

Г.С. Амангелдиева, М.Б. Токтагазин

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

*Автор для корреспонденции: gulmira.sabyr@mail.ru

Новые направления цифровой журналистики в информационном пространстве

Аннотация. В статье автор рассматривает пути становления цифровой журналистики. В научном труде за основу взяты ожидаемые достижения и достигнутые результаты в период образования материала первого цифрового формата. Проведен анализ по доступу к Интернет-журналистике, в том числе новостям. Анализирует мнение специалистов в области журналистики на основе зарубежных научных трудов путем проведения экспертизы интернет-изданий. Основываясь на научных концепциях, демонстрирует необходимые парадигмы для перехода к цифровой журналистике.

При написании статьи автор объясняла понятие визуальной журналистики. В новой медиа-волны четко обозначены важность знания. На их основе, начиная с работы со средствами дигитализации, предлагает журналистам использовать удобные приложения.

Ключевые слова: цифровая журналистика, новая медиа, гиперлокационная журналистика, код, веб-сервис, newsmedia, hashtagify.

DOI: 10.32523/2616-7174-2022-138-1-102-108

Введение

Цифровая журналистика – молодой жанр медиасферы, возникший в результате развития и процветания интернета. Для современной журналистики характерны быстрота, инфоцентричность и интерактивность. Поэтому в качестве главных трендов развития журналистики в этой форме можно взять такие качества, как тип профессии, обеспечивающий виртуальную реальность, коллективный обмен мнениями и межотраслевые связи. Новый медиаконтекст журналистики положил начало новому медиaproстранству в жизни общества. Если взглянуть на историю, то несколько десятилетий назад репортерам приходилось доставлять на телебашню специально записанную кассету, чтобы транслировать свои программы по телевидению, а журналисты, занимающиеся печатным делом, много печатали для публикации своих статей и составления газетных страниц. Цифровая журналистика позволила решить эти проблемы и в нужный момент опубликовать событие и донести до населения достоверную информацию.

Цифровая журналистика, наполняющая жизнь человека яркими новостями и ставшая связующим звеном между народом и правительством, обеспечивает формирование концепции устойчивого развития и соблюдение интересов мировой культуры. Несмотря на то, что времена и требования общества меняются, сфера журналистики, главная цель и принципы которой – донести объективную и достоверную информацию, внести вклад в написание всемирной истории, постоянно обновляется и процветает. Поэтому цифровая журналистика – главный символ эпохи информационных технологий, лидер изобретений в

мире железных гаджетов.

По мере развития цифровой журналистики расширяется и ее сфера. Понятие краудсорсинга вошло в обиход аудитории передачи информации. Также большим спросом пользуется аутсорсинг.

Методология исследования

В 2006 году профессор американской журналистики Северо-Восточного университета Джефф Хоу и редактор журнала Wired Марк Робинсон ввели термин краудсорсинг и сделали важное открытие для бизнеса [1, р. 128]. Краудсорсинг позволяет расширить границы гражданской журналистики, это возможность собирать и проверять информацию, рассказывать истории или делать выбор в выпуске новостей. Контент, созданный пользователем, представляет собой фотографии, видеоматериалы, текстовые комментарии и другие материалы, которые передаются новостной организацией или новостным сайтом в присутствии аудитории. Многие информационные организации уже активно участвуют в краудсорсинге и по-разному интегрируют созданный пользователями контент. При этом с такими «кадрами» не нужно заключать трудовые договоры и платить им зарплату, а в большинстве случаев люди просто работают за идею.

Как отметил Джефф Хоу, Интернет часто отвечает за появление краудсорсинга. Это всемирная сеть, которая стирает все границы, обеспечивает географическую и социальную связь [2].

