the recommendations of the dissertation, a number of measures for the diversity of news materials were developed, and the preparation of publications from the point of view of multimedia communication technologies was put into practice. (Reference No. 03 dated 05.07.2022 of the united edition of "Yangi Uzbekiston- Правда Востока"). As a result, the dissertation proposals influenced the practice of journalists of the editorial office of the Yangi Uzbekiston-Правда Востока newspaper and the preparation of information materials with a combination of multimedia elements for the site, contributed to the enrichment of the forms and content of publications.

The structure and volume of the dissertation. The dissertation was presented on 247 pages consisting of an introduction, five chapters, conclusions, a list of used literature and appendixes.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I часть (I бўлим, part I)

1. Муратова Н.Ф. Современное информационное пространство и мультимедийная онлайн журналистика: становление, характеристики, свойства. Монография. – Тошкент: “BODOMZOR INVEST”, 2022. 159 б. (9,5 б.т.).
2. Муратова Н.Ф. Журналистикада мультимедиавийлик алоҳида категория сифатида: шаклланиш жараёнлари ва қўлланиш соҳаси. ЎзМУ хабарлари, 2018, №1/2. – Б. 363-366 (10.00.00; №15).
3. Муратова Н.Ф. Медиа covid-2019 пандемияси шароитида: йўқотишлар ва ютуқлар. “O‘zbekiston matbuoti” jurnali, 2021, 1-son. – Б. 64-69 (10.00.00; №5).
4. Муратова Н.Ф. Объяснительная и иммерсивная журналистика: общие понятия и элементы мультимедийности. ЎзМУ хабарлари, 2022, №1/3/1. – С. 191 (10.00.00; №15).
5. Муратова Н.Ф. Хукукий мавзуларда ахборот тарқатишга ихтисослашган журналистларнинг ёшлар аудиторияси билан ишлаш кўникмаларини шакллантириш ва малакасини ошириш. “O‘zbekiston matbuoti” jurnali, 2021, 2-son. – Б. 68-74 (10.00.00; №5).
6. Муратова Н.Ф. Интернет-ОАВда мультимедиавий контент: Инфографика ва аудиослайдшоуни қўллаш имкониятлари. “O‘zbekiston matbuoti” jurnali, 2018, 4-son. – Б. 58-64 (10.00.00; №5).
7. Муратова Н.Ф. Использование открытых данных в работе журналистов: развитие, актуальность, опыт внедрения. ЎзМУ хабарлари, 2022. № 1/9201 – С. 191-194 (10.00.00; №15).
8. Муратова Н.Ф. “Пандемия шароитида Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари фаолиятига хос асосий тенденциялар”/ Ўзбекистон Миллий Ахборот Агентлиги – ЎзА. Илм-Фан бўлими. Филология. (электрон журнал). - 2020 йил апрель сони. – Б. 93-102 (10.00.00; №33).
9. Muratova N.F. Newspapers in the context of multimedia: the experience of mastering digital media platforms. // Science and Education in Karakalpakstan. №6/2 (35) 2022. Б. 268-273. (10.00.00; №12)
10. Muratova N.F. Mass media I state strategic programs of information development in different countries. // International journal of social science research and review. Volume 9, No.4 April 2022. – P. 56-61 (№23; SJIF 2022: 6.282).
11. Muratova N.F. The online media environment as a part of the global information market: analysis of structure and development trends. // International journal of multicultural and multireligious understanding. Volume 9, No.4 April 2022. – P. 1-5 (№23; SJIF 2022: 6.879).
12. Muratova N.F. Digital technology is an objective need for a universal transition to online education due to the Covid-19 Pandemic.// The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research. September 19, 2020. P. 10-17 (Impact Factor 2020: 5.498)

13. Муратова Н.Ф. Ўзбекистонда Covid-19 пандемия шароитида “3+15” медиа тенденциялар. – Тошкент: “Илм фан ва Инновацион ривожланиш”, 2021. – Б. 64-74.

