



ГРНТИ 19.21.91

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2026-155-2-36-49>

Мобильная журналистика Казахстана в условиях трансформации медиапроизводства

Сейдеханов С.А. 

Университет «Туран», Алматы, Казахстан

(E-mail: s.seidekhanov@turan_edu.kz)

Аннотация. Цифровая трансформация медиасреды привела к доминированию мобильных устройств как основного канала доступа к информации, что кардинально изменило подходы к созданию и распространению новостного контента. Цель работы - проанализировать развитие мобильной журналистики (MoJo) в Казахстане и выявить ключевые направления трансформации медиапроизводства под влиянием алгоритмической платформизации. Задачи исследования: 1) систематизировать теоретические подходы к феномену MoJo; 2) выявить новые ролевые модели журналистов в условиях медиаконвергенции; 3) ввести и концептуализировать авторский термин «клипортаж»; 4) проанализировать влияние алгоритмических платформ на медиапроизводство в Казахстане. Научная значимость - введение концепта «клипортаж» в казахстанский научный дискурс, заполняющего терминологическую лакуну в описании гибридных форматов MoJo. Практическая значимость - возможность применения выводов для модернизации редакционных процессов и разработки образовательных программ. Методологическая база: анализ научной литературы по мобильной журналистике и платформизации, кейс-стади казахстанских медиа (проект «Deepening Digital», телеканал «Алау», робот i-Sanj на «Бизнес Атамекен»). Основные результаты и анализ, выводы. Установлено, что казахстанские редакции переходят к стратегии «Mobile First», формируется новая роль «универсального журналиста» (журналиста-оркестра), интегрируются технологии искусственного интеллекта. Предложенный концепт «клипортаж» описывает гибридный формат, балансирующий между информированием и развлечением в условиях клипового сознания и экономики внимания. Впервые в отечественной науке вводится термин «клипортаж», концептуально разграниченный со смежными понятиями (инфотейнмент, клиповое мышление, мультимедийный сторителлинг), и предлагается модель адаптации традиционных СМИ к

Поступила: 05.04.2026; Одобрена: 29.05.2026; Доступна онлайн: 30.06.2026

алгоритмической среде. Результаты могут быть использованы при реформировании журналистского образования с акцентом на развитие «цифрового интеллекта», а также в практике региональных редакций, внедряющих мобильные технологии производства контента.

Ключевые слова: мобильная журналистика, MoJo, клипотаж, алгоритмическая платформизация, цифровая трансформация СМИ.

Введение

Современная медиасфера находится в фазе «заката эры ПК», когда смартфон окончательно стал приоритетным устройством для доступа к информации (Ястребцева, 2016). В октябре 2016 года был пройден исторический рубеж: число мобильных пользователей интернета в мире впервые превысило долю тех, кто использует стационарные компьютеры. Сегодня стратегия «mobile only» превратилась из прогноза в повседневную реальность (Бельдибекова, 2024). Этот тектонический сдвиг привел к возникновению нового типа личности - homo distractus («человек рассеянный»), для которого характерно клиповое восприятие информации и потребность в мгновенном получении контента в режиме реального времени (Черниченко, 2025).

В Казахстане процесс мобилизации медиaprостранства носит форсированный характер, что обусловлено созданием развитой информационно-телекоммуникационной инфраструктуры (Барлыбаева, 2024). К началу 2021 года охват населения интернетом в республике достиг высокого уровня, при этом страна вошла в число мировых лидеров по доступности мобильного трафика, что стимулирует взрывной рост потребления цифрового контента (Ақсейіт, 2021). Мобильный интернет стал ключевым фактором модернизации общественного сознания, радикально изменив национальный медиаландшафт: сегодня в Казахстане зарегистрировано более 4800 СМИ, и большинство из них вынуждены адаптироваться к условиям, где социальные сети и мессенджеры (Instagram, Telegram, TikTok) стали основными каналами дистрибуции (Thomson Foundation, 2017). Переход от классической односторонней трансляции к интерактивной модели коммуникации позволил аудитории не только потреблять новости, но и активно участвовать в их создании, стирая границы между профессиональной и гражданской журналистикой (Burum, 2016).

Мобильная журналистика (MoJo) выступает как инновационный ответ на эти вызовы, представляя собой процесс создания, редактирования и распространения качественного медиапродукта исключительно с помощью портативных устройств (Burum & Quinn, 2016). Смартфон в этой парадигме трансформируется в «карманную студию» полного цикла, где один «универсальный журналист» способен реализовать весь производственный цикл - от съемки и записи звука до монтажа и публикации - без привлечения громоздкого оборудования и больших съемочных групп (Бельдибекова, 2024). Технологическая конвергенция превратила мобильный телефон в «швейцарский армейский нож» современного репортера, обеспечивая беспрецедентную гибкость, автономность и скорость доставки информации прямо с места событий (Ястребцева, 2016).

Развитие MoJo в Казахстане получило системный импульс благодаря образовательным инициативам, таким как проект «Deepening Digital» (Фонд Томсон), направленный на внедрение экономически эффективных моделей вещания в региональных редакциях (Thomson Foundation, 2017). Мобильные технологии не только оптимизировали ре-

дакционные расходы, но и породили новые форматы - от дрон-журналистики до вертикального сторителлинга, адаптированного под алгоритмические ленты современных платформ (Черниченко, 2025). Таким образом, трансформация медиапроизводства в Казахстане в условиях платформизации - это не просто техническое обновление, а фундаментальная революция в функционировании публичной сферы, требующая от журналистов новых цифровых компетенций и этического переосмысления своей роли (Барлыбаева, 2024).