Некоторые эксперты считают необходимым отделить созданный пользователем контент от краудсорсингового контента. Интересным контентом социальных сетей (музыка, фильмы, картинки, фотографии) является контент, созданный пользователем (User Generated Content (UGC)). В интернете есть яркие примеры успешного применения «командных усилий». Например, сайт Youtube, где пользователи сами создают контент: загружают свои видео, кадры очевидцев или делятся своими музыкальными видео. Однако они не служат деньгам и даже званию. Когда за контентом сайта стоит конкретный клиент и у него есть выгода, это называется краудсорсингом. При этом договор с авторами идеи не заключается, патента нет. В лучшем случае автор получит немного гонорара. Наиболее ярким примером этого может служить "Казахтелеком". Спрашивая подписчиков, как заработать, "Казахтелеком" создал специальный веб-сайт и поинтересовался у своих пользователей, какую услугу они хотят получить. в результате опроса возникли 3 идеи, по которым сейчас ведется работа: 70% опрошенных пользователей хотели получить информацию: например, где находится ресторан, клуб, кафе. Теперь создается аналогичный сервис для ОС Android.

Обсуждение

Би-Би-Си экспериментирует с краудсорсингом в Великобритании, а иногда даже во всем мире. Би-Би-Си во многом экспериментирует с краудсорсингом, например, о дальнейшей проверке требований сотовых операторов о покрытии и качестве заданной территории " и т.д. [3]. Между тем, издание «Guardian», одно из крупнейших гигантов, публикует прогнозируемый ассортимент «больших» событий на предстоящую неделю и призывает читателей комментировать эти идеи.

Еще одна организация, в которой можно отметить контент, созданный пользователями, – это Al Jazeera TV. Во время конфликта между Израилем и Палестиной в секторе Газа в 2009 году Al Jazeera призвала зрителей загружать фотографии и видео нападений Израиля на газу и сделала этот материал доступным на основе лицензии Creative

Commons (соглашение США, в котором правообладатели могут выражать свою волю, распространять свои произведения шире и свободнее, в то время как потребители могут иметь законный контент, а альтернативные материалы, собранные таким образом, противопоставляют хорошо организованную и вертикальную медиа-стратегию Израиля. Арабский вещатель также предоставляет хостинг своим блогерам и другим средствам массовой информации для видео, которые можно повторно использовать, редактировать и распространять их по лицензии Creative Commons 3.0. [2].

Краудсорсинг в вики-формате или Stroome.com используется для редактирования аудиовизуальных новостей с онлайн-редакторами. Конечно, государственное финансирование журналистских проектов также является формой краудсорсинга, участия читателей-пользователей-зрителей в решении вопроса о том, какие материалы должны изучать и описывать журналисты, особенно в условиях ограниченных возможностей средств массовой информации или конкретного журналиста. В Казахстане краудсорсинговые технологии используются крупными компаниями, в основном, IT-сферами, а также СМИ. Эффективный аутсорсинг показал себя в СМИ. Многие программы, передаваемые на отечественных телеканалах, разрабатываются на аутсорсинге.

Видео как основной источник информации для людей все больше заменяет текстовые новости: текст, видео и аудио все больше погружаются в создание публицистического повествования. Поисковые системы основаны на визуальных определениях, а не на тегах и текстовом анализе. Для журналистов все большее значение приобретает грамотность в использовании визуального языка, а важнейшая предпосылка профессии – хорошее понимание специфики визуального общения. В визуальном повествовании очень важно обеспечить цифровое взаимодействие, поскольку оно не только привлекает зрителей, но и дополняет их восприятие визуального сообщения собственной рефлексией. Connected TV-следующий этап полной интеграции телевидения, интернета, мобильных телефонов. С каждым днем журналистика становится все более визуальной и текстовой одновременно, дополняясь фрагментами видео, органично включенными в статью на сайте, или включением новостей через текстовые элементы в рамках идей «второго экрана». Примеров такой журналистской работы очень много:

1. Money & Speed: Inside The Black Box (2011) интерактивный проект, созданный VPRO Dutch Broadcasting, исследует перспективы финансовой сферы и высокочастотной торговли (на валюте и фондовой бирже); документальный фильм построен на приложении для iPad, которое содержит данные в реальном времени, полученные без обмена, дополнительные текстовые материалы и ссылки на другие ресурсы [3, p. 1053].