14. Муратова Н.Ф. Медиаинформационная грамотность журналистов как инструмент укрепления доверия к СМИ: реализация внутренней политики миг в редакциях. Массмедиа России и зарубежных стран: глобальное и национальное. – Москва: Российский университет дружбы народов, 2020. – С. 400-410.

15. Muratova N.F. New media audience: psychological aspects and transformation of the social role. Босма. Media, Human, Society in Asia. Korea & Uzbekistan. Seoul, South. Korea, April 21–26, 2019. – P. 107-113.

II бўлим (II часть, part II)

16. Muratova N.F. Digital transformation is the main call for Uzbekistan print media. 2019 International Korea-Uzbek Media Conference «Rediscovery of Asian Values». February 2019/ Tashkent, Uzbekistan. – P. 19-23.

17. Муратова Н.Ф. ОАВ контентининг дистрибуциясида янги ёндашувлар: Telegram месенжернинг аудитория қамрови ва мультимедиавий имкониятлар. Онлайн журналистиканинг долзарб масалалари. Республика Конференцияси материаллари – Тошкент: “O‘zbekiston”, 2019. – Б. 34-37.

18. Муратова Н.Ф. Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқалар фаолиятида давлат ҳокимияти бошқаруви органлари очиқлиги таъминоти долзарб масалалари. Глобаллашув даврида PR ва халқаро коммуникациялар аънаналар ва инновацион ёндашув. Республика Конференцияси материаллари. – Тошкент: “O‘zbekiston”, 2020. – Б. 6-13.

19. Муратова Н.Ф. Газетанинг медиаконвергенция сари қадамлари дунёвий газеталарнинг онлайн медиа платформаларни ўзлаштириш тажрибасидан. Замонавий босма ОАВ муаммолари: халқаро ва миллий тажриба. Халқаро Конференцияси. – Тошкент: “O‘zbekiston”, 2020. – Б. 3-13.

20. Муратова Н.Ф. Янги медиалар шароитида FAKE NEWS ва мистификация. Онлайн медианинг ривожланиш тенденциялари ва оммавий ахборот воситаларининг трансформация жараёнлари. – Республика Конференцияси. Тошкент: “O‘zbekiston”, 2020. – Б. 8-14.

21. Муратова Н.Ф. Fake News: Медида дезинформация. Қўлланма. – Тошкент: “Инновацион ривожланиш”, 2020. 103 б.

22. Муратова Н.Ф. Онлайн журналистика ва медида янги трендлар. Ўқув қўлланма. – Тошкент: “O‘zbekiston”, 2019. 487 б.

23. Muratova N.F. Media and information literacy in journalism: a handbook for journalists and journalism educators. – Tashkent: “Baktria-Press”, 2019. 127 б.

24. Муратова Н.Ф. Интернет-СМИ Узбекистана: становление и современное состояние. Босма. IX Международная научно-практическая конференция НАММИ. Актуальные проблемы медиа-исследований – 2019. – Москва, 5 декабря 2019 г. – С. 100-102.

25. Муратова Н.Ф. Возможности мессенджера Telegram в распространении контента масс медиа Узбекистана: разновидность каналов, охват аудитории и формы мультимедиа. Материалы второй международной научно-практической конференции «Мультимедийная журналистика: медиакommunikации и медиаиндустрия». – Минск, 2019. – С. 311-316

26. Муратова Н.Ф. Новые критерии оценки журналистских компетенций в цифровую эпоху. Медиаляндшафт России и мира: прошлое. Настоящее и будущее. – Москва, 2021. – С. 438-448.

Автореферат «Til va adabiyot ta'limi – Преподавание языка и литературы»
журнали тахририятида тахрирдан ўтказилди.

Босишга рухсат этилди: 30.01.2023 йил.
Бичими 60x84 ¹/₁₆, «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табоғи ____ . Адади: 100. Буюртма: № _____.

Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси,
100197, Тошкент, Интизор кўчаси, 68.

«АКАДЕМИЯ НОШИРЛИК МАРКАЗИ»
Давлат унитар корхонасида чоп этилди.