Современные процессы цифровизации и платформизации медиасферы оказывают существенное влияние на журналистскую практику в Казахстане. В условиях стремительного распространения мобильных технологий и клипового формата восприятия информации журналистика сталкивается с необходимостью переосмысления как профессиональных ролей, так и форматов медиапроизводства. Особое значение приобретает анализ мобильной журналистики (MoJo) как ключевого направления трансформации, а также поиск новых понятийных рамок, способных отразить специфику клипового сознания и экономики внимания. В свете наблюдаемой динамики технологических и поведенческих изменений в данной области целью исследования является анализ процесса трансформации медиапроизводства в Казахстане под влиянием мобильной журналистики (MoJo) и алгоритмической платформизации, а также ввести и концептуализировать авторский термин «клипোর্таж» как новый формат профессиональной деятельности журналиста в условиях клипового сознания и экономики внимания.

Развитие мобильной журналистики в Казахстане отражает широкий процесс трансформации медиапроизводства в условиях цифровизации и алгоритмической платформизации. В контексте стремительного распространения стратегии «Mobile First» и усиления роли платформенных алгоритмов возникает необходимость не только описать практику внедрения MoJo, но и концептуально осмыслить её влияние на профессиональные роли журналистов, формы контента и механизмы дистрибуции. Для достижения поставленной цели исследования - выявить ключевые направления трансформации медиапроизводства в условиях мобильной журналистики - были определены следующие задачи:

1. Систематизировать теоретические подходы к феномену мобильной журналистики (MoJo) в отечественной и зарубежной научной литературе.
2. Выявить ключевые изменения в ролевых моделях журналистов в условиях медиаконвергенции и перехода к стратегии «Mobile First».
3. Ввести и концептуализировать авторский термин «клипোর্таж», разграничив его со смежными понятиями (инфотейнмент, клиповое мышление, мультимедийный сторителлинг).
4. Проанализировать практику внедрения MoJo в казахстанских редакциях на основе кейс-стади (проект «Deerpening Digital», телеканал «Алау», робот i-Sanj).
5. Определить влияние алгоритмических платформ на процессы дистрибуции контента и трансформацию медиапроизводства в Казахстане.

Обзор литературы

Мобильная журналистика (MoJo) как теоретический конструкт. Концепция мобильной журналистики базируется на использовании смартфона как основного инструмента

для создания, редактирования и дистрибуции новостей (Burum & Quinn, 2016). В отличие от традиционной модели, где для выпуска материала требуется участие съемочной группы и монтажера, MoJo предполагает индивидуализацию производства, превращая репортера в «журналиста-оркестра» (solo journalist) (Бельдибекова, 2024). Смартфон в этом контексте выступает как «карманная творческая студия» полного цикла, обеспечивая беспрецедентную гибкость, автономность и высокую скорость доставки контента прямо с места событий (Ястребцева, 2016). Технологическая конвергенция функций в одном портативном устройстве позволяет реализовать «целостную форму мультимедийного сторителлинга», стирая границы между текстовой, аудио- и видеожурналистикой (Черниченко, 2025). Это порождает специфическое «MoJo-мышление» (mojo mindset), где универсализм и адаптивность становятся ключевыми профессиональными компетенциями в эпоху «цифрового интеллекта» (Ким, 2023).

Платформизация медиа как контекст трансформации. Параллельно с технологической трансформацией происходит процесс платформизации - радикального сдвига в способах дистрибуции информации (Барлыбаева, 2024). Традиционные СМИ окончательно утрачивают монополию на формирование информационной повестки дня (Асанов и др., 2025). Современная аудитория все реже посещает официальные сайты изданий («главная страница мертва»), предпочитая потреблять новости в рамках комфортной среды социальных сетей и мессенджеров, не выходя за их пределы (Adornato, 2017). Этот переход заставляет редакции внедрять стратегии Digital First и Social Media First, при которых контент изначально создается под требования конкретных цифровых площадок (Burum & Quinn, 2016). В условиях платформизации медиапространство трансформируется из системы односторонней трансляции в интерактивную модель двусторонней коммуникации, где пользователи могут не только комментировать, но и активно влиять на содержание новостей, становясь соавторами контента (Burum, 2016).

Ключевым фактором в новой экосистеме становятся «умные» алгоритмы, которые заменяют редакцию в роли главных «гейткиперов» (gatekeepers) (Асанов и др., 2025). Видимость журналистского материала в лентах пользователей теперь определяется не его общественной значимостью, а алгоритмическим рейтингом, основанным на метриках вовлеченности: лайках, комментариях, репостах и времени просмотра (Барлыбаева, 2024). Зависимость от рекомендательных систем и поисковиков (таких как Google Discover или Яндекс.Дзен) вынуждает СМИ адаптировать заголовки и форматы под предпочтения алгоритмов, что нередко ведет к процессам таблоидизации и приоритету «мягких» развлекательных новостей над серьезной аналитикой (Ким, 2023).