2. Prison Valley (2011) – фильм о «тюремной индустрии» и Gaza/Sderot (2009) – фильмы о секторе Газа и двух городах, граничащих с Палестиной-интерактивные фильмы первого франко-немецкого телеканала ARTE.

3. Национальный совет кино Канады уже давно активно поддерживает разработку интерактивных мультимедийных документальных фильмов, в создании которых принимают участие как журналисты, так и кинематографисты. Один из самых выдающихся проектов в Канаде, Highrise, объединяет радио, панорамные видео, блоги и классические документальные фильмы, исследующие жизнь в городах по всему миру, в расширяющемся онлайн – проекте.

4. Storyplanet.com -платформа интерактивной визуальной журналистики, созданная профессиональными фотографами и авторами. Он подходит для использования и предлагает инструменты для создания хороших визуальных событий.

Мы упомянули проекты, в которых программные роботы, способные распознавать и извлекать пресс-релизы и новости из различных источников информации из интернет-информационного потока, учатся «переписывать», «переупаковывать» и распространять

программные роботы. Некоторые новостные компании, такие как Форбс, используют эти программы, потому что скорость распространения информации очень важна для мировых финансовых рынков (человек не может сравниться со скоростью написания простых текстов роботом).

В то время как телекомпании и газеты закрывают свои офисы за рубежом, новые технологии поддерживают появление подлинных глобальных источников информации, основанных на многочисленных взглядах и культурном разнообразии источников. По мере развития технологий автоматизированного перевода и расширения добровольных переводческих сообществ эти системы поддерживают глобальное распространение новостей из одной страны в другую. К таким примерам относятся: Global Voices (<http://www.globalvoicesonline.org>), Global Post (<http://www.globalpost.com>), Metropolis TV (<http://www.metropolistv.nl/kz>), движение VJ (<http://www.vjmovement.com>), Associated Reporters за рубежом (ARA; <http://www.ara-network.com>), Africa Interactive (<http://www.africa-interactive.com>), Чимуренга (<http://www.en.wikipedia.org>) и проект открытого перевода TED (<http://www.ted.com>).

Результаты

По данным кадрового холдинга Elite, работающего на казахстанском рынке с 1997 года, более 90% современных предприятий используют аутсорсинг как минимум одного бизнес-процесса. Требуется специальная исследовательская работа по аутсорсингу. Примеры того, как использовать новые идеи и технологии, встречаются во многих странах. Би-Би-Си попробовал «репортаж с точки зрения», используя то, как солдаты сражаются на поле боя. CNN использовал камеры на 360° для создания своего вида после землетрясения на Гаити [4]. Канадский кинорежиссер Роб Спенс, потерявший правый глаз в 2006 году, попросил своего друга-инженера Косту Грамматиста сделать ему специальную миниатюрную камеру, которая поместится в незрячую глазницу. Глазная камера, подключенная к батарее, оснащена беспроводным передатчиком, который синхронизируется с остальными глазами владельца и передает видео на монитор. Этим он и предоставил визуальную информацию. Google Earth также включил инструменты визуальной журналистики в число способов просмотра земли. Би-Би-Си в корне рассказал о стране, используя аэрофотоснимки, космические снимки Google или визуализацию данных.

Есть удачные примеры использования таких "роботов" в спортивной отчетности (например, www.narrativescience.com, <http://statsheet.com>). New York Times использует технологию под названием «семантическая сеть», чтобы автоматически создавать объявления о свадьбах, публикуемые газетой. В этих примерах аналитическая составляющая журналистики продолжает свою роль в разработке программ контент-анализа, которые, прежде всего, являются основой для каждого типа «робота». По мере развития автоматизированной журналистики постепенно становится ясно, что ее интерпретация, анализ и качественная повествовательная составляющая журналистики, главной задачей которой является сбор данных, усиливается.

Европейский вещательный союз, представляющий 85 национальных медиа организаций в 56 странах, планирует стать оператором домена «radio» с целью создания мирового сообщества радиовещателей. Приложение к этому домену поддерживается семью братскими ассоциациями, представляющими более 50 000 радиостанций по всему миру с 5,5 миллиардами человек [5].

Выводы

Эти примеры свидетельствуют о появлении новых направлений в журналистике. Это автоматизированная журналистика, визуальная журналистика, глобальная журналистика, аналитическая журналистика и аутсорсинг/краудсорсинговые компании. Кроме того, в результате исследования сформировалось еще одно новое направление журналистики, это мобильная журналистика. Мобильная журналистика – новая ступень журналистики, которая отдельно останавливается на сегодняшней тенденции развития конвергентной журналистики. Изучая, мы видим, что развитие СМИ будет расти за счет автоматизированного мобильного интернета. Глобальный тренд на цифровизацию продуктов и услуг укрепит свои позиции до 2023 года, а рост доходов в отрасли увеличится за счет развития мобильного интернета. По прогнозам, через пять лет доля мобильного трафика потребления контента достигнет 92%, и для многих смартфон станет единственным каналом заработка в интернете. Нужно не только зарабатывать, используя смартфоны, но и передавать с ними информацию, то есть быть оперативно-мобильным. Современные журналисты, владеющие этим (хотя и не обладающие базовыми знаниями), считают себя мобильными журналистами. Глен Малкани, руководитель отдела инноваций ирландской телекомпании RTE, называет традиционный подход к мобильной журналистике (съемка, монтаж, публикация текстов и видео историй с использованием смартфона) «пуристическим подходом». Г. Малкани считает: «мобильная журналистика должна позволять индивидуальному рассказчику использовать любые технологии для создания высококачественного визуального повествования.» [6]. Понятие "мобильная журналистика" сегодня полностью раскрыто и не сформировано. Многие журналисты относят это к любительским съемкам, которые рождаются исключительно из собственного интереса журналиста.

Интернет – система для обмена информацией и мнениями пользователей, поэтому в мобильной журналистике созданы условия для свободного выражения своих мыслей читателям. С помощью специальных функций на новостном сайте читатель может высказать свою критику относительно конкретного события в качестве комментария. Также через интернет-журналистику специалисты имеют возможность проводить различные социологические опросы и исследовательские работы с охватом широкой аудитории. Если опираться на статистические данные британского центра The Economist Intelligence Unit, то из 167 стран только 25 имеют полную демократию, а значит, журналистика в странах с относительно высоким демократическим показателем может полностью выполнять возложенные на нее задачи, а в других 143 государствах данная сфера находится под определенным давлением и объективная информация не доводится до сведения общественности со стороны новостников. Электронная журналистика в развитых странах нашла свое место в общественном сознании и социуме, установила прочные связи с представителями власти, поэтому благодаря сети интернет представители четвертой власти стали источником обеспечения населения всесторонней достоверной информацией.

Список литературы

1. Popoveniuc B. What is a Technological Mentality? // In book: Philosophy of Engineering and Artifact in the Digital Age. – Cambridge: Cambridge Scholar Publishing, 2010. – P. 125-135.
2. Разработка сайтов будет дорожать [Электронды ресурс]-2020. – URL: <https://kapital.kz/business/77201/razrabotka-saytov-budet-dorozhat> (Дата рассмотрения 07.08.2020)
3. Steere M. The age of podcasting: A report for the Robert Bell Travelling Scholarship. – London, 2008. – 1145 p.

4. Академия журналистика [Электронды ресурс]-2020. – URL: <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/> (Дата рассмoтpeния 13.12.2020).

5. Wakefield J. 3G mobile data network crowd-sourcing survey by BBC News [Электронды ресурс]-2020. – URL: <http://www.bbc.co.uk/news/business-14574816> (Дата рассмoтpeния 11.12.2020).

6. Фриман М. Цифровая фотография: полный курс. – Москва: СПб.: Питер, 2011. – 176 с.