В Казахстане этот процесс носит ярко выраженный характер в силу высокого охвата населения мобильным интернетом (Ақсейіт, 2021). Лидерами платформизации в республике выступают Instagram (свыше 6,8 млн пользователей), VK и стремительно растущий Telegram (Барлыбаева, 2024). Telegram в казахстанском контексте стал уникальной гибридной площадкой, сочетающей в себе функции персонального мессенджера и публичного медиаканала, обеспечивая высокий уровень вовлеченности аудитории без посредничества алгоритмических лент, характерных для Facebook (Ормаханова, 2023). Трансформация медиапроизводства в Казахстане в таких условиях требует от журналистов не только технических навыков MoJo, но и умения работать с новыми ролевыми моделями: от «диджитал-модераторов» до «лидеров общественного мнения» в сетевой среде (Бельдибекова, 2024).

Методология

Эмпирическая часть данной работы направлена на анализ трансформации медиапроизводства в Казахстане под влиянием мобильной журналистики и алгоритмической платформизации.

Исследовательский вопрос (RQ): как развитие мобильной журналистики трансформирует производственные процессы и ролевые модели журналистов в казахстанских медиа в условиях алгоритмической платформизации?

Материалы и процедура исследования. Методологическая база включает теоретический анализ научной литературы по мобильной журналистике, платформизации и медиаконвергенции, а также кейс-стади казахстанских медиа, внедряющих MoJo-практики. В качестве эмпирических кейсов рассматриваются: проект «Deepering Digital» (Фонд Томсон, 2017–2018 гг.), опыт телеканала «Алау» (Костанай) по использованию iPhone для создания новостных пакетов, внедрение робота-ведущего i-Sanj на канале «Бизнес Атамекен», а также практики региональных редакций по производству короткоформатного контента для социальных сетей.

Инструментарий анализа. Для анализа применялись методы описательного и сравнительного анализа медиапрактик, а также метод концептуального моделирования для обоснования авторского термина «клиптортаж». Теоретическая рамка интегрирует подходы к мобильной журналистике (Burum & Quinn, 2016; Adornato, 2017), платформизации (Барлыбаева, 2024; Асанов и др., 2025) и экономике внимания (Ким, 2023).

Ограничения исследования. Работа носит теоретико-аналитический характер с элементами кейс-стади. Эмпирические выводы требуют дальнейшей верификации через количественные опросы журналистов и контент-анализ медиапродуктов. Тем не менее представленный анализ позволяет выявить ключевые тренды и обосновать концептуальные инновации в области мобильной журналистики.

Результаты и обсуждение

Трансформация медиапроизводства в Казахстане. Практическое внедрение MoJo в казахстанских редакциях получило импульс в 2017–2018 годах благодаря проектам «Deepering Digital» (Фонд Томсон) и тренингам в Астане, Алматы и Актобе. Журналисты региональных СМИ, таких как телеканал «Алау» (Костанай), начали успешно использовать iPhone для создания полноценных новостных пакетов и прямых эфиров (Thomson Foundation, 2017).

Ключевыми изменениями в производственном цикле стали: во-первых, конвергенция ролей - появление «универсального журналиста», владеющего навыками мобильного монтажа (Filmic Pro, InShot) и SMM-аналитики; во-вторых, интеграция ИИ - использование роботов-ведущих (например, i-Sanj на канале «Бизнес Атамекен») и нейросетей для генерации и персонализации новостных лент; в-третьих, новые форматы - приоритет вертикального видео, Stories и интерактивного сторителлинга для удержания внимания «клиповой» аудитории (правило 8 секунд).

«Журналист-оркестр» в цифровой экосистеме. Процесс медиаконвергенции в Казахстане привел к формированию нового типа профессионала - «универсального» или «мультимедийного» журналиста (ММЖ) (Бельдибекова, 2024). В условиях конвергентной редакции один сотрудник объединяет в себе роли репортера, оператора, монтажера и SMM-менеджера, становясь так называемым «журналистом-оркестром» (Барлыбаева,

2024). Этот переход от узкой специализации к индивидуальному производству позволяет реализовать полный цикл создания контента - от сбора информации до ее дистрибуции - на одном мобильном устройстве (Bugum & Quinn, 2016). Такая модель особенно востребована в региональных казахстанских СМИ, где мобильность и автономность репортера позволяют оперативно освещать события без привлечения дорогостоящих съемочных групп и спутниковых систем (Thomson Foundation, 2017).

Технологическим фундаментом работы современного MoJo-специалиста выступает смартфон как «карманная творческая студия», оснащенная профессиональным софтом (Ястребцева, 2016). Для обеспечения высокого качества картинки и звука, соответствующего вещательным стандартам, журналисты используют приложения с ручными настройками, такие как Filmic Pro, позволяющее контролировать фокус, экспозицию и частоту кадров. Для быстрого «полевого» монтажа и создания динамичных роликов для социальных сетей применяются инструменты вроде CapCut, VN, InShot, LumaFusion, которые позволяют синхронизировать видеоряд с музыкой и графикой непосредственно на месте события (Черниченко, 2025). Владение этим стеком технологий становится обязательным требованием на рынке труда, превращая техническую экспертизу в неотъемлемую часть журналистской идентичности (Ким, 2023).

Интеграция искусственного интеллекта. Внедрение искусственного интеллекта в медиапроизводство Казахстана находит свое наиболее яркое визуальное воплощение в использовании виртуальных ведущих. На протяжении нескольких лет на канале «Бизнес Атамекен» новости представляет робот i-Sanj, названный в честь казахстанского актера Санжара Мадиева, который выступил моделью для «пиксельного человека» (Ақсейіт, 2021). Такие технологические решения позволяют автоматизировать процесс вещания и создавать уникальный телевизионный продукт, где одна нейросеть отвечает за виртуального ведущего, другая - за подготовку текста, а третья - за графическое сопровождение (Ким, 2023). Появление подобных «цифровых аватаров» свидетельствует о росте спроса на гибридные специальности и изменении классических редакционных ролей (Бельдибекова, 2024).

Параллельно с этим современные нейросети стали полноценными инструментами для генерации текстового контента, способными создавать журналистские материалы без прямого участия человека. Технологии «роботизированной журналистики» позволяют в автоматическом режиме обрабатывать гигантские объемы информации, оперативно выпуская отчеты о спортивных событиях, финансовых рынках или изменениях погоды. В мировой практике такие системы, как Heliograf от The Washington Post, уже успешно публикуют сотни новостных материалов ежегодно, фактически лишая человека монополии на производство оперативной информации (Adornato, 2017).

Клипортаж как новое понятие и тренд в мобильной журналистике. В условиях современной медиасистемы, характеризующейся «закатом эры ПК» и переходом к стратегии «mobile only», в данной работе впервые в отечественной научной литературе предлагается и вводится понятие «клипортаж» (Бельдибекова, 2024; Асанов и др., 2025; Барлыбаева, 2024). Данный термин описывает инновационный тренд мобильной журналистики (MoJo), который выступает системным ответом на вызовы клипового мышления - фрагментарного восприятия информации в виде ярких образов и коротких сюжетов (Бельдибекова, 2024; Черниченко, 2025; Ким, 2023). В рамках экономики внимания, где современные медиа ведут острую конкуренцию за свободное время пользователя с раз-

влекательными платформами, клипортаж становится гибридным форматом, органично балансирующим задачи строгого информирования и инфотейнмента (Adornato, 2017; Burum & Quinn, 2016; Бельдибекова, 2024). Этот формат изначально адаптирован под условия алгоритмической платформизации, где видимость контента определяется «умными» лентами, приоритизирующими визуально насыщенный и эмоциональный контент (Асанов и др., 2025; Барлыбаева, 2024; Burum, 2016).

Клипортаж не заменяет собой традиционные формы медиа, а выступает мощным инструментом их модернизации, позволяя классическим редакциям успешно встраиваться в цифровую среду и повышать свою конкурентоспособность на глобальном рынке (Бельдибекова, 2024; Thomson Foundation, 2017; Барлыбаева, 2024). Опираясь на специфику национального медиаландшафта Казахстана, где охват населения интернетом достиг высокого уровня, внедрение клипортажа способно существенно повысить медиаграмотность аудитории (Ақсейіт, 2021; Барлыбаева, 2024; Thomson Foundation, 2017). Это обусловлено тем, что клипортаж использует привычные для молодежи (поколения Z) визуальные коды и форматы, такие как вертикальное видео и интерактивный сторителлинг, для донесения общественно значимых смыслов (Бельдибекова, 2024; Черниченко, 2025; Ястребцева, 2016). Применение «правила 8 секунд» в клипортаже позволяет преодолеть порог рассеивания внимания «человека рассеянного» и обеспечить вовлеченность в серьезную повестку через динамичную форму подачи (Ким, 2023; Черниченко, 2025).

Терминологическая дифференциация клипортажа. На современном этапе феномен мобильной журналистики (MoJo) еще не получил окончательного концептуального оформления в академической среде (López-García et al., 2019). В связи с этим возникает острая необходимость введения и легитимации новых понятий, адекватно отражающих трансформацию медиапроизводства в эпоху алгоритмизации (Асанов и др., 2025). Предлагаемый термин «клипортаж» требует четкой дифференциации от смежных категорий.

Первым важным разграничением является противопоставление «клипортажа» и клипового мышления. Клиповое мышление представляет собой психологическую особенность аудитории - фрагментарное восприятие информации в виде ярких образов и коротких сюжетов (Черниченко, 2025). В то время как клиповое мышление фиксирует специфику потребления контента «человеком рассеянным», «клипортаж» выступает как осознанный профессиональный инструмент журналиста (Ким, 2023). Он использует «правило 8 секунд» не для деградации качества, а для упаковки глубоких смыслов в динамичную форму, адаптированную под физиологические границы внимания мобильного пользователя.

Второе сущностное отличие касается понятия инфотейнмент. В справочной литературе инфотейнмент определяется как способ подачи материалов в развлекательной форме для повышения охвата (Adornato, 2017). «Клипортаж», хотя и заимствует элементы зрелищности, в своей основе остается инструментом оперативного информирования и повышения медиаграмотности (Бельдибекова, 2024). Если инфотейнмент зачастую ведет к таблоидизации и доминированию «мягких» новостей, то «клипортаж» сохраняет приоритет общественно значимой повестки, используя эстетику мобильного видео (вертикальные кадры, быстрый монтаж) как средство доставки серьезного контента (Черниченко, 2025).

Наконец, «клипортаж» следует отличать от мультимедийного сторителлинга. Мультимедийный сторителлинг

тимедийный сторителлинг - это целостная форма повествования, объединяющая текст, звук и видео в сложные форматы (Ястребцева, 2016). Однако классический сторителлинг часто требует длительного погружения, что вступает в противоречие с привычкой «диагонального» чтения в мобильных лентах. «Клипортаж» же представляет собой «сжатый» вариант качественной истории: он переносит мастерство рассказчика в условия сверхбыстрого потока новостей, становясь своего рода «микро-сторителлингом» для экономики внимания (Burum & Quinn, 2016). Таким образом, легитимация «клипортажа» заполняет пустующую нишу между кратким новостным сообщением и глубоким мультимедийным проектом, предлагая новый стандарт эффективности для MoJo-репортера (Бельдибекова, 2024).

Влияние алгоритмических платформ на дистрибуцию. Алгоритмическая платформа привела к окончательной утрате СМИ монополии на формирование информационной повестки дня, передав функции главных «гейткиперов» программным кодам социальных сетей (Асанов и др., 2025; Барлыбаева, 2024; Adornato, 2017). В этой новой реальности видимость журналистского контента определяется не его общественной значимостью, а «умными» алгоритмами, которые приоритизируют материалы на основе пользовательских реакций: лайков, репостов и, прежде всего, комментариев (Асанов и др., 2025; Ким, 2023). Казахстанские пользователи все реже посещают главные страницы сайтов, предпочитая «жизнь в ленте», где новости потребляются импульсивно в режиме реального времени (Ақсейіт, 2021; Барлыбаева, 2024; Burum, 2016).

Редакции вынуждены внедрять стратегии Social Media First, полностью перестраивая процесс дистрибуции под требования конкретных цифровых площадок (Бельдибекова, 2024; Adornato, 2017; Burum & Quinn, 2016). Платформы стремятся удержать аудиторию внутри своих экосистем, поэтому алгоритмы зачастую пессимизируют посты с внешними ссылками, уводящими на сторонние сайты. Чтобы сохранить охваты, журналисты используют «кричащие» и кликбейтные заголовки, адаптированные для мобильных устройств, а также нативные форматы контента - карточки, инфографику и видео с титрами, поскольку у автора есть всего от 3 до 8 секунд, чтобы привлечь внимание «клиповой» аудитории (Бельдибекова, 2024; Ким, 2023; Черниченко, 2025; Ястребцева, 2016). Эффективность работы в такой среде оценивается не только количеством просмотров, но и способностью вызвать эмоциональный резонанс и дискуссию (Асанов и др., 2025; Бельдибекова, 2024).

В информационном пространстве Казахстана Telegram занял нишу уникальной гибридной площадки, объединяющей функции персонального пространства и мощного публичного медиа (Барлыбаева, 2024; Ормаханова, 2023; Burum, 2016). Отсутствие единой алгоритмической ленты в мессенджере возвращает пользователю контроль над повесткой, однако это требует от редакций высокого уровня мастерства в удержании лояльности. Ключевым критерием успеха становится Engagement Rate (коэффициент вовлеченности), который в Telegram часто значительно выше, чем в традиционных соцсетях (Бельдибекова, 2024; Асанов и др., 2025). Специализированные каналы в Казахстане стали настолько влиятельными, что зачастую выступают первоисточниками информации для официальных СМИ, которые вынуждены цитировать их публикации, подтверждая смену парадигмы распределения новостной власти (Барлыбаева, 2024; Ормаханова, 2023; Thomson Foundation, 2017).

Вызовы и этические аспекты. Трансформация в сторону мобильности несет ряд рисков. Во-первых, деградация качества: погоня за скоростью и кликбейтом часто ведет к жанрово-тематической деградации и снижению стандартов фактчекинга. В условиях алгоритмической платформизации, где у автора есть всего несколько секунд, чтобы зацепить пользователя, глубина анализа и вдумчивая работа над текстом уступают место броской визуальной «упаковке» и упрощенным смысловым формам (Асанов и др., 2025; Ким, 2023).

Во-вторых, дезинформация: стремительный рост фейковых новостей и дипфейков в цифровой среде подрывает фундамент доверия к СМИ как легитимному источнику информации (Ормаханова, 2023). Процесс платформизации позволяет контенту распространяться мгновенно, минуя традиционные механизмы редакционного контроля (гейткипинга), что создает идеальные условия для циркуляции дипфейков и манипулятивных материалов. Для казахстанских журналистов критически важным становится владение инструментами верификации и методами фактчекинга, так как в эпоху избыточности информационных потоков именно достоверность остается «сердцем нравственной журналистики» (Adornato, 2017).

В-третьих, этические дилеммы: проблемы приватности при съемке смартфоном и соблюдение «Кодекса этики журналиста Казахстана» в условиях анонимности сетей. Неагрессивный и порой скрытый характер съемки смартфоном может привести к нарушению права на неприкосновенность частной жизни (Черниченко, 2025; Вигум, 2016). Несмотря на наличие в стране профессионального кодекса, анонимность сетей и стремление к эксклюзивности провоцируют публикацию кадров без согласия героев сюжета.

В-четвертых, технологическая зависимость: качество материала напрямую зависит от заряда батареи, памяти устройства и стабильности сетей 4G/5G. В отличие от традиционного оборудования, мобильные инструменты требуют постоянного обновления программного обеспечения и адаптации к часто меняющимся алгоритмам платформ, что вносит в работу редакций элемент нестабильности и технологической неопределенности (Cameron, 2008; Kitsa & Mudra, 2019).

Заключение

Проведенное исследование показывает, что «клипортаж» представляет собой инновационный тренд мобильной журналистики (MoJo), органично балансирующий задачи информирования и развлечения в условиях клипового сознания и алгоритмической платформизации. Являясь гибридным форматом, он не заменяет традиционные формы медиа, а выступает мощным инструментом их модернизации и повышения конкурентоспособности на цифровом рынке.

В казахстанском контексте внедрение клипортажа способно существенно повысить медиаграмотность аудитории, одновременно усиливая вовлеченность молодежи.

Выживание отечественных СМИ в алгоритмической медиасреде напрямую зависит от их способности осваивать инновационные мобильные практики, не жертвуя при этом качеством и ответственностью журналистики. В этой связи реформирование системы журналистского образования с акцентом на развитие «цифрового интеллекта», навыков работы с алгоритмами и создания гибридного контента становится одной из приоритетных задач подготовки кадров нового поколения.

Перспективы дальнейших исследований включают три основных направления.

Во-первых, эмпирическое изучение восприятия клиппорта аудиторией: как различные возрастные и социальные группы оценивают достоверность и качество короткоформатного новостного контента. Во-вторых, экспериментальное исследование эффективности образовательных интервенций: способны ли тренинги по мобильной журналистике повысить не только технические компетенции, но и этическую рефлексию журналистов. В-третьих, сравнительный анализ практик MoJo в странах Центральной Азии для выявления региональных особенностей адаптации глобальных трендов мобильной журналистики.

Практическое внедрение результатов возможно по нескольким направлениям. Разработка образовательных модулей по мобильной журналистике для факультетов журналистики, включающих не только технические навыки работы со смартфоном и приложениями, но и тренинги по этике мобильной съемки и фактчекингу. Создание методических рекомендаций для региональных редакций по внедрению стратегии Mobile First и производству короткоформатного контента для алгоритмических платформ. Формирование предложений для профессиональных ассоциаций журналистов по обновлению этических кодексов с учетом вызовов мобильной журналистики (приватность, верификация дипфейков, работа с UGC-контентом).

В более широкой перспективе данное исследование вносит вклад в развитие медиаисследований Центральной Азии, вводя и концептуализируя термин «клиппорт» и предлагая модель адаптации традиционных СМИ к условиям алгоритмической платформизации. Оно демонстрирует, что мобильная журналистика в постсоветских контекстах развивается не как прямая калька западных практик, а как гибридная форма, сочетающая глобальные технологические тренды с локальными культурными и институциональными особенностями.

Финансирование

Исследование не имело внешнего финансирования.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Список литературы:

Adornato, A. (2017) Mobile and social media journalism: A practical guide. CQ Press/SAGE.

Ақсейіт, Ғ. М. (2021) Современное состояние СМИ Республики Казахстан. Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. Серия: Журналистика, 3(136), pp. 27-34. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2021-136-3-27-34> (қаралған күні: 16.07.2026).

Асанов, Қ. Д., Мадиярова, Ж. Б. and Сиязбаев, Н. К. (2025) Цифрлық медиа дәуірінде жаңа технологиялардың журналистикаға әсері. Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. Серия: Журналистика, 3(152), pp. 114-123. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-152-3-114-123> (қаралған күні: 16.07.2026).

Барлыбаева, С. Х. (2024) Трансформация медиaproстранства в Казахстане. In: Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности, pp. 243-246. Издательство Урал. ун-та. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.6> (қаралған күні: 16.07.2026).

Бельдибекова, А. Т. (2024) Моjo журналистика - жаңа мүмкіндіктер. Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. Серия: Журналистика, 2(147), pp. 32-44. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.6> (қаралған күні: 16.07.2026).

Burum, I. (2016) Democratizing journalism through mobile media: The mojo revolution. Routledge. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.4324/9781315630335> (қаралған күні: 16.07.2026).

Burum, I. and Quinn, S. (2016) MOJO: The mobile journalism handbook: How to make broadcast videos with an iPhone or iPad. Focal Press.

Cameron, D. (2008) Mobile journalism: A snapshot of current research and practice. In: End of Journalism? Technology, Education and Ethics Conference 2008, pp. 1-6. University of Bedfordshire.

Черниченко, Е. Н. (2025) Визуальные компоненты мобильной медиакommunikation. Международный научно-исследовательский журнал, 5(155). [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.155.96> (қаралған күні: 16.07.2026).

Градюшко, А. А. (2019) Основы творческой деятельности веб-журналиста. БГУ.

Гукиш, А. А. (2023) MOJO в работе современных медиа. Журнал «Научный аспект», 2.

Гусейнова, А. А. (2017) Программа дисциплины «Основы творческой деятельности журналиста». КФУ.

Ким, М. Н. (2023) Инновационные практики в работе мультимедийных журналистов. Управленческое консультирование, 4, pp. 74-82. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2023-4-72-80> (қаралған күні: 16.07.2026).

Kitsa, M. and Mudra, I. (2019) Mobile journalism as a new form of media communication. National University Lviv Polytechnic.

Корогодов, В. О. (2020) Мобильная фотожурналистика как явление современных медиа (Бакалаврская работа). СГУ.

López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á., Westlund, O. and Canavilhas, J. (2019) Mobile journalism: Systematic literature review. Comunicar, 59(27), pp. 9-18. [Онлайн] Қолжетімді: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01> (қаралған күні: 16.07.2026).

Ормаханова, Е. Н. (2023) Особенности языковых средств ролевых моделей в цифровой журналистике Казахстана. Tiltanym, 3(91), pp. 127-134.

Thomson Foundation. (2017) Annual review 2017: Deepening Digital: Journalists in Kazakhstan are going mobile.

Ястребцева, Е. (Ред.). (2016) Мобильные приложения в современной журналистике: дистанционный курс. Лига юных журналистов.

Сейдеханов С.А.

«Тұран» Университеті, Алматы, Қазақстан

Медиа өндірісті трансформациялау жағдайындағы Қазақстан мобильді журналистикасы

Аңдатпа. Медиа ортаның цифрлық трансформациясы мобильді құрылғылардың ақпаратқа қол жеткізудің негізгі арнасы ретінде үстемдігіне әкелді, бұл жаңалықтар мазмұнын құру және тарату тәсілдерін түбегейлі өзгертті. Жұмыстың мақсаты - Қазақстандағы мобильді журналистиканың (MoJo) дамуын талдау және алгоритмдік

платформалаудың әсерінен медиа өндірісті трансформациялаудың негізгі бағыттарын анықтау. Негізгі бағыттарға MoJo құбылысын теориялық тұрғыдан түсіну, журналистердің жаңа рөлдік модельдерін талдау және “клипортаж” авторлық тұжырымдамасын негіздеу кіреді. Ғылыми маңыздылығы қазақстандық ғылыми дискурсқа “клипортаж” ұғымын енгізу және тұжырымдау болып табылады, бұл мобильді журналистиканың гибриді форматтарын сипаттаудағы терминологиялық лакунаны толтырады. Практикалық маңыздылығы-редакциялық процестерді модернизациялау және журналистерге арналған білім беру бағдарламаларын әзірлеу үшін тұжырымдарды қолдану мүмкіндігі. Зерттеу әдістемесінің қысқаша сипаттамасы. Әдістемелік база мобильді журналистика және платформалау бойынша ғылыми әдебиеттерді, сондай-ақ MoJo-практиканы енгізетін қазақстандық медианың кейс-стадиін (“Deepening digital” жобасы, “Алау” телеарнасы, “Бизнес Атамекен” арнасындағы I-Sanj роботы) талдауды қамтиды. Негізгі нәтижелер мен талдау, қорытындылар. Қазақстандық редакциялар “Mobile First” стратегиясына көшетіні, “әмбебап журналист” (журналист-оркестр) жаңа рөлі қалыптасып, жасанды интеллект технологиялары интеграцияланатыны анықталды. Ұсынылған “клипортаж” тұжырымдамасы клиптік сана мен зейін экономикасы жағдайында ақпараттандыру мен ойын-сауық арасындағы тепе-теңдікті сақтайтын гибриді форматты сипаттайды. Жүргізілген зерттеудің мәні. Отандық ғылымда алғаш рет жұмыс “клипортаж” терминін енгізіп, оны іргелес ұғымдардан (инфотейнмент, клиптік ойлау, мультимедиялық сторителлинг) тұжырымдамалық тұрғыдан ажыратып, дәстүрлі БАҚ-ты алгоритмдік ортаға бейімдеу моделін ұсынады. Жұмыс нәтижелерінің практикалық маңызы. Нәтижелер “цифрлық интеллектті” дамытуға баса назар аудара отырып, журналистік білім беруді реформалау кезінде, сондай-ақ контент өндірісінің мобильді технологияларын енгізетін өңірлік редакциялардың тәжірибесінде пайдаланылуы мүмкін.

Түйін сөздер: мобильді журналистика, MoJo, клипортаж, алгоритмдік платформалау, БАҚ цифрлық трансформациясы.

Seidekhanov S.A.

Turan University, Almaty, Kazakhstan

Mobile Journalism in Kazakhstan Amid Changes in Media Production

Abstract. The digital transformation of the media environment has led to the dominance of mobile devices as the main channel of access to information, which has radically changed approaches to the creation and dissemination of news content. The purpose, main directions and ideas of the research. The purpose of the work is to analyze the development of mobile journalism (MoJo) in Kazakhstan and identify key areas of media production transformation under the influence of algorithmic platformization. The main directions include the theoretical understanding of the MoJo phenomenon, the analysis of new role models of journalists and the substantiation of the author's concept of “clip art”. The scientific significance lies in the introduction and conceptualization of the concept of “clip art” into Kazakhstani scientific discourse, which fills a terminological gap in the description of hybrid formats of mobile journalism. The practical significance lies in the possibility of using the findings to modernize editorial processes and develop educational programs for journalists. The methodological base includes an analysis of scientific literature on mobile journalism and platformization, as well as a

case study of Kazakhstani media implementing MoJo practices (the project “Deepening Digital”, the TV channel “Alau”, the robot i-Sanj on the channel “Business Atameken”). Main results and analysis, conclusions. It has been established that Kazakhstani editorial offices are switching to the “Mobile First” strategy, a new role of “universal journalist” (orchestra journalist) is being formed, and artificial intelligence technologies are being integrated. The proposed concept of “clip art” describes a hybrid format that balances information and entertainment in the context of clip consciousness and the economy of attention. The value of the conducted research. For the first time in Russian science, the work introduces the term “clip art”, conceptually distinguishing it from related concepts (infotainment, clip thinking, multimedia storytelling), and offers a model for adapting traditional media to an algorithmic environment. The practical significance of the results of the work. The results can be used in the reform of journalism education with an emphasis on the development of “digital intelligence”, as well as in the practice of regional editorial offices implementing mobile content production technologies.

Keywords: mobile journalism, MoJo, clip reportage, algorithmic platformization, digital media transformation.

References

- Adornato, A. (2017) Mobile and social media journalism: A practical guide. CQ Press/SAGE.
- Akseiit, G. M. (2021) Sovremennoe sostoyanie SMI Respubliki Kazakhstan [The current state of mass media of the Republic of Kazakhstan]. Vestnik Evraziyskogo natsional'nogo universiteta imeni L. N. Gumileva. Seriya: Zhurnalistika, 3(136), pp. 27-34. [Online] Available at: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2021-136-3-27-34> (Accessed: 16 July 2026). [In Russian]
- Asanov, Q. D., Madiyarova, Zh. B. and Siyazbayev, N. K. (2025) Tsifrlyq media dauirinde zhana tekhnologiyalardyn zhurnalistikaqa aseri [The impact of new technologies on journalism in the digital media era]. Vestnik Evraziyskogo natsional'nogo universiteta imeni L. N. Gumileva. Seriya: Zhurnalistika, 3(152), pp. 114-123. [Online] Available at: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-152-3-114-123> (Accessed: 16 July 2026). [In Kazakh]
- Barlybayeva, S. Kh. (2024) Transformatsiya mediaprostranstva v Kazakhstane [Transformation of the media space in Kazakhstan]. In: Tsifrovaya zhurnalistika: tekhnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoy deyatel'nosti [Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity], pp. 243-246. Izdatel'stvo Ural. un-ta. [Online] Available at: <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.6> (Accessed: 16 July 2026). [In Russian]
- Beldibekova, A. T. (2024) Mojo zhurnalistika - zhana mumkindikter [Mojo journalism - new opportunities]. Vestnik Evraziyskogo natsional'nogo universiteta imeni L. N. Gumileva. Seriya: Zhurnalistika, 2(147), pp. 32-44. [Online] Available at: <https://doi.org/10.26577/HJ.2024.v72.i2.6> (Accessed: 16 July 2026). [In Kazakh]
- Burum, I. (2016) Democratizing journalism through mobile media: The mojo revolution. Routledge. [Online] Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315630335> (Accessed: 16 July 2026).
- Burum, I. and Quinn, S. (2016) MOJO: The mobile journalism handbook: How to make broadcast videos with an iPhone or iPad. Focal Press.
- Cameron, D. (2008) Mobile journalism: A snapshot of current research and practice. In: End of Journalism? Technology, Education and Ethics Conference 2008, pp. 1-6. University of Bedfordshire.

Chernichenko, E. N. (2025) Vizual'nye komponenty mobil'noy mediakommunikatsii [Visual components of mobile media communication]. Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal, 5(155). [Online] Available at: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.155.96> (Accessed: 16 July 2026). [In Russian]

Gradyushko, A. A. (2019) Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti veb-zhurnalista [Fundamentals of the creative activity of a web journalist]. BGU. [In Russian]

Gukish, A. A. (2023) MOJO v rabote sovremennykh media [MOJO in the work of modern media]. Zhurnal «Nauchnyy aspekt», 2. [In Russian]

Guseynova, A. A. (2017) Programma distsipliny «Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista» [Syllabus of the discipline "Fundamentals of the creative activity of a journalist"]. KFU. [In Russian]

Kim, M. N. (2023) Innovatsionnye praktiki v rabote mul'timediynykh zhurnalistov [Innovative practices in the work of multimedia journalists]. Upravlencheskoe konsul'tirovanie, 4, pp. 74-82. [Online] Available at: <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2023-4-72-80> (Accessed: 16 July 2026). [In Russian]

Kitsa, M. and Mudra, I. (2019) Mobile journalism as a new form of media communication. National University Lviv Polytechnic.

Korogodov, V. O. (2020) Mobil'naya fotozhurnalistika kak yavlenie sovremennykh media (Bakalavrskaya rabota) [Mobile photojournalism as a phenomenon of modern media (Bachelor's thesis)]. SGU. [In Russian]

Lopez-Garcia, X., Silva-Rodriguez, A., Vizoso-Garcia, A., Westlund, O. and Canavilhas, J. (2019) Mobile journalism: Systematic literature review. Comunicar, 59(27), pp. 9-18. [Online] Available at: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01> (Accessed: 16 July 2026).

Ormakhanova, E. N. (2023) Osobennosti yazykovykh sredstv rolevykh modeley v tsifrovoy zhurnalistike Kazakhstana [Features of linguistic means of role models in digital journalism of Kazakhstan]. Tiltanym, 3(91), pp. 127-134. [In Russian]

Thomson Foundation. (2017) Annual review 2017: Deepening Digital: Journalists in Kazakhstan are going mobile.

Yastrebtseva, E. (Ed.). (2016) Mobil'nye prilozheniya v sovremennoy zhurnalistike: distantsionnyy kurs [Mobile applications in modern journalism: a distance learning course]. Liga yunykh zhurnalistov. [In Russian]

Сведения об авторах

Сейдеханов С. А. – PhD, ассоциированный профессор Высшей школы медиа и межкультурных коммуникаций университета «Тұран», 050013, Алматы, Казахстан.

Авторлар туралы мәлімет

Сейдеханов С. А. – PhD, «Тұран» университетінің медиа және мәдениетаралық коммуникациялар жоғары мектебінің қауымдастырылған профессоры, 050013, Алматы, Қазақстан.

Information about the author

Seidekhanov S. A. – PhD, Associate Professor, Higher School of Media and Intercultural Communications, Turan University, 050013, Almaty, Kazakhstan.