Г.С. Амангелдиева, М.Б. Тоқтағазин

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

Цифрлық журналистиканың ақпараттық кеңістіктегі жаңа бағыттары

Аңдатпа. Автор мақалада сандық журналистиканың қалыптасу жолын қарастырған. Ғылыми еңбекте алғашқы сандық форматтағы материалдың пайда болу кезеңінде күтілген жетістіктер мен қол жеткізген нәтижелер негізге алынған. Интернет журналистикаға, соның ішінде жаңалықтарға қолжеткізу бойынша сараптама жасалды. Шетелдік ғылыми еңбектер негізінде интернет басылымдарға сараптама жүргізу арқылы журналистика саласындағы мамандардың пікірін келтіреді. Ғылыми тұжырымдамаларға сүйеніп, сандық журналистикаға өту жолында қажетті парадигмаларды көрсетеді.

Автор мақала жазу барысында гиперлокальды журналистика ұғымына түсінік берген. Жаңа медиа толқынында визуалды журналистиканы білудің маңыздылығын айқын көрсеткен. Солардың негізінде дигитализацияның құралдарымен жұмыс істеуді бастап, журналистерге қолайлы қосымшаларды пайдалануды ұсынады.

Түйін сөздер: сандық журналистика, жаңа медиа, гиперлокальды журналистика, код, веб-сервис, newsmedia, hashtagify.

G.S. Amangeldiyeva, M. B. Toktagazin

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

New directions of digital journalism in the information space

Abstract. In the article the author consider the ways of formation of digital journalism. The scientific work is based on the expected achievements and results achieved during the formation of the material of the first digital format. The analysis of access to Internet journalism, including news. Analyzes the opinion of experts in the field of journalism on the basis of foreign scientific papers by conducting an examination of online publications. Based on scientific concepts, it demonstrates the necessary paradigms for the transition to digital journalism.

When writing the article, the authors explained the concept of hyperlactation journalism. The new media wave clearly outlines the importance of knowledge such. On their basis, starting with the work with the means of digitalization, offers journalists to use convenient applications.

Key words: digital journalism, novamedia, giperakuzia journalism, code, web service, newsmedia, hashtagify.

References

1. Popoveniuc B. What is a Technological Mentality? [What is a Technological Mentality?] // In book: Philosophy of Engineering and Artifact in the Digital Age. – Cambridge: Cambridge Scholar Publishing, 2010. – R. 125-135.
2. Razrabotka sajtov budet dorozhat' [Website development will become more expensive] [Elektrondy resurs]-2020. – URL: <https://kapital.kz/business/77201/razrabotka-saytov-budet-dorozhat> (Data rassmotreniya 07.08.2020)
3. Steere M. The age of podcasting: A report for the Robert Bell Travelling Scholarship [The age of podcasting: A report for the Robert Bell Travelling Scholarship]. – London, 2008. – 1145 r.
4. Akademiya zhurnalistika [Academy of Journalism] [Elektrondy resurs]-2020. – URL: <http://www.bbc.co.uk/journalism/blog/> (Data rassmotreniya 13.12.2020).
5. Wakefield J. 3G mobile data network crowd-sourcing survey by BBC News [Elektrondy resurs]-2020. – URL: <http://www.bbc.co.uk/news/business-14574816> (Data rassmotreniya 11.12.2020).
6. Friman M. Cifrovaya fotografiya: polnyj kurs [Digital photography: full course]. – Moskva: SPb.: Piter, 2011. – 176 s.

Сведения об авторах:

Амангелдиева Гүлмира Сабыровна – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің докторанты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Тоқтағазин Мұратбек Балқыбекұлы - филология ғылымдарының кандидаты, баспасөз және баспа ісі кафедрасының профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Gulmira Sabirovna Amangeldieva - Doctoral student of L. N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Toktagazin Muratbek Balkybekovich - Candidate of Philological Sciences, Professor of the Department of printing and publishing, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan