

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖА БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

НУРУТДИНОВА МАДИНАБОНУ ЧОРИЕВНА

**МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ ШАРОИТИДА
МУЛЬТИМЕДИАВИЙ ЖУРНАЛИСТИКА**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент – 2020

**Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)
по филологическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of philosophy (PhD) on
philological sciences**

Нурутдинова Мадинабону Чориевна Медиаконвергенция шароитида мультимедиавий журналистика.....	3
Нурутдинова Мадинабону Чориевна Мультимедийная журналистика в аспекте медиаконвергенции.....	25
Nurutdinova Madinabonu Choriyevna Multimedia Journalism in Media Convergence.....	47
Эълон қилинган ишлар рўйхати..... Список опубликованных работ List of published works	51

**ЎЗБЕКИСТОН ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯЛАР УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖА БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01
РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

НУРУТДИНОВА МАДИНАБОНУ ЧОРИЕВНА

**МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ ШАРОИТИДА МУЛЬТИМЕДИАВИЙ
ЖУРНАЛИСТИКА**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент – 2020

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертация мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси хузуридаги Олий аттестация комиссиясида В 2019.1.PhD/Fil765 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифасида (www.uzjoku.uz) ҳамда «ZiyoNet» Ахборот-таълим портали (www.ziyounet.uz)да жойлаштирилган.

Илмий раҳбар: **Тешабаева Дилфуза Муминовна**
филология фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар: **Худойқулов Мухтар**
филология фанлари доктори

Ҳасанов Бахтиёр Мадаминвич
Сиёсий фанлар номзоди

Етакчи ташкилот: **Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети**

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети хузуридаги илмий даражалар берувчи PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 рақамли Илмий кенгашнинг 2020 йил «__» _____ соат ____ даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 100017, Тошкент шаҳри, Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com.)

Диссертация билан Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин. (Манзил: 100017, Тошкент шаҳри, Марказ-5, 88-уй. Тел.: (99871) 207-09-06).

Диссертация автореферати 2020 йил «__» _____ кuni тарқатилди.
(2020 йил «__» _____ даги _____ рақамли реестр баённомаси).

Ф.А.Мўминов
Илмий даражалар берувчи
Илмий кенгаш раиси,
филология фанлари доктори, профессор

Н.Ф.Муратова
Илмий даражалар берувчи
Илмий кенгаш илмий котиби,
филология фанлари номзоди, доцент

Қ.Т.Ирназаров
Илмий даражалар берувчи
Илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар раиси,
тарих фанлари доктори, профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда фан ва технологиялар таракқиёти натижасида электрон ҳисоблаш технологиялари, инфокоммуникацион воситалар, нано ва робот техникаси, микроэлектроника, 3-4-5 G (generation- 3-4-5 янги авлод технологиялари) йўналиши, “smart” – ақлли дастурлари, квант компьютерлари, 3 D (dimensional) ўлчов бирлиги каби йирик ихтиролар юзага келди. Бу жараён турли соҳалар, жумладан, журналистика соҳасида ҳам янги мультимедиавий журналистика, робот журналистика, дрон журналистика, тармоқ журналистикаси каби янги йўналишларнинг пайдо бўлишига замин яратди. Коммуникацион платформа таркибидаги ОАВнинг конвергенцияси ва трансформацияси, онлайн журналистика йўналишлари, жанрлар тури, интеграцияси, медиа журналистика компетенцияси, аудиторияни жалб этиш усуллари ва психологик омиллари, контент таҳлил ва медиаметрия масалаларини ўрганиш журналистиканинг долзарб масалаларидан ҳисобланади.

Дунё олимлари томонидан оммавий ахборот воситаларининг онлайн форматини йўлга қўйиш масаласи тезкор ҳал этилмоқда. Шу маънода онлайн журналистика сифатини тубдан янгилаш, унинг контентини такомиллаштириш мақсадида, аудитория психологияси, омманинг ахборотга бўлган қизиқишлари ва кузатувлари чуқур ўрганилмоқда. Ривожланган мамлакатлар журналистикаси нафақат анъанавий, балки интернет тармоғидаги онлайн шакли, мультимедиавий формати ҳисобига жадал ривожланди. Халқаро амалиётда тармоқ журналистикаси ўз эътиборини контентнинг қизиқарли ва визуал жиҳатдан мультимедиавий рангба-ранг бўлишига муҳим эътибор қаратмоқда.

Мамлакатимиз ахборот бозорига хорижий электрон нашрлар орқали тақдим этилаётган янгиликлар оқимиغا миллий мафкурамиз йўғрилган ғоявий ахборотлар билан муносабат билдириш ва ўқувчиларга тўғри маълумотларни етказиш бош вазифага айланди. Онлайн журналистикада медиакомпетенцияси мультимедиавий жанрларнинг интегратив хусусиялари, интернет контентини– медиаметрия қилиш масалалари ҳамда ОАВ трансформация натижаларини илмий жиҳатдан тадқиқ қилиш зарурати кучаймоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармонидаги 1.3. Жамоатчилик бошқаруви тизимини такомиллаштириш бандига кўра “Оммавий ахборот воситаларининг ролини кучайтириш, журналистларнинг касбий фаолиятини химоя қилиш”, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 14 августдаги “Интернет жаҳон ахборот тармоғида миллий контентни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 625-сон Қарори, Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат портали тўғрисидаги Низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 17.12.2007 й.даги 259-сонли қарорига 1-илова) ва шу каби фаолиятга доир бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган

вазифалар, қолаверса, жорий 2020 йил “Илм-маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш”да халқаро ахборот коммуникация технологияларини кўллаб-қувватлаш, журналистика илмий изланишлар кўлами ҳамда кўрсаткичини янада оширишга кенг имкониятлар яратади ва ушбу диссертация журналистика соҳасида онлайн нашрлар фаолияти, рақамли инфокоммуникацион ахборотларни такомиллаштиришга муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларга мослиги. Диссертация республика фан ва технологиялар ривожланишининг: “Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари” устувор йўналиши доирасида бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Интернетнинг ОАВга таъсири натижасида вужудга келган янги тармоқ журналистикаси бир қатор хорижий ҳамда юртимиз олимлари томонидан турли даражада ўрганилган. Интернет кўпроқ коммуникатив мулоқот воситаси, технологик ривожланиш омили ҳамда ахборот манбаи сифатида ўрганилган қатор хорижий тадқиқот ишлари жумласига: М. Кастельс, Э. Тоффлер, З. Бжезинский, С. Машкова, А. Калмиков, М. Маклюэн, Э. Олешко, А. Амзин, И. Кирия, А. Галустян, Я. Засурский, А. Качкаева, Тим Дьюер, Д. Кэмпбел, И. Аугуст, Е. Барановаларнинг илмий изланишларини киритиш мумкин¹.

Интернет тарихи, онлайн журналистика анъанавий ОАВга бўлган таъбири глобал шароитдаги янги технологиялари, Ўзбекистон онлайн нашрларининг ўзига хослиги ҳамда глобал иқтисодий ахборот бозори шароитидаги вазифалари, ижтимоий тармоқдаги янги нашрлар тенденцияси, интерактив матбуот турларининг ўзига хослигига доир масалалар бўйича – М. Худойкулов, Ш. Қудратхўжаев, А. Нурматов, Н. Қосимова, Н. Муратова, Ф. Мўминов, А. Матякубов, Д. Рашидова, Г. Алимова, Ё. Мамадова, Х.

¹ Кастельс Э. Галактика Интернет.–Екатеринбург.: Издательство “У-Фактория”, 2004; Тоффлер Э. Третья волна. –М.: "Фирма Издательство "АСТ", 2004; Бжезинский З. Между двумя веками. 1972; Машкова С. Интернет-журналистика: учебное пособие.–Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006; Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. –М.: Канон-пресс, 2003; Олешко Е. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. фед. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015; Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2016; –Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016; Кирия И. Что такое мультимедиа? Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. –Москва., 2010; Галустян А. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн -журналистики. –Екатеринбург, 2016; Засурский И. И. Интернет и интерактивные электронные медиа. –М., 2007; Качкаева А. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. –М.: Аспект Пресс, 2010; Campbell D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism. 2013; Tim Dwyer, McGraw-Hill Education, Maidenhead. New York: McGraw Hill/ Open University Press, 2010; August E. Grant Jeffrey S. Wilkinson. Understanding Media Convergence. Pub. 2011; Баранова Е. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. –М.: Юрайт, 2014.

Дўстмухаммад, Ф. Мўминова, С. Дониёровлар² илмий изланиш олиб боришган.

Юқорида санаб ўтилган тадқиқотларда асосан анъанавий ҳамда онлайн журналистиканинг умумий хусусиятлари, тарихи, касб одоби, ижтимоий тармоқлар фаолияти тенденциялари ўрганилган. Санаб ўтилган тадқиқотлар ва шу сингари бошқа манбаларда медиаконвергенция шароитида мультимедиавий журналистика муаммолари алоҳида мавзу сифатида ўрганилмаган, яхлит шаклда таққослаб таҳлил қилинмаган. Айнан онлайн журналистиканинг медиакомпетенцияси, интернет контенти ребрендинг усуллари – медиаметрия масалаларига алоҳида тўхталиб ўтилмаган. Қолаверса, мультимедиавий жанр турлари ва уларнинг концептуал таснифи тизимли равишда таҳлил қилинмаган.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети илмий-тадқиқот ишлари режасининг “Докторантлар, мустақил изланувчилар ва талабаларнинг илмий-ижодий ишлари” банди доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади – медиаконвергенция шароитида мультимедиавий журналистиканинг хусусиятлари, концептуал таснифи, муаммоларини Ўзбекистон ва хорижий янгилик сайтлари мисолида қиёсий жиҳатдан ёритиш.

Тадқиқотнинг вазифалари:

глобаллашув шароитида медиаконвергенция натижасида юзага келадиган ОАВ трансформация натижаларини тадқиқ этиш;

конвергенциянинг назарий асослари ва онлайн журналистика йўналишлари ўрганилиб, фаолиятини такомиллаштириш усуллари аниқлаш; журналистик материалларда вербал, визуал, аудио форматлар бирлашувидаги жанрларнинг конвергенциялашув даражасини таҳлил қилиш;

² Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. –Тошкент: “Тафаккур” 2010; Қудратхўжаев Ш. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: Ўзбекистон, 2011; Қудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. –Т.: Ўзбекистон, 2011; Нурматов А., Тўхлиева Н. Шарҳлаш журналистикаси. Тошкент: “Bayoz” 2013; Қосимова Н. Онлайн журналистика. Дарслик. –Тошкент, 2019; Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка. Автореф. дисс. канд. филол. н. – Т.: НУУз, 2011; Интернет журналистика. Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф. Мўминов. – Т.: MRS-Tashkent, 2005; Матякубов А. Влияние интернет журналистики на преобразование средств массовой информации. Дисс. –Т.; 2003; Рашидова Д., Н.Муратова. Интернет журналистика. –Т., 2007; Алимова Г. Социал тармоқларда журналистиканинг шаклланиши, фаолият тенденциялари ва хусусиятлари. Автореф. –Тошкент 2018; Мамадова Я. Суриштирув журналистикаси: глобал ва миллий тажриба. –Т.: “Extremum-press” 2018; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2005; Муминова Ф. Роль СМИ в развитии межкультурных связей. URL: <http://www.journal.fledu.uz>; Дониёров С. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции. Автореф. Дисс. Т. – 2019.

мультимедиавий жанрлар орқали ахборотнинг таъсири ва кўлами ўрганилиб, уларнинг интегратив хусусиятларини таснифлаш;

глобаллашув натижасида юзага келган конвергент тахририятда фаолият олиб боровчи универсал журналист ижодий фаолиятининг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш ва транспрофессионализм шартларини далиллаш;

медиаконвергент тахририят ахборотининг аудиторияга таъсирини ўрганиш ва уларни психологик жалб этувчи омилларини баҳолаш;

интернет журналисти ижодини такомиллаштиришда контент таҳлилни амалга ошириш ҳамда медиаметрия масалаларининг афзалликлари ва истиқболларини белгилаш;

конвергенция шароитида мультимедиавий журналистикани ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти Ўзбекистон (kun.uz, xabar.uz, daryo.uz) ва хорижий (rianovosty.ru, the times.com, cnn.com) ахборот сайтларининг конвергенция жараёнидаги фаолияти хизмат қилади.

Тадқиқотнинг предмети мультимедиавий жанр турлари, хусусиятлари, конвергенция жараёнида ахборот жанрларининг интеграцияси, аудиторияни жалб этиш усуллари ва психологик омиллари, медиаконтентнинг медиаметрик асослари ташкил этади.

Тадқиқотнинг усуллари. Диссертацияда тарихий-қиёсий, илмий-назарий, мантикий-экспериментал, статистик, медиатаҳлил, социологик ва журналистик кузатув усулларидан, суҳбат, интервью, анкета сўровларидан кенг фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

ОАВ медиаконвергенциясидан ҳосил бўлган трансформация ва интеграция натижалари аниқланган.

анъанавий ҳамда интернет журналисти ижодининг конвергенция шароитида фаолият олиб бориш усуллари кенгайиб, универсалликдан транспрофессионалликка ўтиши асосланган;

сайт контентини мультимедиавий жанрлар билан бойитиш орқали таркибни такомиллаштиришдаги самарадор усуллар асосланган;

онлайн нашрларда мультимедиавий контент самарадорлигини ошириш натижасида аудиторияни жалб этишнинг ижтимоий-психологик омиллари очиқ берилган;

Ўзбекистон ва хорижий ахборот сайтлари контент таркибида қўлланилган ахборот (мультимедиавий жанр турлари, мавзу, йўналиши, назарий-амалий аҳамияти, тармоқ рейтинги, материаллар мазмуни, аудитория мезонларини аниқланаш)ни етказиш ҳамда унинг аудитория томонидан қабул қилиниш жараёнида таҳлил модели сифатида хизмат қила оладиган медиаметрик таҳлил намунасини қўллаш тамойиллари асосланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

медиаконвергенциянинг назарий асослари ва ривожланиш тенденциялари, йўналишлари, синергетик ёндашув хусусиятлари ўрганилган;

хорижий ҳамда республика онлайн нашрлар фаолияти типологик аспектда қиёсий ўрганилган;

онлайн журналистикада жанрлар интеграцияси, мультимедиавий жанр турлари ва уларнинг концептуал таснифи ўрганилиб, қўллаш амалиёти бўйича таклифлар берилган;

онлайн журналист фаолияти, компетенцияси таҳлил қилиниб, универсаллик ҳамда транспрофессионаллик хусусиятларининг ўзига хослиги кўрсатиб ўтилган;

онлайн нашрлар аудиторияси ўрганилиб, психологик жалб этишга доир таклиф-тавсиялар берилган;

ахборот сайтлари фаолияти таҳлил қилиниб, контенти такомиллаштириш бўйича медиаметрия ўрганиш усули таклиф қилинган.

2018-2019 йилларда республика ижодкорлари учун Ўзбекистон журналистларининг ижодий уюшмаси томонидан ўтказилган онлайн журналистикага бағишланган бир қатор анжуман ва семинарлар, маърузаларда материал сифатида ишлатилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги ривожланган хорижий мамлакатлари, жумладан, АҚШ, Европа, Россия ҳамда МДХ давлатлари олимлари эълон қилган илмий изланишлар, тадқиқот ишлари, кенг жамоатчилик ва илмий жамоа томонидан тан олинган таниқли асарларни назарий ҳамда методологик асос бўлиб хизмат қилганлиги, таҳлил жараёнида мантиқан асосланган (анализ, синтез, қиёслаш), мониторинг усуллари, жадвал-ҳисобот шаклидаги, сўровнома усуллари асосида чиқарилган назарий қарашлар ва хулосаларнинг амалиётга татбиқ этилганлиги, натижаларнинг ваколатли тузилмалар томонидан тасдиқланганлиги билан аниқланган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқотнинг илмий аҳамияти таҳлиллар асосида чиқарилган хулосаларнинг онлайн нашрлар фаолият тенденциялари, журналист медиакомпетенцияси масалалари, сайтлар контентини такомиллаштиришдаги назарий ва амалий асосларни тўлдиради; онлайн нашрларда мультимедиавий жанрларни қўллаш ва аудиторияни жалб этиш бўйича берилган таклифлар амалда мавжуд қарашларни такомиллаштириши билан белгиланади.

Тадқиқотнинг амалий аҳамияти олинган хулосалардан олий ўқув юртлари талабаларига журналистика, интернет журналистикаси фаолияти ва жанрлари бўйича дарслик, ўқув қўлланмалар ёзиш, амалиётчи журналистлар учун услубий қўлланма, тавсияномалар яратишда, махсус курс ва семинарлар ўтишда янги ва кам ўрганилган услубий ва назарий манба сифатида хизмат қилиши билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Медиаконвергенция шароитида мультимедиавий журналистика тадқиқи бўйича олинган натижалар асосида:

интернет майдонидаги мультимедиавий журналистиканинг фаолият тенденциялари, мультимедиавий жанрлар интеграцияси, аудиториянинг психологик омиллари ҳамда медиаметрия масалалари бўйича олинган натижалардан, Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги ҳузуридаги

“Дунё” ахборот агентлиги сайтида (www.jahonnews.uz) ахборот тақдим этиш, янгиликларни узатишдаги мультимедиавий жанрлардан фойдаланиш, аудиторияни жалб этишнинг ижобий ҳамда самарали усуллари ва психологик омиллари каби илмий изланишлар юзасидан олинган илмий хулосалари ва таклифларидан фойдаланилган (Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги “Дунё” ахборот агентлигининг 2019 йил 14 ноябридаги 375/ 19-маълумотнома). Натижада, маълумотларни мультимедиавий узатиш усуллари кенгайгайиб, веб сайтнинг ахборот тақдим этишдаги фаолияти такомиллашган.

Контентни таҳлиллаш ва медиаматериаллар тайёрлаш усуллари, янгиликлар узатишдаги мультимедиавий жанрлардан фойдаланиш, аудиторияни жалб этишнинг самарали усуллари ва психологик омиллари каби илмий изланишларидан олинган хулосалар ва амалий ишларидан ЎЗА веб-сайти ахборот таҳририятида кенг фойдаланилган (Ўзбекистон Миллий Ахборот агентлиги 2019 йил 4-ноябрдаги 01-23/ 1138-сонли маълумотнома). Натижада, янгиликлар узатишдаги самарали усуллардан фойдаланиш йўлга қўйилган;

Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси веб-сайти фаолиятида, уюшма томонидан ўтказиладиган назарий ва амалий анжуманлар, семинарлар, айниқса, интернет журналистикаси ходимлари учун бир неча бор ташкил қилинган медиа-тренингларда ахборот тақдим этиш, интернет журналистикасидаги янги жанрлар, тушунчалар, йўналишлар, янгиликлар узатишдаги мультимедиавий жанрлардан фойдаланиш каби илмий изланишлар юзасидан олинган хулосаларга мурожаат қилинган (Журналистлар ижодий уюшмасининг 2019 йил 6 ноябрдаги 15/ 438-сонли маълумотнома). Натижада, мазкур илмий хулосалар соҳа ходимларининг касбий маҳоратини ошириш ва мобил журналист сифатида фаолият юритишига ёрдам берган;

Ўзбекистонда фаолият юритаётган веб-сайтларнинг умумий фаолияти таҳлил қилиниб, шу асосда онлайн журналистика медиа компетенциясини шакллантириш, интернет медиа контентини медиаметрия қилиш бўйича ишлаб чиқилган тавсиялар таклифлар ва хулосалардан “Human.uz” ахборот сайти фаолиятини такомиллаштиришда кенг қўлланилган (“Human Media” масъулияти чекланган жамиятининг 2019 йил 10 декабрдаги 86-маълумотнома). Натижада, сайт ходимларининг интернет журналистикасининг ўзига хос хусусиятларини янада кенгрок ўзлаштиришга ва касбий маҳоратни оширишга ёрдам берган;

шунингдек, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси “Ўзбекистон тарихи” телеканалда узатилган қатор кўрсатувлар, жумладан, “Тақдимот”, “Мавзу” телекўрсатувларида тадқиқотда илгари сурилган илмий-назарий фикрлардан сценарийлар тайёрлашда фойдаланилган (Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг 2019 йил 14 ноябрдаги 02-40-2350-сонли маълумотнома). Натижада, интернетда ахборотнинг аудиторияга психологик таъсири, салбий оқибатлари борасида таклиф ва тавсиялар тақдим этилди.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари жами 13 та, жумладан, 5 та халқаро ва 7 та республика илмий-амалий анжуманида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Тадқиқот мавзуси бўйича жами 14 та илмий иш чоп этилган, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг диссертациялар асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 4 та, 4 та республика ва 5 та мақола хорижий журналларда нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, уч боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва илоадан ташкил топган бўлиб, умумий ҳажми 149 саҳифадан иборат.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида тадқиқот мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, унинг республика фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, муаммонинг ўрганилганлик даражаси ёритилган, тадқиқотнинг мақсади, вазифалари, методлари тавсифланган, тадқиқот объекти, предмети аниқланган, ишнинг илмий янгилиги, олинган натижаларнинг ишончилиги, илмий-амалий аҳамияти асослаб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилганлиги, нашр этилган ишлар, диссертациянинг тузилиши ҳамда ҳажми бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг **“Медиаконвергенция: асосий тушунчалар ва йўналишлар”** номли биринчи бобида медиаконвергенциянинг тарихи, назарий асослари, конвергенция шароитидаги ОАВ трансформацияси ва онлайн журналистика йўналишлари ҳақида фикр юритилади.

Онлайн журналистикада турли жанрлар ҳамда оммавий ахборот воситаларининг интеграллашуви фанда уларнинг қоришиб кетиши, яъни конвергенциясини келтириб чиқарди. Конвергенция (лот. *convergere* – “яқинлашиш”, “бирикиб кетиш”) – ахборот-коммуникация технологияларининг ягона маълумотлар ресурси интеграцияси ёки умумий таркибга бирлашишидир³. Кембриж луғатида конвергенция атамасининг таржимаси “converge” – “бир нуктада тўқнашув”, “бир томонга йўналиш”, “яқинлашиш, қўшилиш” деб берилган⁴.

Профессор Борис Лозовскийнинг “Журналистика ва оммавий ахборот” – номли луғатида: “...медиа турли хил маълумотларни узатишнинг энг замонавий магистрал усули” деб изоҳлайди⁵. Е. Баранованинг фикрича, “...конвергенциянинг дастлабки кўринишларидан бири– бу анъанавий

³ Олешко Е. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. Пособие.; М-во образования и науки, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 128.

⁴ URL: <http://www.dictionary.cambridge.org/ru>

⁵ Лозовский Б. Журналистика и средства массовой информации: крат. словарь. — Изд. 2-е, испр. и доп. – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. –С. 306.

ахборотнинг барча воситалари ягона рақамли шаклда, яъни компьютернинг электрон платформаси ва халқаро тармоқдаги фаолияти – медиаконвергенция ёки медиаморфозис деб аталади”⁶. Бошқа турли манбаларда ҳам мазкур терминнинг вазифаси, хусусиятларига шунга яқин изоҳлар берилган.

Конвергенциянинг журналистикага тадқиқ этилишида коммуникацион алоқаларнинг яхшиланиши, интернетнинг омма орасида жорий этилиши, онлайн ижтимоий мулоқот каби омиллар самарали таъсир кўрсатди. Хорижий оммавий ахборот воситалари онлайн тармоқ имкониятларидан самарали фойдаланиб, мазкур жараёнда ўзининг конвергент форматини ишлаб чиқиб барқарор фаолиятини йўлга қўймоқда.

В. Хельмендикнинг тадқиқотларида ОАВ вазифаларини мувофиқлаштиришда конвергенциянинг қуйидаги принциплари белгилаб берилган: ҳар бир ОАВнинг ўзига хослиги; ахборот мазмунини тизимли таҳрир қилиш; коммуникацион воситалардаги функционал ўзаро боғлиқлик; нашр, радио ва телевидение вазифаларининг умумийлиги⁷ шулар жумласидан.

Конвергенциянинг медиа соҳасида жорий қилиниши– глобаллашув шароитида рақобатбардошликни ошириш натижасида юзага келган бўлиб, ОАВнинг трансформацион фаолияти, жанрлар ва форматлар интеграциясини келтириб чиқарди. Унинг ривожини бошқа қатор соҳалар, жумладан, биология, этнография, тилшунослик, математика каби йўналишларда ҳам мавжуд. Журналистикада конвергенция ҳолати кўпроқ турли ахборот воситалари, жанр, шакл ва дастур бирикуви натижасидаги мукамал матн яратиш жараёни билан бевосита боғлиқ.

ОАВнинг трансформацияси медиа саноатдаги технологик ютуқлар билан бевосита боғлиқ; ушбу жараён 1980 йиллар оралиғида ривож топди⁸. Йирик газета концернлари телевизион компанияларни, ноширлар овоз ёзиш студияларини, телефон компаниялари сунъий йўлдош ҳамда кабель алоқа воситасини сотиб ола бошлади. Ушбу жараёндаги энг йирик трансформация ахборот воситалари формат ҳамда дастурларининг ўзаро қўшилиб кетишида (масалан, радиосериаллар, ТВ онлайн ток-шоуларида) намоён бўлди. Онлайн журналистиканинг трансформацияси босқичма- босқич ривожланиш майдони аспектлари қуйидаги турларни ўз ичига олади: конвергент таҳририят трансформацияси; интеграциялашган таҳририят трансформацияси; кросс-медиа ОАВ таҳририяти.

Янги журналистик ахборот ишлаб чиқариш ва аудитория эътиборини қозониш мақсадида юқори технологияли ньюсрумлар яратилди; медиа-муассасаларнинг конверсион ҳолати; бир асарда вербал, визуал, аудио форматларнинг бирлашуви; кроудсорсинг хизмати; журналистик

⁶ Баранова Е. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. –М.: Юрайт, 2014. –С. 269.

⁷ Хельмендик В. Некоторые проблемы взаимодействия СМИ. Ретроспективный взгляд / В. С. Хельмендик // Отечественное телевидение: традиции и новаторство. Ч. 3. – М.: ИПК ТВ и РВ, 2006. С. 185.

⁸ А. Качкаевой. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010. –С. 200.

материалларда жанрларнинг конвергент ва дивергент ҳолати намоён бўлмоқда. Бундан ташқари, бобда онлайн журналистиканинг трансформация ҳолати ва интеграцияси алоҳида ўрганилган.

Тадқиқотда онлайн нашрларнинг умумий тенденцияси ва янги босқич йўналишларининг таснифи келтирилди: 1. Интерактивлик (инглизчадан *interaction* – ўзаро фаоллик маъносини англатади) У ахборот назарияси, информатика, ахборот технологиялари, телекоммуникация, социология, дизайн, дастурлар, таълим, сиёсий соҳаларда кенг қўлланилади. 2. Ребрендинг усуллари. Бу ахборотни тақдим қилувчи восита брендини янгилаш, мунтазам такомиллаштиришни назарда тутди. Яъни номи, логотипи, шиори, визуал дизайни, жанрлари, ахборот тақдим этиш усуллари каби таркибий қисмлари ўзгартирилади. 3. Гиперматн (*hyperlink-HTML*) хусусияти. Тармоқнинг кўп ўлчовли формат, дастур, мультимедиа бирликлари матнни ҳар томонлама бойитиш, ахборот таркибини такомиллаштиришда кенг фойдаланилади. 4. Онлайн мулоқот. Тармоқнинг яна бир ўзига хос йўналиши бу икки томонлама ахборотлар (горизонтал-вертикал) билан тўлдирилиб, доимий коммуникативлик хусусиятининг самарали ривожлантирилишидир. 5. Тизимловчи дастурлар таъминоти. Сайтга ахборот жойлаштирилгач, махсус экспедитор дастурлари ушбу онлайн нашр маълумотларини турли веб-сайтларга жойлаштириш, кидирув тизимларига кўшиш, мобил алоқа шаклига мослаштириш, ижтимоий тармоқларда ҳаволалар қолдириш. 6. Кроудсорсинг. Медиаконтентни бойитишнинг янги усули бўлиб, (инглизча *crowdsourcing*, *crowd* – “омма” ва *sourcing* – “ресурсидан фойдаланиш”) ахборотни қисқа вақт ичида қайта ишлаб аудиторияга узатиш амалиёти назарда тутилади.

Илмий адабиётлар таҳлили шуни кўрсатадики, журналистик амалиётда ОАВнинг конвергент ҳолатида фаолият олиб бориши, унинг юқори даражадаги тизимдан фойдаланиш миллий онлайн журналистикамиз такомиллашувида муҳим аҳамиятга эга.

Диссертациянинг **“Онлайн журналистикада жанрлар интеграцияси ва трансформацияси”** деб номланган иккинчи боби жанрлар интеграциясининг онлайн журналистикада намоён бўлишининг Ўзбекистон (*kun.uz*, *daryo.uz*, *xabar.uz*) ва хорижий сайтлар (*rianovosty.ru*, *the times.com*, *cnn.com*) материаллари мисолидаги қиёсий таҳлили, уларни такомиллаштирувчи таклифлар, шунингдек, мультимедиавий жанрларнинг концептуал таснифига бағишланган.

Онлайн контент анъанавий матн шаклидаги маълумотни турли ахборот технология дастурлари билан бойитишга муваффақ бўлди. Глобал тармоқнинг янги технологик дигиталлашув имкониятлари – жумладан дастурлар, форматлар ва турли мультимедиавий жанрлари ахборотни визуаллаштириб, маълумотларни қабул қилиш имкониятларини кенгайтди. Мультимедиавийлик хусусиятига кўра, интернетда қўлланиладиган жанрлар ахборотни узатишнинг барча – аудио, визуал, кинетик омилларини (вербал, график, овоз, фотосурат, матн, видео, анимация шулар жумласидан) ўзида мужассам этиб, турли элементлар комплексида тақдим этиш ва истеъмолчига тушунарли тарзида етказиб беришни қамраб олади. Мультимедиавий

технологиялардан аслида, бошқа ОАВ турларида ҳам кенг фойдаланилади, бунга радио интерактив эшиттиришлари, телевиденидаги ток-шоу ва бошқа жонли кўрсатувлар, матбуотнинг ўқувчи билан ўзаро хат алмашишини мисол қилиш мумкин.

Тартибли мультимедиа ҳикояларида мавзунинг муқаддима ва интиҳо нуқталари мавжуд бўлиб, воқелик узвий кетма-кетликда ҳавола қилинади ҳамда матнга доир барча хариталар, схема-жадваллар, расмлар, блогларга тегишли ҳаволалари, инфографика белгилари тақдим этилади. Тартибсиз ҳикоя эса хотимасиз яқунланиши ҳам мумкин. Интернет журналистлари томонидан мультимедиавий ҳикоя, гиперматнларни тузишда энг кўп қўлланилаётган асосий жанрларга лонгрид, инфографика, сторимэпс ва таймлайн, твиттер репортажларни мисол қилиш мумкин. Тармоқдаги мультимедиавий жанрлар камрови, хусусияти, матн таркибига кўра: тасвирий, синтетик, аудио, видео жанрлар комплексига бўлинади. Ишимизда ушбу жанрлар тарихи, таснифи, илмий-назарий асослари тўлиқ ёритилган.

Ушбу бобда тармоқ фойдаланувчилари ҳамда соҳа мутахассислари томонидан кенг қўлланилаётган оммабоп мультимедиавий жанрларнинг қуйидаги аралаш турлари аниқланди: **лонгрид** – ушбу жанр тури ўзининг мураккаб тузилмасига эга бўлиб, бир неча кичик ички боблар йиғиндисидан ташкил топган улкан матн, видео, аудио материаллар бирикмасидир; **инфографика** – маълумотларни тақдим этишнинг график, чизмали услуби бўлиб, бутун бир мақола ёки катта ҳажмли матнни тасвирий график элементлар орқали ифодалаш; **таймлайн** – ижодкорга мавзунинг вақт жадвали воситасида турли дастурлар билан бойитиш имконини берувчи тармоқ ресурслари; **сторимэпс** – ҳикоя+харита; яъни ахборот ёки воқеликни харита ёрдамида аниқ элементлар, жой номлари ва географик координатлар билан бойитиб тасвирлашнинг ўзига хос усули.

Тармоқ ахборот йиғиш, қайта ишлаш, таҳлил қилиш ва тарқатиш, шунингдек, сақлаш вазифаларини умум нуқтада бирлаштириб, горизонтал ҳамда вертикал усулдаги маълумотларнинг айланма ҳаракати йўлга қўйилди. Бу аудиториянинг ҳам ахборот олиши билан бир вақтда ўз маълумотлари билан ўртоқлашиш имкониятини беради.

Тармоқда жанрлар, хусусан, ахборот жанрлари трансформацияси, шубҳасиз, мавжуд жараённинг давомий тенденциясидир. Анъанавий ОАВда қўлланилган барча жанр турлари интернетнинг интерактивлик, гиперматнлилик, онлайн мулоқот каби турли хусусиятлари таъсирида янада мукамаллашиб, ўқувчилар орасидаги энг оммабоп ҳамда долзарб тур сифатида медиаплатформаларнинг асосий маҳсулотига айланди.

Диссертациянинг “**Конвергенция шароитида онлайн журналист фаолияти: универсализм ва транспрофессионализм**” деб номланган учинчи бобида аудиторияни жалб этиш усуллари ва психологик омилларига кенг урғу берилган. Шунингдек, онлайн журналист медиа компетенцияси, интернет журналист ижодини контент таҳлиллаш, тақдим этилган ахборотларни аудиторияга таъсири ва кўламини медиаметрик ўрганиш усуллари тақлиф қилинган.

Журналистиканинг синтетик табиати шахс руҳиятига назар солиб, ундаги ташқи ва ички омилларни ўрганиб чиқишни тақозо этади. Соҳа ходимларининг ахборот воситасида жамият қатламларига таъсир эта олиши ижтимоий ҳодиса сифатида бир нечта компонент орқали ривож топади. Шу боис, журналистика соҳасининг асосий туганмас ўрганиш объекти ва маълумотлар манбаи– бу инсон руҳиятидир. Яъни ахборот етказишда жамият эҳтиёжлари, манфаатлари, қизиқишлари билан бир каторда, унинг психологияси ҳам ҳисобга олинишини англалади.

Интернет майдонидаги оммавий коммуникативлик ҳодисаси туфайли ахборот камровининг психологик таъсири очик ва ёпиқ шаклда кенгайиб

Ахборот → Шахс → Жамият = Умумий натижа бирлиги → Ахборот

бормоқда.

Уларнинг бир-биридан фарқи очик шаклдаги ахборотлар мазмунан ҳамда шаклан аниқ қандайдир мақсадга йўналтирилганини билиш мумкин; ёпиқ турида эса маълумот бошқа бир мазмунда бўлиб, ғоявий жиҳатдан тамомила ўзга мақсадга хизмат қилади.

Медиаконвергенция шароитида аудитория ахборотни қабул қилишнинг анъанавий тартибини тарғиб қилиш шаклидан – эътиборни жалб қилиш моделига айланди. Бунда ахборот тарқатувчи ва қабул қилувчи нуқталарнинг “ўзаро ҳамкорлик” модели замин яратди. Эндиликда ОАВ ходимлари жамият қатлами билан ҳамнафас фаолият олиб бормоқда. Кундан кунга ҳажми ва сони ошиб бораётган онлайн нашрлар, сайтлар ва блогерлик фаолияти бунинг исботидир. Ўзбекистонда амалда мавжуд веб-сайтлар сонининг йиллар бўйича ўсиш кўрсаткичи қуйидагича (1-жадвалга қаранг):

1-жадвал

Йиллар	2015	2016	2017	2018	01.12.2019	01.01.2020
Веб-сайтлар сони	315	362	395	450	495	513

Юқоридаги жадвалда давлат томонидан расман тасдиқланиб, иш олиб бораётган сайтлар шкаласи акс эттирилган. Унда сайтларнинг сон жиҳатдан кескин ўсганини кузатиш мумкин. Халқаро тармоқнинг ўртача кунлик аудиторияси 2020 йил ҳолатига кўра 5,11 миллиардни ташкил қилган. Бу ўтган йилги 2019 йил 1 январь ҳолатидан 2% кўпроқ; ижтимоий тармоқларда умумий 3,48 миллиард фойдаланувчи бўлиб, ушбу кўрсаткич 2020 йил ҳолатида 288 миллионга ўсганини кузатишимиз мумкин⁹. яъни бутун дунё аҳолиси 7,7 миллиардни ташкил қилса, шундан 5, 11 миллиарди халқаро тармоқда онлайн ахборот фойдаланувчисидир. 2000 йилда ҳар бир индивид ўртача 11 соат вақтини телевизор кўришга сарфлаган бўлса, бугунги 2020 йилда унинг ўрнини интернет тармоғи эгаллади. Эндиликда, ҳар бир

⁹ URL: <http://www.wearesocial.com> сайти

истеъмолчининг кундалик интернетдан фойдаланиши 21 соатни ташкил қилмоқда¹⁰. Шу боис тармокнинг улкан аудиториясига эга бўлиш ва унинг эътиборини қозониш мақсадида ОАВ ўзининг электрон онлайн форматини йўлга қўймоқда. Ушбу тенденцияга кўра, турли оммавий ахборот воситалар конвергенцияси омманинг барча сегменти учун мос, интеграциялашган янги контентдаги ахборот маҳсулотлари ишлаб чиқилмоқда. Телевизион давр ахборот маҳсулотлари инфотейнмент (information+entertainment), интернет халқаро тармоғи эдьютейнмент (education+entertainment), индивидуал ахборотлар эса инфоториал (information+editorial) йўналишлари шулар жумласидан¹¹. Аудиторияни ўрганишда улардан олинган маълумотлар концепцияси (шарҳ, кузатув, чат суҳбатлари)ни таҳлил қилиш, ўқувчининг янгиликларга бўлган таъсирини кузатиш, психологик усуллардан фойдаланган ҳолда томошабин талаблари методларини ишлаб чиқиш, муштарийлар тури ва бўлиниш концепциясини ўрганишни талаб этади. Рақобатда аудитория тури ва таснифига кўра, фаолият олиб боровчи мутахассислар ғолиб бўлади. Аҳоли ўртасида ўтказилган сўровномага кўра, ОАВдан фойдаланиш коэффициенти кўрсаткичига кўра натижалар қуйидагича (2 -жадвалга қarang):

2-жадвал

ОАВ тури	01.01.2018	01.06.2019	25.05.2020
Телевидение	87%	75%	61%
Радио	18%	19%	13%
Мағбуот (газета, журналлар)	26%	21%	22%
Интернет (ахборот сайтлари)	44%	71%	89%
Умумий фойдаланиш	18%	12%	24%

Юқорида тақдим қилинган натижаларга кўра, интернет майдонидаги ахборотдан фойдаланиш миқдори йил сайин ўсиб борганини кузатишимиз мумкин. *(Ушбу сўровнома ижтимоий тармоқларда ўтказилган онлайн мониторинг ва шахсий кузатувлар асосида белгиланди).*

Юртимизда ОАВ сифатида рўйхатдан ўтиб, онлайн нашр сифатида фаолият олиб бораётган энг оммавий сайтлар қуйидагилар: Kun.uz (350000 фойдаланувчи), Daryo.uz (300000 фойдаланувчи), Uza.uz (295000 фойдаланувчи), Uz24.uz (290000 фойдаланувчи), Gazeta.uz (260000 фойдаланувчи), Championat.asia (200000 фойдаланувчи), Qalampir.uz (185000

¹⁰ Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности. Олешко В. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург :Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 10-128.

¹¹ Машкова Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. Ун. 2006. – С. 6-80

фойдаланувчи), Darakchi.uz, Asr.uz, Xz.uz (150000 фойдаланувчи)ларни мисол сифатида келтириш мумкин¹².

Омма орасида катта қизиқишларга сабаб бўлаётган янгиликларнинг асосий мавзуси нима? (3-жадвалга қаранг)

3-жадвал

Мавзу номи	ОАВ тури	Фоиз кўрсаткичлари
Халқаро алоқалар ва ташқи сиёсат	Интернет, ТВ	68%
Ижтимоий муаммолар (маҳаллий)	Интернет, ТВ	71%
Сиёсий муаммолар	Интернет, Матбуот, ТВ	86%
Иқтисодий муаммолар	ТВ	27%
Табиий офат	Интернет	81%
Жиноят олами	Интернет, ТВ	63%
Кўнгилочар мавзудаги (оила, болалар)	Интернет, ТВ, Радио	79%
Тиббиёт мавзуси (умумий ахборот, махсус тиббий мониторинг кўрсаткичлари)	Тв, Интернет	91%

Юқоридаги жадвалда аҳоли орасида энг кўп қизиқиш уйғотадиган мавзулар ва уларнинг фоиз кўрсаткичи тақдим қилинган. Масалан, 100 фоизлик кўрсаткичдан 68 фоизи аҳоли халқаро алоқалар ва ташқи сиёсатни айнан интернет воситасидан кузатиб боришини таъкидлайди. Дунёда рўй берган турли ўзгаришлар туфайли 2020 йил май ҳолатига кўра, аҳоли ўртасида тиббий маълумотларга қизиқувчилар сони кескин ортган.

Аудиториянинг энг кўп қизиқишига сабаб бўлаётган контент таркиби: интерактив матн, видео, фотосурат; графика-инфографика, интерактив фотографика ва видео анимация; таймлайн; мониторинг – овоз бериш, сўровномалар, викторина саволлари ва трансляция жараёни – матн, аудиоподкаст, видео, фото.

Технологик кашфиётлар трансформацияси туфайли юзага келган конвергент ҳолат – журналистиканинг мавжуд жараёнда профессионал фаолият юритадиган универсал ходимга бўлган заруратини келтириб чиқарди. Ушбу давр талаби – анъанавий ҳам замонавий йўналишда қалам тебратиши, рақамли платформаларда ўзининг контент ғояларини трансплантация қила оладиган транспрофессонал журналистни назарда тутмоқда. Конвергенция натижасида соҳанинг универсаллашуви битта шахсда бир неча касбнинг профессионал даражадаги фаолияти кузатилса, дивергенция ҳолатига кўра, ахборотни мукамал шаклда тақдим этиш учун биргина журналистика соҳасининг бир неча йўналишларга бўлиниши назарда тутилади. Мукамал контент таъминоти касбий маҳорат қобилиятларининг ўзаро симбиоз бирлашган шаклида юзага келади. Шу боисдан аудитория психологиясини

¹² Google Analytics мониторинг маълумотларидан фойдаланилди.

Ўрганиш ва контент унумдорлигини медиаметрик усуллар асосида такомиллаштириш мақсадида қуйидаги баҳолаш намунаси ишлаб чиқилди (4-жадвалга қаранг):

4-жадвал

Умумий таснифи	Социологик тадқиқи	ОАВ (ТВ, радио, матбуот)	Журналистика	Интернет
Мутахассислик	Социолог, сиёсатшунос назариётчилар	ОАВ ходимлари	Репортёр, ёзувчи ҳамда ҳаваскорлар гуруҳи	Интернет журналистлари ҳамда назариётчилари
Критериялар	Илмий меъёрлар ишлаб чиқиш	Рақобатбардошлиликни юксалтириш	Ижодий ёндашув ва йўналишни аниқлаш	Янги ғоялар ишлаб чиқиш
Жамият қатлами	Барча жамият аъзоларига нисбат	Умумий аудитория	Умумий аудитория	Обуначилар, умумий аудитория, тармоқ ўқувчилари
Мақсад	Ижтимоий-сиёсий баҳо бериш	Таъсир қамровини кенгайтириш	Ўқувчилар кўламини ошириш	Обуначилар, ўқувчилар таъсир доирасини кенгайтириш
Молиявий самарадорлик кўлами	Нисбий баҳолаш	Умумий молиявий аҳволни яхшилаш	Янги капитал турларини жалб қилиш	Молиявий турғунлик
Кузатиладиган камчиликлар	Ижтимоий-сиёсий босим	Молиявий-сиёсий босим	Цензорлар ҳамда молиявий босим	Медиакомпетентликнинг етишмаслиги
Тузатиш механизми	Илмий меъёрларга таяниш	Янги йўналишлар ишлаб чиқиш	Янги йўналишлар ишлаб чиқиш	Жамоавий муҳокамадан фойдаланиш

Медиаметрик ўлчовлар жиҳатидан журналистнинг ижодий потенциали, интернет аудиторияси, рейтинг кўрсаткичлари, баҳолаш қиймати, фойдаланиш индекси, веб-сайтлар трафиғи, қидирув хусусиятлари, мониторинг, сўровнома, интерактив шарҳлар, кузатувлар, пиплметр кўрсаткичлари, ижтимоий савол-жавоблар, жонли интервью, умумий хусусият элементлари, йўналиш критерияларининг бари баҳолов стратегиясини ишлаб чиқиш, конвергенция шароитида мутахассиснинг умумий контент унумдорлигини такомиллаштириши аниқланди.

ХУЛОСА

Сўнги йилларда амалга оширилган техник кашфиётларнинг жорий қилиниши барча соҳаларда эволюцион янги ривожланиш босқичига сабаб бўлди. Жумладан, журналистика соҳасида юзага келган оммавий ахборот воситаларининг конвергенцияси амалда мавжуд форматлар ва жанрларнинг ўзаро бирлашиб, интегратив фаолият юритиши, яъни яхлит мультимедиавий контентига замин яратди. Замонавий журналистиканинг ижодий фаолияти тубдан ўзгарди. Анъанавий ахборотни йиғиш ва тарқатиш усули кўпроқ тарғиб қилиш ва эътиборни жалб қилиш моделига ўзгарди. Бир қанча вазифаларни жамловчи медиаплатформалардаги ОАВ интеграцияси маълумотларни формат, жанр ва турли мукамал дастурларда тақдим қилиш имкониятини яратди. Яъни медиамаҳсулотларнинг таркибий интенцияси ўзгарди; битта онлайн нашр доирасида турли шакл ва форматлар (матн, видео, аудио, фото)нинг умумконтентдаги яхлитлигига эришилди. Шундан келиб чиқиб, мазкур йўналишда фаолият юритувчи ОАВнинг онлайн форматдаги тармоқ журналистикаси самарали истиқболга эга дейиш мумкин. Тадқиқот жараёнида Ўзбекистон ва хорижий сайтларнинг қиёсий таҳлили, мультимедиавий жанрлари ва трансформацияси, онлайн журналист медиа компетенцияси, контент таҳлил ҳамда медиаметрия масалалари, аудиториянинг психологик омиллари ўрганилиши натижасида қуйидаги хулосалар олинди:

биринчидан, медиаконвергенция– кўптармоқли мураккаб феномен сифатида ривожланиш жараёнининг ноёб илмий ходисасидир. ОАВнинг онлайн нашрлардаги турли дастур, формат, жанр ва йўналишлар яхлитлигини мавжуд жараённинг натижаси дейиш мумкин. Анъанавий ахборот воситаларининг умумий бириктирилган нуктаси сифатида онлайн нашрлар фаолияти мазкур жараён тенденцияси сифатида намоён бўлмоқда;

иккинчидан, журналистиканинг барча турида доимий уч компонент: воқеа– ахборот–инсон омили асосий ўрин тутди. , Ахборот коммуникация технологиялари журналистик фаолиятининг барча омилларига кескин таъсир кўрсатиб, ахборот узатишдаги самарадорлик, технологик таъминот, дизайн, оммавий қамров, маълумотларни тақдим этишдаги тезкорлик ҳамда ўзининг интерактив формати орқали янгилик киритди. Бу анъанавий журналистиканинг тармоқдаги трансформацион фаолиятига замин яратди;

учинчидан, технологик прототипларнинг мукамаллашуви журналист ижодий ғояларининг янги кўринишдаги регенерациясига сабаб бўлди. Яъни тармоқ имкониятлари ҳамда анъанавий журналистика амалиёти бириктирилган мультимедиавий воситаларнинг яхлит ахборот тақдим этувчи воситага айлантормоқда. Бу ўз ўрнида матбуот, радио, ТВ ва интернет вазифаларининг уйғунлашиб, журналистик фаолиятда ҳам универсал, ҳам турли соҳаларга транспрофессинал ёндашувни талаб этмоқда;

тўртинчидан, журналист табиатидаги динамик мослашувчанлик, синергетик қонунларга мувофиқ ишлаши, мураккаб тузилмаларда ахборот еткази олиш қобилияти туфайли у ўз-ўзини янгиловчи очиқ тизим, деган

хулосага келинди. Бу тизим доимий равишда янги элементлар ва билимлар билан бойитилишни тақозо этади. Янги технологик имкониятлар силсиласида вужудга келган медиаконвергенция ҳолати журналист ижодий фаолиятининг асосига айланмади, аксинча, ижодкорнинг ғоявий фаолияти воқеликнинг бош феномени сифатида унинг таъсир доираси ва кўламини кенгайтирди;

бешинчидан, интернет халқаро тармоғи кашф қилинган, унинг оммавий коммуникация ҳамда ОАВ сифатидаги фаолияти ижтимоий қатламлар орасида ахборот алмашинувини тезлаштириб юборди. Жамият ва ОАВ ўртасида вертикал-горизонтал коммуникацион фаолият натижасида ахборот аҳолининг ҳар бирига комплекс шаклда етиб бормоқда. Онлайн медиа платформалар анъанавий форматдаги чекловлар, цензорларни четлаб ўтиб, ахборотни анъанавий форматдан тубдан фарқ қилувчи гиперматн (улкан миқдордаги визуал ва аудио элементлар мажмуи) шаклида тақдим этмоқда. Бунда журналист ғоялар тарғиботчиси сифатида реал воқеликда тезкорлик билан ахборотларни тақдим этиш имкониятига эга бўлди.

Тадқиқот жараёнида юртимиздаги онлайн нашрлар (**kun.uz, xabar.uz, daryo.uz**) ни ўрганиш жараёнида мазкур соҳада қатор муаммолар мавжудлиги қайд этилди:

1. Онлайн оммавий ахборот воситаларини ахборот узатиш ва ривожланишдаги келажак тенденцияси деб ҳисоблаш мумкин. Бугунги кунда анъанавий йўналишда фаолият олиб бораётган минглаб таҳририятлар, ахборот агентликлар ҳамда ОАВ концернлари мавжуд. Амалда мавжуд турли муаммолар туфайли уларнинг медиаконвергенция жараёнига мослашуви ҳамда анъанавий журналистика мактабларини тез суръатларда ўзгартириш мумкин эмас. Бу маҳаллий ахборот воситаларининг кўпроқ аудитория эҳтиёжи эмас, балки корпоратив манфаатлар ёки аниқ бир сиёсий қизиқишларни илгари суриши билан изоҳланади.

2. Замонавий тараққиёт имкониятларидан ихоталанган журналистларни глобаллашув тенденциясига йўналтириш, коммуникация воситаларидан самарали фойдаланиши мақсадга мувофиқ. Шу боисдан мазкур журналистларнинг онлайн фаолиятини йўлга қўйиш ҳамда билимларини ошириш мақсадида уларни техник таъминот билан бойитиш; АКТ (ахборот – коммуникация технологиялари) борасидаги билимларини тўлдириш; мультимедиа жанрларини яратиш ва онлайн нашрларда эълон қилиш мақсадида веб -дастур саводхонлигини ошириш мақсадга мувофиқдир.

3. Бугунги кун интернет журналисти ижтимоий жараёнларга баҳо берувчи энг ҳолис танқидчига айланди. Бунга сабаб – интернет тармоғининг ахборотни етказишда турли тўсиқлар ва цензурадан холи майдон, улкан коммуникация воситасидир. Биргина журналист маълумотларни ишлаб чиқариши ва барча канал спектрлари орқали истеъмолчига тақдим этиш имкониятига эга. Шу боис муаллифдан дизайнер, таҳрирчи, монтажчи, фото ва видеосурат устаси бўлиши талаб этилмоқда. Айнан шу профессионал омиллар бўйича асосий ечим – касб меъёрларини мукамаллаштирувчи сифат кўрсаткичларини такомиллаштириш талаб этилади.

Юқорида қайд этилган муаммо ва камчиликларни бартараф этишда куйидаги таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди:

1. Ўз фаолиятини онлайн форматга ўзгартираётган хорижий медиасаноат вакиллари ўз ахборотини тақдим этишда асосан, жанрларга эътибор қаратмоқда. Ушбу амалиётни миллий сайтларимиз тажрибасида жорий қилиш, ахборотни турли шакл, формат, гибрид ҳамда мультимедиавий жанрларда интерактив тақдим этиш мақсадга мувофиқ.

2. Ахборот жанрларида мультимедиавий жанрлардаги синтетик шакл хусусиятини қўллаш. Журналистика жанрларидаги синтетик шакл нима? Бу бир матнда ҳам ижобий, ҳам салбий бўёқдорлик, қарама-қарши фикрлар, ғоялар умумлашмасидан фойдаланиш. Жумладан, мақолани турли жанр бирликлари билан бойитиш – интервью, репортаж, ҳисоботлар, интерфаол шарҳ ёзишмаларни киритиш мумкин. Яъни матн ҳам визуал маълумотларнинг синтетизм қоришувидан яхлит мукамал ҳолатига келади. Ушбу жараёнда жанрларнинг мураккаб палитраси мураккаб шакл ва матн ҳосил қилишни назарда тутлади.

3. Ахборот матнларининг сарлавҳаларини такомиллаштиришда “Hook” (инглиз тилидан – “илмоқ” маъносини англатади) хорижий тажрибасидан фойдаланиш. Ушбу амалиёт мусиқа, кўшиқ композициялари, жумладан, журналистикада ҳам кенг қўлланилади. Яъни сарлавҳада ўқувчи эътиборини тортувчи элемент бирор-бир қизиқ сўз ёки сўз ўйини қўлланишини англатади. Юртимиздаги нашрлари сарлавҳалари умумий гап ёки бутун бошли абзац шаклида бўлгани боис, ўқувчи эътиборини тўлиқ жалб қила олмайди. Бу ўз ўрнида жаҳон журналистикаси амалиётида кенг қўлланаётган турли “шов-шувли мақола” амалиётини жорий этиш лозим.

4. Тақдим этилаётган матнларда тил ва услубнинг динамик синхронлик хусусиятига эътибор қаратиш. Бугунги кунга келиб аҳолининг катта қисми тармоқда тақдим этилаётган янгиликларни қизиқиш билан ўқийди. У хоҳ ахборот сайти, таҳлилий веб- контент ёки ижтимоий тармоқ бўлишидан қатъи назар, анъанавий матбуотдан кўра онлайн нашр ўз ўқувчилари эътиборига тезроқ эришмоқда. Статистик манбаларга кўра, (<http://uz.infocom.uz/>) фойдаланувчилар сони 20 миллиондан ошгани қайд этилмоқда. Шу боисдан юртимизда фаолият юритаётган ахборот сайтлари манбалари, жумладан, эълон қилинаётган матнлар динамикасини ошириш, яъни услубнинг мукамаллиги, халқоналиги, бир хил зерикарли “ғишт” қолиплардан қочиш мақсадга мувофиқ.

5. Доимий янгиланиш хусусияти. Контент таркибини тез-тез янгиллаб туриш; долзарб хабарларни асосий саҳифага чиқариш орқали диққатни тортиш ҳамда маълумотлар ривожини доимий янгиллаб туриш назарда тутилмоқда. Турли хорижий (rianovosty.ru, newsru.com, sostav.ru, vesti.ru) онлайн нашрлар ҳар 3, 5, 10 дақиқада янгиланиб, турли маълумотлар билан бойитилади. Сайтнинг асосий ахборот контентига таркиб “янгиликлар” ёки “хабарлар” рукни кўшимча таҳлилий шарҳлар ва аудио, видео материаллар билан бойитилишини кузатиш мумкин.

6. Ҳар бир сайтда айнан мультимедиавий дастурлар билан ишлайдиган ишчи гуруҳ ташкил қилиш; компьютер дастурларидан мукамал фойдалана оладиган, матнни турли форматда бошқа шаклдаги мультимедиа жанр қолипларида мақола ярата олувчи мутахассислар гуруҳини жалб этиш мақсадга мувофиқ. Боиси анъанавий мактаб амалиётчилари қалами ўткир мухбир бўлиши, аммо техник дастурлардан мукамал фойдалана олмаслиги мумкин. Бу мазкур журналистларнинг АКТ билимларини бойитиш ёки анъанавий журналистика мактаби мухбирларини фаолиятидан самарали фойдаланиш мақсадида улар дастурчи ходимлар билан ҳамкорликни йўлга қўйишлари мақсадга мувофиқ.

7. Мультимедиа элементларига бойитиш; “рақамли тенгсизлик” асрида аудитория эътиборини қозониш учун кескин курашлар давом этаётган бир даврда ҳар бир маълумот унинг тарқатувчиси учун ўта муҳим. Бу эса, ўз навбатида, тарқатилаётган янгиликларнинг аниқ, тушунарли тарзда етказиб беришни назарда тутди. Матннинг ўрнига инфографика, лонгрид, таймлайн, сториймэпс, сторийтайм каби жанрлардан фойдаланиш мазкур хабарнинг харидоргирлиги, оммабоплигини ошириши ҳақида жуда кўп таъкидланди. Шунингдек, оддий матнни гиперҳавола элементлари, интерактивлик ва турли фото, видеосюжетларга бойитиш унинг хилма-хил таркибининг янада мукамаллашувига олиб келади.

8. Мутахассис кадрлар малакасини ошириш, уларни янги дастурий форматлар билан ўқита оладиган махсус курслар ташкил қилиш эндиликда, ҳар бир ОАВ вакили, нафақат ўткир қалам эгаси, балки уни турли компьютер дастурларидан фойдаланиб, оммавийлаштира оладиган мохир дастурчи бўлиши ҳам талаб этилмоқда. Журналистни айнан радио, тв ёки матбуот мутахассисига бўлиш нотўғри. Сабаби, интернетда мазкур ахборот воситаларининг бари бир нуқтада тўкнашиб, умумий яхлитликни ҳосил қилмоқда. У матн ёзиб, уни мультимедиа элементларига бойита олиши, тв тасвир тушириб уни монтаж қила олиш имконияти, қолаверса, тайёр ахборот маҳсулотини тармоққа жойлаштириши шарт.

9. Анъанавий ахборот матнларини мультимедиавий жанрлар билан бойитиш. Масалан, матн+видео ёки матн+аудио ёзув ҳамда фототасвирлар. Бунда ўқувчи янгиликлар билан танишишда мақоладаги бир хилликдан тез зеркиб қолмайди. Янги турдаги мультимедиа, гибрид ва субжанрлар уйғунлигидан самарали фойдаланиш; сайтлардаги ахборот, асосан, матн шаклида бўлгани боис, унинг аҳоли орасидаги тарғиботи кескин камаяди. Бу мазкур сайтнинг умумий ривожланиш тенденциясига ўз таъсири кўрсатади. Ушбу ҳолатни бартараф этиш мақсадида онлайн нашрларда кенг урфга кираётган турли жанрларнинг қурама формати ва шаклидан унумли фойдаланиш лозим.

10. Ахборотга бўлган ўзгача ёндашув. Юртимизда фаолият олиб бораётган жуда кўплаб янгилик узатувчи онлайн нашрларнинг ахборот таркиби ва ёндашуви деярли ўхшаш. Яъни, битта воқеликни турли ракурсдан ёритиш имкониятлари умуман қўлланилмайди. Масалан, “Шавкат Мирзиёев 92 та маҳбусни афв этди” матн ва умумий фото – (Kun.uz); “Президент 92

нафар шахсни афв этди” – қисқача янгилик, ва Президент фотоси, (xabar.uz); “92 нафар махбус авф қилинди” – матн, (daryo.uz) барчасида деярли бир хил матн ва фотосурат. Ҳеч бири диққатни жалб этиши мумкин бўлган қизиқарли сарлавҳа, фоторепортаж ёки видеорепортаждан фойдаланмаган. Агар мана шу хабардаги матн ўрнига махбусларни ҳақиқий жонли кайфиятини акс эттирувчи фото суратлар ёки видео тасвирлар қўйилганида, мақсадга мувофиқ бўларди. Ортиқча матн ёки баёнга ҳам ҳожат қолмасди.

11. Кроудсорсинг усулларида фойдаланиш. Маълум бир жараёни ёритишда омманинг имкониятларидан фойдаланиш. Масалан, айтилган дамда долзарб бўлиб турган бирор-бир воқеани жамят иштирокчилари ёрдамида баён этиш. Тармоқ фойдаланувчиларига муаллифлик фото, видео манбаларини жойлаштириш имкониятини тақдим этиш.

12. Манбалар ва маълумотларни текшириш– фактчеккинг. Бугунги кунда анъанавий ОАВнинг барча турини тобора камраб олаётган барчага маълум; интернетда хабарларни мобил тезкорликда узатиш имконияти аксарият ҳолларда турли нотўғри “фейк” хабарларнинг тарқалишига сабаб бўлмоқда. Шу боис сайтда тақдим этилаётган хабар манбаларини текшириш (жой номи, воқеа ва ҳк.) лозим.

Конвергенция шароитидаги мутахассис фаолиятининг муваффақияти муҳитга мослашиш касбий имкониятларини кенгайтириш билан белгиланади. Онлайн нашрларда фаолият юритувчи универсал журналистнинг мавжуд жараёнга транспрофессионал ёндашувида касбий омиллар ҳамда психологик фазилятлар муҳим ўрин тутди.

Биринчидан, интеллектуал қобилият; журналист фаолияти давомида дуч келиши мумкин бўлган соҳалар, вазиятлар, ҳолатлардан келиб чиқиб ўз билим даражасини ошириб бориши, матндаги мазмун таркиби халқнинг маънавий онгини ўстиришга хизмат қилиши лозим.

Иккинчидан, масъулият ва ижтимоий етуклик. Соҳада юзага келадиган қарама-қаршиликлар ва турли тўсиқларни қонун доирасида ҳал қилиш, ижтимоий нормаларга, ахлоқий талабларга ҳурмат билан ёндашиш назарда тутилади.

Учинчидан, мустақил ҳаракат қилиш. Мухбирнинг ҳар томонлама мустақил бўлиб иш юритиши, уни турли босимлар остида қолмаслиги фаолиятининг ҳолис, профессионал этика қоидаларини таъминлайди.

Тўртинчидан, индивидуал билим. Мутахассис ҳар қайси соҳада доим ўз билим доирасини кенгайтириши, комилликка интилишда давом этиши лозим. Сабаби, жамятда мавжуд муаммоларни ёритишга қаратилган мавзулар, одатда, иқтисод, сиёсат, тиббиёт ва бошқа бошқа соҳаларни ҳам камраб олади. Бу эса доимий равишда ундан мавзунини чуқур ўрганиб, тор мутахассислар ёрдамидан мунтазам фойдаланиш заруриятини келтириб чиқаради.

Бешинчидан, ҳолислик, касбий этика. Журналистика халқ ва ҳукумат орасидаги кўприк, жамятда тўртинчи ҳокимият вазифасини бажаргани боис жараёнда ҳолис фаолият олиб бориши, тарафларнинг манфаатларини ҳимоя қилмаслиги шарт. Ёритиладиган мавзунини ижобий ёки салбий деб

баҳоламаслиги, уни борича оммага такдим этиб, хулосани ўқувчининг ўзига ҳавола этиши лозим.

Олтинчидан, муаммони чуқур ўрганиш. Журналист фаолиятининг профессионаллиги у “қўл урган” муаммони қанчалик ёритиб бериши билан баҳоланади. Айнан маълумотларни турлича томонлардан ёндашиб текшириш, ёлғон ташвиқотларни амалга оширмаслиги шарт.

Еттинчидан, бўрттириб кўрсатмаслик. Бугунги кунда аксари онлайн нашрлар ўз аудиторияси сонини кўпайтириш мақсадида турли воқеаларнинг айнан кичик бир элементини бўрттириш, ортиқча ёлғон тафсилотлар қўшиш орқали амалга оширмоқда. Бу мазкур ахборот воситасига бўлган қизиқиш ва ишончнинг пасайишига олиб келади.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2019.Fil.14.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ И
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ
ЯЗЫКОВ**

НУРУТДИНОВА МАДИНАБОНУ ЧОРИЕВНА

**МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В АСПЕКТЕ
МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PHD) ПО ФИЛОЛОГИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Ташкент – 2020

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № В 2019.1.PhD/Fil765

Диссертационная работа выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков.

Автореферат диссертации на трех языках (узб., рус., англ., (резюме)) размещен на веб-сайте Научного совета (<http://www.uzjoku.uz>) и Информационно-образовательном портале «Ziynet» (www.ziynet.uz).

Научный руководитель: Тешабаева Дилфуза Муминовна,
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: Худайкулов Мухтар,
доктор филологических наук
Хасанов Бахтиёр,
кандидат филологических наук

Ведущая организация: Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Защита диссертации состоится ___ _____ 2020 г. в ___ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019. Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Центр 5, д. 88. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com.)

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Центр 5, д. 88. Тел.: (99871) 207-09-06).

Автореферат диссертации разослан «___» _____ 2020 г.
(Протокол реестра рассылки «___» _____ 2020 г.)

Ф.А. Муминов

Председатель Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, профессор

Н.Ф. Муратова

Секретарь Научного совета по присуждению ученых степеней, кандидат филологических наук, доцент

К.Т. Ирнарзоров

Председатель Научного семинара при Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор исторических наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD)).

Актуальность и востребованность темы диссертации.

В результате мирового развития науки и технологий появились такие крупные изобретения, как: электронно-вычислительные технологии, инфокоммуникационные средства, нано и робототехника, микроэлектроника, направление 3-4-5 G (generation - новое поколение технологий - 3-4-5), умные "smart"-программы, квантовые компьютеры, трехмерное измерение 3D (dimensional).

Этот процесс в различных сферах, том числе и в сфере журналистики, создал основу для появления новых направлений таких, как: новая мультимедийная журналистика, робот-журналистика, дрон-журналистика, отраслевая журналистика.

Актуальными вопросами журналистики считается изучение вопросов конвергенции и трансформации СМИ в составе коммуникационной платформы, направлений онлайн-журналистики, видов жанров, интеграции, компетенции медиажурналистики, методов привлечения аудитории и психологические факторы, контент-анализ и вопросы медиаметрии.

Со стороны мировых ученых ускоренно решается вопрос организации онлайн-формата средств массовой информации. В этом смысле с целью коренного обновления качества онлайн-журналистики, совершенствования ее контента глубоко изучаются психология аудитории, интерес массы к информации и их наблюдения. Журналистика развитых стран ускоренно развивалась не только за счет традиционности, а за счет мультимедийного формата, формы онлайн в системе Интернета. В международной практике отраслевая журналистика отдельное внимание обращает на мультимедийное разнообразие контента с точки зрения интереса и визуальности.

Главной задачей становится доведение до читателя достоверной информации и выражение отношения с идейной информацией национальной идеологии тому новостному течению, предлагаемому через зарубежные электронные издания информационному рынку страны. В онлайн-журналистике усиливается необходимость исследования вопросов медиакомпетенции, интегративных качеств мультимедийных жанров, медиаметрии Интернет-контентов, а также исследовать с научной точки зрения результатов трансформаций СМИ.

Данная диссертация в определенной степени служит выполнению задач, определенных в Указе Президента Республики Узбекистан № УП-4947 от 7 февраля 2017 года "О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан", где в пункте 1.3. "Совершенствование системы

общественного управления" определено "усиление роли средств массовой информации, защита профессиональной деятельности журналистов", Постановлении Кабинета Министров РУз. № 625 от 14 августа 2017 г. "О мерах по дальнейшему развитию национального контента во всемирной информационной сети Интернет", Положения о Правительственном портале Республики Узбекистан в сети Интернет (Постановление Кабинета РУз. № 625 от 14 августа 2017 г.) и других нормативно-правовых документах, а также служит совершенствованию цифровых инфокоммуникационных информационных, деятельность онлайн-изданий в сфере журналистики, когда в 2020 году, объявленном «Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики», созданы широкие возможности дальнейшего повышения масштаба и показателей научных изысканий журналистики, поддержки международных информационно-коммуникационных технологий.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики.

Диссертация выполнена в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий Республики в рамках темы "Формирование системы инновационных идей в социальном, правовом, экономическом, культурном, духовно-просветительском развитии информационного общества и демократического государства и пути их осуществления".

Степень изученности проблемы. Новая отраслевая журналистика, появившаяся в результате влияния Интернета на СМИ, в различной степени изучалась рядом зарубежных и отечественных ученых. В научных работах таких зарубежных ученых, как: М. Кастельс, Э. Тоффлер, З. Бжезинский, С. Машкова, А. Калмыков, М. Маклюэн, Э. Олешко, А. Амзин, И. Кирия, А. Галустян, Я. Засурский, А. Качкаева, Тим Дьюер, Д. Кэмпбел, И. Аугуст, Е. Баранова¹³.

¹³ Кастельс Э. Галактика Интернет. Екатеринбург.: Издательство "У-Фактория", 2004; Тоффлер Э. Третья волна. М.: "Фирма "Издательство АСТ", 2004; Бжезинский З. Между двумя веками. 1972; Машкова С. Интернет-журналистика: учебное пособие. Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006; Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-пресс, 2003; Олешко Е. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. фед. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015; Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2016; Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016; Кирия И. Что такое мультимедиа? Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Москва. 2010; Галустян А. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики. Екатеринбург, 2016; Засурский И. И. Интернет и интерактивные электронные медиа. М., 2007; Качкаева А. Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Аспект Пресс, 2010; Campbell D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism. 2013; Tim Dwyer, McGraw-Hill Education, Maidenhead. New York: McGraw Hill/ Open University Press, 2010; August E. Grant Jeffrey S. Wilkinson. Understanding Media Convergence. Pub.

Интернет в большей степени изучался в качестве средства коммуникационного общения, фактора технологического развития, источника информации.

Вопросы истории Интернета, применения в традиционных СМИ онлайн-журналистики, новых технологий в условиях глобализации, своеобразия онлайн-изданий Узбекистана, задачи в условиях глобального экономического информационного рынка, тенденция новых изданий в социальной сети, своеобразии интерактивных видов печати исследованы такими учеными, как: М. Худойкулов, Ш. Кудратхожаев, А. Нурматов, Н. Косимова, Н. Муратова, Ф. Моминов, А. Матякубов, Д. Рашидова, Г. Алимова, Ё. Маматова, Х. Достмухаммад, Ф. Моминова, С. Дониеров¹⁴.

В вышеперечисленных исследованиях, в основном, изучены общие свойства традиционной и онлайн-журналистики, история, культура профессии, тенденции деятельности социальных сетей. Однако в этих исследованиях и им подобных источниках проблема мультимедийной журналистики в условиях медиаконвергенции не изучены в качестве отдельной темы, не проведен в единой форме сравнительный анализ. Не изучены вопросы медиаметрии - медиаконвергенции онлайн-журналистики, методы ребрендинга интернет-контента. Не проведен также системный анализ видов мультимедиа и их концептуальные характеристики.

Связь темы диссертации с планом научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена работа. Диссертационное исследование выполнено в рамках пункта «Научно-творческие работы докторантов, самостоятельных исследователей, студентов»

2011; Баранова Е. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2014.

¹⁴ Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. “Тафаккур” нашриёти Тошкент 2010; Кудратхўжаев Ш. Интернет тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий кўлланма. – Т.: Ўзбекистон, 2011; Кудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий кўлланма. –Т.: Ўзбекистон, 2011; Нурматов А., Тўхлиева Н. Шарҳлаш журналистикаси. “Bayoz” Тошкент 2013; Қосимова Н. Онлайн-журналистика. Дарслик. Тошкент 2019; Муратова Н. Журналистика в Интернете: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка. Автореф. дисс. канд. филол. н. – Т.: НУУз, 2011; Интернет-журналистика. Илмий мақолалар тўплами // Масъул муҳаррир Ф. Мўминов. – Т.: MRS-Tashkent, 2005; Матякубов А. Влияние интернет-журналистики на преобразование средств массовой информации. Дисс. Т. 2003; Рашидова Д., Н.Муратова. Интернет-журналистика. Т. 2007; Алимова Г. Социал тармоқларда журналистиканинг шакилланиши, фаолият тенденциялари ва хусусиятлари. Автореф. –Тошкент 2018; Маматова Я. Суриштирув журналистикаси: глобал ва миллий тажриба. Т.: “Extremum-press” 2018; Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2005; Муминова Ф. Роль СМИ в развитии межкультурных связей. URL: <http://www.journal.fledu.uz>; Дониёров С. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции. Автореф. Дисс. Т.: 2019.

научно-исследовательского плана работ Узбекского государственного университета мировых языков.

Цель исследования - сравнительное освещение на примере новостных сайтов Узбекистана и зарубежья проблем концептуальной классификации, свойств мультимедийной журналистики в условиях медиаконвергенции.

Задачи исследования:

-исследование результатов трансформации СМИ, возникающих в результате медиаконвергенции в условиях глобализации;

-определение методов совершенствования деятельности, изучив направления онлайн-журналистики и теоретические основы конвергенции;

-анализ уровня конвергенции жанров, объединенных в вербальных, визуальных, аудио форматах в материалах журналистики;

-изучив влияние и масштаб информации путем мультимедийных жанров, классифицировать их интегративные свойства;

-определение своеобразия творческой деятельности универсального журналиста, осуществляющего деятельность в конвергентной редакции, появившейся в результате глобализации, и доказать условия транспрофессионализма;

-изучение влияния на аудиторию информации медиаконвергентной редакции и оценка их психологически привлекательных факторов;

-осуществление контент-анализа в совершенствовании творчества интернет-журналиста, а также определение перспектив и преимуществ вопросов медиаметрии;

-разработка предложений и рекомендаций по развитию мультимедийной журналистики в условиях конвергенции.

Объектом исследования служит деятельность информационных сайтов Узбекистана (kun.uz, xabar.uz, daryo.uz) и зарубежья (rianovosty.ru, the times.com, cnn.com) в процессе конвергенции.

Предметом исследования составляют виды мультимедийных жанров, свойства, интеграция информационных жанров в процессе конвергенции, методика привлечения аудитории и психологические факторы, медиаметрические основы медиаконтента.

Методы исследования.

В диссертации широко использованы такие методы, как: историко-сравнительный, научно-теоретический, логико-экспериментальный, статистический, медианализ, социологическое и журналистское наблюдение, беседа, интервью и анкетирование.

Научная новизна исследования состоит из следующих:

-определены интеграция и трансформация СМИ, появившиеся в результате медиаконвергенции;

-обоснован переход от универсальности к транспрофессионализму творчества традиционного и интернет-журналиста, расширив методологию осуществления деятельности в условиях конвергенции;

-обоснованы эффективные методы совершенствования состава контента сайта через обогащение мультимедийными жанрами;

-раскрыты социально-психологические факторы привлечения аудитории в результате повышения эффективности мультимедийного контента в онлайн-изданиях;

-обоснованы принципы использования образца медиаметрического анализа, который может служить в качестве модели анализа в процессе принятия аудиторией информации (виды мультимедийного жанра, тема, направление, теоретико-практическое значение, рейтинг сети, содержание материалов, определение критерий аудитории), использованной в составе контента информационных сайтов Узбекистана и зарубежья.

Практические результаты исследования состоят из следующих:

-изучены теоретические основы тенденции развития, направления, свойства синергетического подхода медиаконвергенции;

-сравнительно изучена в типологическом аспекте деятельность онлайн-изданий республики и зарубежья;

-изучив интеграцию жанров в онлайн-журналистике, виды мультимедийных жанров и их концептуальную классификацию, даны предложения по их практическому использованию;

-проанализировав деятельность, компетенцию онлайн-журналиста, показаны своеобразные свойства универсальности и транспрофессионализма;

-изучив аудиторию онлайн-изданий, даны предложения и рекомендации по психологическому привлечению;

-проанализировав деятельность информационных сайтов, предложен метод медиаметрического изучения по совершенствованию контента.

В 2018-2019 годах результаты исследования в качестве материала были использованы в конференциях, семинарах, в докладах, посвященных онлайн-журналистике, проведенных со стороны Творческого объединения журналистов Узбекистана.

Достоверность результатов исследования определяется тем, что теоретической и методологической основой исследования послужили научные работы ученых зарубежных стран, в частности, США, Европы, России и стран СНГ, научные работы и произведения, признанные общественностью и научным сообществом, использованием в аналитическом процессе логически

обоснованных методов (анализ, синтез, сопоставление), методами мониторинга, внедрением на практике заключений и взглядов, разработанных на основе анкетирования, в таблично-отчетной форме, а также утверждением результатов исследования компетентными структурами.

Научное и практическое значение результатов исследования.

Научное значение результатов исследования заключается в аналитическом выводе тенденции онлайн-изданий, вопросов медиакомпетенции журналиста, дополнением теоретических и практических основ в совершенствовании контента сайтов, использованием мультимедийных жанров в онлайн-изданиях, предложениями по привлечению аудитории и совершенствованием существующих на практике взглядов.

Практическое значение результатов исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в подготовке учебников и учебных пособий по журналистике, деятельности интернет-журналистики и жанрам для студентов высших учебных заведений, создании методических пособий для журналистов-практиков, в проведении специальных курсов и семинаров в качестве новых и малоизученных методологических и теоретических источников.

Внедрение результатов исследования.

На основе результатов, полученных по исследованию мультимедийной журналистики в условиях медиаконвергенции, внедрены:

-результаты, полученные по вопросам тенденций деятельности мультимедийной журналистики в интернет-пространстве, интеграции мультимедийных жанров, психологических факторов и медиаметрии, предложения и научные заключения, полученные в результате исследования таких вопросов, как: предоставление информации, использование мультимедийных жанров при подачи новостей, положительные и эффективные методы привлечения аудитории и психологические факторы – были использованы на сайте информационного агентства «Дунё» при Министерстве иностранных дел РУз. (www.jahonnews.uz) (Справка Информационного агентства “Дунё” МИД РУз. № 375/19 от 14.11.2019г.)

В результате расширилась методология подачи мультимедийных сведений, совершенствована деятельность по подаче информации на веб - сайте;

-практические предложения и результаты, полученные в ходе исследования по вопросам методологии подготовки медиаматериалов и анализа контента, использования мультимедийных жанров при подачи новостей, психологические факторы и методы привлечения аудитории широко использованы в веб-сайте информационной редакции УзА (Справка

Национального информационного агентства Узбекистана № 01-23/ 1138 от 4 ноября 2019г.) В результате, организовано использование эффективных методов подачи новостей;

-научные заключения по использованию новых жанров в интернет-журналистике, понятий, направлений, мультимедийных жанров в предоставлении новостей были использованы в деятельности веб-сайта Творческого объединения журналистов Узбекистана, в теоретико-практических конференциях, семинарах, особенно в медиатренингах по предоставлению новостей для сотрудников интернет-журналистики, проведенных со стороны объединения. (Справка Творческого объединения журналистов № 15/438 от 6.11.2019 г.)

В результате, данные научные заключения способствовали повышению мастерства сотрудников сферы и осуществлению деятельности в качестве мобильного журналиста;

-предложения, рекомендации, заключения по анализу общей деятельности веб-сайтов, осуществляющих деятельность в Узбекистане, на основе которого сформированы медиакomпетенции онлайн-журналистики, медиаметрия медиаконтента Интернета, широко использованы в совершенствовании деятельности информационного сайта "Human.uz" (Справка ООО "Human Media" № 86 от 10.12.2019г.) В результате, они способствовали дальнейшему широкому освоению своеобразных свойства интернет-журналистики и повышению профессионального мастерства сотрудников сайта;

-научно-теоретические заключения, выдвинутые в исследовании, были использованы в подготовке сценариев передач "Такдимот", "Мавзу" телеканала "Узбекистон тарихи" Национальной телерадиокомпании Узбекистана. (Справка Национальной телерадиокомпании Узбекистана № 02-40-2350 от 14.11.2019 г.)

В результате, были предоставлены рекомендации и предложения по психологическому влиянию на аудиторию интернет-информации, предотвращению негативных последствий.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были обсуждены на 13 конференциях, в том числе 5 международных и 7 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 14 научные работы, в том числе в научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией, 4 статьи – в республиканских и 5 статей – в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем составляет 149 страниц.

Основное содержание диссертации.

Во введении обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, показано соответствие приоритетным направлениям развития науки и технологий республики, освещен уровень изученности проблемы, охарактеризованы цель, задачи, методы исследования, определены объект, предмет, научная новизна, достоверность полученных результатов, обосновано научно-практическое значение, внедрение результатов на практике, даны сведения об опубликованности, структуре и объему диссертации.

В первой главе диссертации «**Медиаконвергенция: основные понятия и направления**» говорится об истории медиконвергенции, теоретических основах, трансформации СМИ в условиях конвергенции и направлениях онлайн-журналистики.

Интеграция различных жанров и средств массовой информации в онлайн-журналистике, их смешение способствовало появлению конвергенции. Конвергенция (от лат. *convergere* – сближение, соединение) – это интеграция ресурсов единых сведений информационно-коммуникационных технологий или объединение в единый состав.¹⁵

В кембриджском словаре понятие "конвергенция" переводится как: "converge"- "встреча на одной точке", "направление в одну сторону", "приближение, присоединение"¹⁶. Профессор Борис Лозовский в словаре "Журналистика и средства информации" комментирует: "... медиа - самый магистральный современный метод передачи различных сведений"¹⁷.

По мнению Е. Барановой, "...один из начальных видов конвергенции - это единая цифровая форма всех средств традиционной информации, то есть электронная платформа компьютера и деятельность в международной сети, которая называется медиаконвертацией или медиаморфозисом"¹⁸.

И в других видах источников даны подобные комментарии данному термину, задачам и свойствам. На внедрение конвергенции в журналистику эффективное влияние оказали такие факторы, как: улучшение

¹⁵ Олешко Е. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учеб. пособие.; М-во образования и науки, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 128.

¹⁶ URL: <http://www.dictionary.cambridge.org/ru>

¹⁷ Лозовский Б. Журналистика и средства массовой информации: крат, словарь. — Изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. С. 306.

¹⁸ Баранова Е. Конвергентная журналистика. Теория и практика. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2014. С. 269.

коммуникационных связей, внедрение Интернет в массы, социальное онлайн-общение. Зарубежные средства массовой информации (СМИ), эффективно используя возможности онлайн-сети, разработав свой конвергентный формат в данном процессе, осуществляют стабильную деятельность. В исследованиях В. Хельмендика определены следующие принципы конвергенции при приведении в соответствие задач СМИ: своеобразие каждого СМИ, систематическое редактирование содержания информации, функциональная взаимосвязь в коммуникационных средствах, общность задач издания, радио и телевидения¹⁹.

Внедрение конвергенции в сферу медиа появилось в результате повышения конкурентоспособности в условиях глобализации, что привело к осуществлению интеграции трансформационной деятельности, жанров и форматов СМИ. Трансформация СМИ непосредственно связана с технологическими достижениями медиапромышленности, этот процесс начал развиваться в середине 1980 годов²⁰. Крупные газетные концерны начали приобретать телевизионные компании, звукозаписывающие студии издателей, средства кабельной связи и искусственного спутника телефонных компаний. Самая крупная трансформация в этом процессе появилась во взаимообъединении программ и форматов средств информации (например, радиосериалы, ТВ онлайн-ток-шоу). Аспекты поэтапного развития пространства трансформации онлайн-журналистики включают в себя следующие виды: трансформация конвергентной редакции, трансформация интегрированной редакции, редакция кросс-медиа СМИ.

С целью разработки новой журналистской информации и привлечения внимания аудитории были созданы высокотехнологические ньюсрумы, конверсионное состояние медиаучреждений, соединение в одном произведении вербального, визуального, аудиоформатов службы кроудсорсинга - в журналистских материалах проявляются конвергентные и дивергентные состояния жанров. Кроме этого, в главе отдельно изучено состояние трансформации и интеграции онлайн-журналистики.

В исследовании проведены общая тенденция онлайн-изданий и классификация направлений нового этапа:

1. Интерактивность (interaction - взаимоактивность). Она широко используется в теории информации, информатике, информационных

¹⁹ Хельмендик В. Некоторые проблемы взаимодействия СМИ. Ретроспективный взгляд / В. С. Хельмендик // Отечественное телевидение: традиции и новаторство. Ч. 3. – М.: ИПК ТВ и РВ, 2006. С. 185.

²⁰ А. Качкаевой. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010. С. 200.

технологиях, телекоммуникации, социологии, дизайне, программах, образовании, в политических сферах.

2. Методы рембрендинга. Здесь имеется ввиду обновление бренда средства, предоставляющего информацию. То есть название, логотип, лозунг, визуальный дизайн, жанры, методы предоставления информации и тому подобные структурные части изменяются.

3. Свойство гипертекста (hyperlink- HTML). Многомерный формат сети, программы, единицы мультимедиа широко используются во всестороннем обогащении текста, в совершенствовании состава информации.

4. Онлайн-общение. Еще одно своеобразное направление сети, заполняясь двусторонней информацией (горизонтально-вертикальный), постоянное эффективное развитие коммуникативных свойств.

5. Обеспечение системными программами. После установления информации в сайте, специальные экспедиторские программы эти сведения онлайн-изданий располагают в различных веб-сайтах, присоединяют в систему поиска, приспособливают к форме мобильной связи, оставляют ссылки в социальных сетях.

6. Кроудсорсинг - новый метод обогащения медиаконтента (анг. crowdsourcing, crowd –«масса», и sourcing – «использование ресурса»), имеется в виду практика предоставления аудитории информации, переработанную в краткие сроки.

Анализ научной литературы показывает, что в журналистской практике важное значение в совершенствовании национальной журналистики имеет осуществление деятельности СМИ в состоянии конвергентности, использование его высокой степени системы.

Вторая глава диссертации, названная **«Интеграция и трансформация жанров в онлайн-журналистике»**, посвящена проявлению интеграции жанров в онлайн-журналистике, сравнительному анализу сайтов Узбекистана (kun.uz, daryo.uz, xabar.uz) и зарубежья (rianovosty.ru, the times.com, cnn.com), предложениям по их совершенствованию, а также концептуальной классификации мультимедийных жанров.

Онлайн-контент добился обогащения программами различных информационных технологий сведения в форме традиционных текстов. Возможности новой технологической дигитализации глобальной сети, визуализации программ, форматов и информации различных мультимедийных жанров расширили возможности принятия сведений. По мультимедийным свойствам жанры, используемые в Интернете, вбирая в себя все аудио, визуальные, кинетические факторы (вербальные, графические, звуковые, фотоизображения, текст, видео, анимация) предоставления информации,

осуществляют предоставление в комплексе различных элементов и доводят до пользователей в доступной пониманию форме.

Мультимедийные технологии, на самом деле, широко используются и другими видами СМИ. Примером этому могут быть радио-интегративные передачи, ток-шоу в телевидении и в других живых передачах, взаимный обмен письмами читателей и печати.

В систематизированных мультимедийных рассказах существуют введение и конец, действие передается последовательно, а также предоставляются относящиеся к тексту все карты, схемы, таблицы, рисунки, ссылки, касающиеся блогов, инфографика. Бессистемный рассказ может закончиться и без заключения.

Основными жанрами, которые больше всех используют интернет-журналисты при составлении гипертекстов, мультимедийного рассказа, являются лонгрид, информатика, историмэпс, таймлайн, твиттер-репортажи. Мультимедийные жанры по свойствам, масштабу, тексту подразделяются на комплекс изобразительных, синтетических, аудио, видеожанры. В работе полностью освещены история, классификация, научно-теоретические основы этих жанров.

В этой главе определены следующие смешанные виды массовых мультимедийных жанров, которые широко используют специалисты сферы и пользователи сети: **лонгрид** - этот жанр имеет свою сложную структуру, это свод больших текстов, видео, аудиоматериалов, состоящих из нескольких маленьких внутренних глав; **инфографика** - это графический метод подачи сведений, выражение изобразительными, графическими элементами статьи или текста большого объема; **таймлайн** - ресурсы сети, позволяющие обогатить различными программами, средством временного графика содержание для творческого человека; **сторимэпс** - рассказ + карта, то есть своеобразный метод изображения, обогащенный определенными элементами, названием места и географическими координатами при помощи карты, информации или действительности.

Сеть, объединив в одной точке задачи сбора информации, переработки, анализа, распространения и сохранения осуществил круговое движение сведений в горизонтальном и вертикальном методах. Это позволяет аудитории, наряду с получением информации, возможность знакомиться со своими сведениями. Трансформации жанров в сети, в частности информационных жанров, без сомнения, является продолжительной тенденцией данного процесса.

Все виды жанров, используемые традиционными СМИ, еще больше усложнились под влиянием свойств таких видов, как интегративность,

гипертекст, онлайн-общение Интернета, что среди пользователей превратились в основную продукцию медиаплатформ в качестве массовых и актуальных тур.

В третьей главе диссертации, названной "**Деятельность онлайн-журналиста в условиях конвергенции: универсальность и транспрофессионализм**", ударение сделано на вопросы методов привлечения аудитории и психологическим факторам. А также предложены методы медиаметрического изучения медиакомпетенции онлайн-журналиста, контент-анализа творчества интернет-журналиста, объема и влияния на аудиторию представленной информации.

Синтетическая природа журналистики, обратив внимание на душевное состояние личности, требует изучения внешних и внутренних факторов в ней. Сотрудники сферы посредством информации могут оказать влияние на слои общества, что в качестве социального случая развивается через несколько компонентов. Поэтому основным объектом изучения и источником сведений для сферы журналистики является духовность человека. То есть при подаче информации должны учитываться, наряду с потребностями общества, интересами, увлечениями, и его психология.

Из-за массовой коммуникативности в Интернет-пространстве психологическое влияние информационного охвата расширяется в открытой и закрытой формах.

Информация → Личность → Общество = Единица общего результата → Информация.

Разница между ними в том, что информации открытой формы по содержанию и форме как-то определенно целенаправлены, в закрытом типе сведение, имея другое содержание, служит абсолютно чуждой идейной цели.

В условиях медиаконвергенции аудитория из формы пропаганды традиционного порядка принятия информации превратилась в модель привлечения внимания. Здесь, модель "взаимосотрудничества" распространителей информации и принимающей точки создала основу. Теперь сотрудники СМИ осуществляют деятельность единодушно со слоями общества. Свидетельством этого являются изо дня в день увеличивающиеся по количеству и объему онлайн-издания, сайты и деятельность блогеров. Рост показателей количества веб-сайтов по годам, существующие в Узбекистане, даны в таблице 1.

Таблица 1.

Годы	2015	2016	2017	2018	01.12.2019	01.01.2020
Количество веб-сайтов	315	362	395	450	495	513

В таблице отражена шкала сайтов, осуществляющих деятельность под официальным подтверждением государства. Можно увидеть в таблице резкий рост количества сайтов. Средняя ежедневная аудитория международной сети по состоянию на 2020 год составил 5,11 млрд. По сравнению с показателем на 1 января 2019 года это на 2% больше; в социальных сетях общее количество пользователей составляет 3,48 млрд., этот показатель к 2020 году возрос на 288 млн. пользователей²¹, то есть по всему миру если население составляет 7,7 млрд. человек, то 5,11 млрд. являются пользователями онлайн-информации международной сети. Если в 2000 году каждый индивид в среднем 11 часов тратил на просмотр телевизора, то в 2020 году это время занимает сеть Интернета. Теперь каждый пользователь ежедневно пользуются сетью Интернет 21 час²².

Поэтому с целью овладения громадной аудиторией сети и достижения ее внимания СМИ организывает свой электронный онлайн-формат. По этой тенденции, конвергенции различных средств массовой информации разрабатывают информационные продукты нового контента, интегрированного, подходящего для всех сегментов массы.

Среди них направление инфотеймэнт (information+entertainment) - информационные продукты телевизионного периода, эдьютеймент (education+entertainment) - международная сеть Интернет, инфоториал (information+editorial) - индивидуальные новости²³. При изучении аудитории требуются анализ концепций, сведений (комментарий, наблюдение, чат-беседы), полученных от них, наблюдение влияния на читателя новостей, разработать методы требований зрителей, используя психологические методы, изучение концепции разделения и видов потребителей.

В конкуренции побеждают специалисты, осуществляющие деятельность с учетом типа и классификации аудитории. На основании анкетирования, проведенного среди населения, коэффициент показателей использования СМИ оказались следующими (табл. 2)

Таблица 2

Вид СМИ	01.01.2018	01.06.2019	25.05.2020
Телевидение	87%	75%	61%
Радио	18%	19%	13%
Печать (газеты и журналы)	26%	21%	22%

²¹ URL: <http://www.wearesocial.com> сайты

²² Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности. Олешко В. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург :Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 10-128.

²³ Машкова Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. Ун. 2006. – С. 6-80

Интернет (информационные сайты)	44%	71%	89%
Общее пользование	18%	12%	24%

По вышеназванным результатам, можно наблюдать рост из года в год количества пользования информацией Интернет-пространства. (Анкетирование определено на основе проведенного в социальных сетях онлайн-мониторинга и личных наблюдений)

В стране самыми массовыми сайтами, осуществляющими деятельность в качестве онлайн-изданий, зарегистрированных как СМИ, являются следующие: Kup.uz (350000 пользователей), Darvo.uz (300000 пользователей), Uza.uz (295000 пользователей), Uz24.uz(290000 пользователей), Gazeta.uz (260000 пользователей), Championat.asia (200000 пользователей), Qalampir.uz (185000 пользователей), Darakchi.uz, Asr.uz, Xz.uz (150000 пользователей)²⁴.

Каковы же основные темы новостей, которые являются причиной интереса массы? (см.табл.3)

Таблица 3

Название темы	Виды СМИ	Процентные показатели
Международные связи и внешняя политика	Интернет, ТВ	68%
Социальные проблемы (местные)	Интернет, ТВ	71%
Политические проблемы	Интернет, Печать, ТВ	86%
Экономические проблемы	ТВ	27%
Природные катаклизмы	Интернет	81%
Преступный мир	Интернет, ТВ	63%
Развлекательные темы (семья, дети)	Интернет, ТВ, Радио	79%
Медицинская тема (общая информация, показатели социального медицинского мониторинга)	Тв, Интернет	91%

В вышеприведенной таблице представлены процентные показатели и темы, которые больше всех заинтересовали население. Например, 68% из 100% набрали темы по международным связям и внешней политике, которые население наблюдали посредством Интернета. Из-за различных изменений в мае 2020 года резко возросло количество населения, интересующееся медицинской информацией. Аудитория больше всего интересуется

²⁴ Использованы сведения мониторинга Google Analytics .

следующим составом контента: интерактивный текст, видео, фотографии, графика-инфографика, интерактивная фотография и видеоанимация, таймлайн, мониторинг-голосование, анкетирование, вопросы викторины, процесс трансляции - текст, аудиоподкаст, видео, фото. Конвергентное состояние, возникшее из-за трансформации технологических изобретений, в существующем процессе создает для журналистики потребность в универсальном сотруднике, осуществляющим профессиональную деятельность.

Требование этого периода - умение писать в современном направлении, а также традиционное, то есть транспрофессиональный журналист, умеющий свои контент-идеи трансплантировать в цифровой платформе. Если в результате конвергенции универсализация сферы наблюдается у одной личности в деятельности по нескольким специальностям на профессиональном уровне, то по положению дивергенции, для предоставления информации в совершенной форме, имеется в виду сфера журналистики, разделенная на несколько направлений. Обеспечение совершенного контента возникает в форме взаимообъединенного симбиоза способностей профессионального мастерства. Поэтому с целью изучения психологии аудитории и совершенствования на основе медиаметрических методов производительности контента был разработан следующий образец оценки (табл 4)

Общая классификация	Социологическое исследование	СМИ (ТВ, радио, печать)	Журналистика	Интернет
Специальность	Социолог, теоретики-политологи	Сотрудники СМИ	Репортёр, группа писателей и любителей	Журналисты и теоретики Интернета
Критерии	Разработка научных норм	Повышение конкурентоспособности	Определение творческого подхода и направления	Разработка новых идей
Слои общества	По отношению ко всем членам общества	Общая аудитория	Общая аудитория	Подписчики, общая аудитория, пользователи сети
Цель	Социально-политическое оценивание	Расширение сферы влияния	Увеличение сферы читателей	Расширение сферы влияния на подписчиков и пользователей
Финансовая эффективность	Относительное	Улучшение общего финансового	Привлечение новых видов	Финансовый застой

	оценивание	состояния	капитала	
Наблюдаемые недостатки	Социально-политическое давление	Финансово-политическое давление	Цензоры и финансовые давления	Недостаток медиакомпетентности
Механизм решения	Опора на научные нормы	Разработка новых направлений	Разработка новых направлений	Использование общественного мнения

С точки зрения медиаметрических измерений были определены творческий потенциал журналиста, его интернет-аудитория, показатели рейтинга, стоимость оценки, индекс пользования, трафик веб-сайтов, поисковые свойства, мониторинг, анкетирование, интерактивные комментарии, наблюдения, показатели пиплметра, социальный опрос, живое интервью, элементы общего свойства, разработка стратегии оценки критерий направления, совершенствование производительности общего контента специалиста в условиях конвергенции.

Заключение.

Внедрение в последние годы осуществляемых технических изобретений стало причиной нового этапа эволюционного развития всех сфер. В том числе конвергенция средств массовой информации, появившаяся в сфере журналистики, взаимообъединив на практике существующие форматы и жанры, осуществляет интерактивную деятельность, то есть создал основу мультимедийному контенту. Творческая деятельность современной журналистики изменилась коренным образом. Метод сбора и распространения традиционной информации превратилась в модель пропаганды и привлечения внимания. Интеграция СМИ в медиаплатформах, объединяющая несколько задач, создала возможность предоставления сведений в формате, жанре и различных совершенных программах.

То есть изменилась структурная интенция медиапродукций; было достигнуто единство общего контента различных видов и форматов (текст, видео, аудио, фото) в рамках одного онлайн-издания.

Исходя из этого, можно сказать, что журналистика сети в онлайн-формате осуществляющих деятельность в данном направлении СМИ, достиг эффективного будущего. В процессе исследования результаты изучения вопросов сравнительного анализа сайтов Узбекистана и зарубежья, мультимедийных жанров и трансформации, медиакомпетенция онлайн-журналиста, контент-анализ и вопросы медиаметрии, изучение психологических факторов аудитории позволили сделать следующие заключения:

во-первых, медиаконвергенция в качестве многосетевого совершенного феномена - редкое научное событие процесса развития. Единство различных программ, форматов, жанров и направлений СМИ в онлайн-изданиях является результатом существующего процесса. В качестве общей точки соприкосновения традиционных информационных средств деятельность онлайн-изданий проявляется как тенденции данного процесса;

во-вторых, во всех видах журналистики основное место занимают три компонента: событие-информация-человеческий фактор. Информационно-коммуникационные технологии, оказав сильное влияние на все факторы журналистской деятельности, внесли новшество эффективностью подачи информации, технологическим обеспечением, дизайном, массовым охватом, скоростью подачи сведений, а также своим интерактивным форматом. Это создало основу трансформационной деятельности в сети традиционной журналистики;

в-третьих, совершенствование технологических прототипов стали причиной регенерации нового вида творческих идей журналиста. То есть объединение сетевых возможностей и традиционной журналистики на практике, превращает мультимедийные средства в предоставляющую единую информацию средство. Это, в свою очередь, гармонизируя задача печати, радио, ТВ и Интернет, требует журналистской деятельности и универсальность, и транспрофессиональный подход в различные отрасли;

в-четвертых, динамическая приспособляемость в природе журналиста, деятельность в соответствии с синергетическими законами, из-за способности предоставления информации в сложных структурах можно сделать заключение о том, что он - открытая система, обновляющая себя. Требуется постоянное обогащение этой системы новыми элементами и знаниями. Состояние медиаконвергенции, появившаяся в веренице возможностей новой технологии, не стало основой творческой деятельности журналиста, наоборот, идейная деятельность создателя в качестве главного феномена реальности расширил круг и масштаб его влияния;

в-пятых, после открытия международной сети Интернет, ее деятельность в качестве массовой коммуникации и СМИ ускорила обмен информацией среди социальных слоев. В результате вертикально-горизонтальной коммуникационной деятельности между обществом и СМИ информация в комплексной форме доходит до каждого населения.

Онлайн-медиаплатформы, обходя ограничения традиционной формы, цензуру, преподносятся в форме гипертекста (свод визуальных и аудиоэлементов в большом количестве), в корне отличающегося от традиционного формата информации. Здесь журналист в качестве

пропагандиста идей стал иметь возможность ускоренного предоставления информации реальной действительности.

В исследовании в процессе изучения онлайн-изданий в стране (**kun.uz, xabar.uz, daryo.uz**) отмечено существование ряда проблем в данной сфере:

1. Онлайн-средства массовой информации можно считать тенденцией будущего в развитии и предоставлении информации. На сегодняшний день существуют тысячи редакций, информационных агентств, концернов СМИ, осуществляющих деятельность в традиционном направлении. Из-за различных проблем, существующих на практике невозможно изменить ускоренными темпами традиционные журналистские школы и их приспособление к процессу медиаконвергенции. Это объясняется не потребностями аудитории местных информационных средств, а выдвинутыми корпоративными интересами или определенным политическим интересом.

2. Целесообразно, чтобы журналисты, огражденные от возможностей современного развития, эффективно использовали коммуникационные средства, были направлены к тенденциям глобализации. Поэтому данных журналистов целесообразно обогатить техническим обеспечением с целью осуществлять онлайн-деятельность и повысить свои знания, дополнить знания по ИКТ (информационно-коммуникационные технологии), повысить веб-программную грамотность с целью создания мультимедийных жанров и объявления онлайн-изданий.

3. Сегодня интернет-журналист превратился в самого объективного критика, оценивающего социальные процессы.

Причина этого то, что сеть Интернет-пространства, свободная от различных преград и цензуры при подаче информации, это громадное коммуникационное средство. Журналист один имеет возможность разработать сведения и предоставить их пользователям через все спектры канала. Поэтому от автора требуется, чтобы он был и дизайнером, редактором, монтажником, специалистом фото и видео. Именно по этим профессиональным факторам основное решение - совершенствование показателей качества, определяющие нормы профессии.

Для решения вышеназванных проблем и недостатков разработаны следующие предложения и рекомендации:

1. Представители медиапромышленности, зарубежья, меняющие свою деятельность на онлайн-формат, при предоставлении своей информации, в основном, обращают внимание на жанры. Целесообразно внедрить этот опыт на практике национальных сайтов, предоставлять информацию в различных формах, форматах, в гибридных и мультимедийных интерактивных жанрах .

2. Использовать свойства синтетической формы мультимедийных жанров в информационных жанрах. Что такое синтетическая форма в журналистских жанрах? Это использование обогащенных идей, противоположных мнений, положительной и негативной созидательности в одном тексте. В частности, обогащение статьи единением различных жанров - интервью, репортаж, отчеты, интерактивные комментарии и письма. То есть текст и синтетическое смешивание визуальных сведений становится единым совершенным материалом. В этом процессе палитра жанров создает сложную форму и текст.

3. Использование зарубежного опыта "Hook" (значение - "зацепить") в совершенствовании заглавий информационных текстов. Эта практика широко используется в музыке, песенных композициях, в том числе и в журналистике. То есть имеется в виду использование в заглавии элемента, притягивающего внимание читателя, интересное слово или игру слов. Так как заглавия изданий страны даются в виде общих слов или в форме целого абзаца, то они не могут полностью привлечь внимание читателя. Необходимо также внедрить в практику различные виды "сенсационных статей", широко применяемых на практике мировой журналистики.

4. Обратить внимание на свойства динамической синхронности языка и метода в предоставляемых текстах. Большая часть населения на сегодняшний день с интересом читает новости, предоставляемые сетью. Будь то информационный сайт, аналитический веб-контент или социальная сеть, по сравнению с традиционной печатью, эти онлайн-издания быстрее привлекают внимание читателей. По статистическим источникам (<http://uz.infocom.uz/>), количество пользователей достигло более 20 млн. человек. Поэтому целесообразно избегать скучных "кирпичных" шаблонов в источниках информационных сайтов, осуществляющих деятельность в нашей стране, в частности, повышать динамику текстов, совершенство методики, народность.

5. Свойства постоянного обновления.

Необходимо постоянное обновление состава контента, привлечение внимания посредством выпуска актуальной новости на основной странице, а также постоянно обновлять развитие сведений. Различные зарубежные издания (rianovosty.ru, newsru.com, sostav.ru, vesti.ru) обновляются каждые 3,5,10 мин., обогащаясь различными сведениями. Наблюдается обогащение дополнительными аналитическими комментариями и аудио, видеоматериалами рубрики "новости" или "сообщения" в структуре основного информационного контента сайта.

6. Организация рабочей группы, работающей с мультимедийными программами каждого сайта. Целесообразно привлечь группу специалистов, которые в совершенстве могут пользоваться компьютерными программами, умеющих создать статью и тексты в различном формате других форм мультимедийного жанра. Потому что практики традиционной школы могут быть пишущими корреспондентами, однако далекими от совершенного пользования техническими программами. Целесообразно, для обогащения знаний ИКТ данных журналистов или эффективного использования деятельности корреспондентов традиционной журналистской школы, необходимо организовать сотрудничество с программистами.

7. Обогащение мультимедийными элементами.

В век "цифрового неравенства", когда продолжается борьба за привлечение внимания аудитории, каждое сведение является важным для его распространителя. Это, в свою очередь, предполагает доведение распространяемых новостей определенным, понятным образом. Вместо текста использование таких жанров, как инфографика, лонгрид, таймлайн, сториймепс, стопийтайм, повышает массовость, потребительность данной новости. А также обогащение простого текста элементами гиперссылки, интерактивностью и различными фото, видеосюжетами еще более совершенствует его разнообразный состав.

8. Требуется повышение квалификации кадров-специалистов, организация специальных курсов, обучающих их новым программным форматам, каждый представитель СМИ, не только обладающий острым пером, но, используя различные компьютерные программы, мастер-программист, который сможет донести до массы контент сети. Неправильно разделять журналиста на специалиста только радио, ТВ или печати. В Интернете информационные средства, пересекаясь, создают общее единство. Он обязан написать текст, обогатить его элементами мультимедиа, снять на ТВ, осуществить монтаж и даже готовую информацию заложить в сеть.

9. Обогащать мультимедийными жанрами традиционные информационные тексты. Например, текст+видео или текст+аудионадписи и фотоизображения. Таким образом, читатель не заскучает от однообразия при знакомстве со статьей, новостью. Эффективное использование гармоничности новых видов мультимедиа, гибридных и субжанров, информация в сайтах, в основном, дается в форме текста, среди населения резко уменьшается его свойства пропаганды. Это оказывает свое влияние на общую тенденцию развития сайта. С целью предотвращения подобного положения необходимо плодотворно использовать конгломератные формы и виды различных жанров, которые становятся обычными в онлайн-изданиях.

10. Другой подход к информации. Во многих онлайн-изданиях, предоставляющих новости, осуществляющих деятельность в нашей стране, состав и подход в информации почти одинаковы. То есть в общем не используется подача одной действительности с разных ракурсов. Например, "Шавкат Мирзиёев помиловал 92 заключенных"- текст и общее фото. – (Kun.uz); "Президент помиловал 92 личности" - небольшая новость и фото президента (xabar.uz); "Помилованы 92 заключенных" –текст (daryo.uz).

Почти во всех новостях одинаковый текст и фото. Никто не использовал привлекающие внимание интересное заглавие, фоторепортаж или видеорепортаж. Было бы целесообразно вместо текста в новостях использовать фотографии или видеосюжеты, отражающие действительные живые настроения помилованных. Не было бы надобности в излишних тексте и рассказе.

11. Использование методов краудсорсинга. При освещении определенного процесса использовать возможности массы. Например, какое-то актуальное на данный момент событие рассказать с помощью участников общества. Предоставить пользователям сети возможность расположить авторское фото, видеоисточники.

12. Проверять источник и сведения - фактчеккинг. Сегодня всем известно, что все виды традиционных СМИ все более охватываются Интернетом. Возможность ускоренной подачи информации в Интернете в большинстве случаев становится причиной распространения различных неправильных "фейк" новостей. Поэтому необходимо проверять источники новостей, предоставляемых на сайте (название места, событие и т.д.). В условиях конвергенции успешное приспособление к среде деятельности специалиста определяется расширением профессиональных возможностей. В транспрофессиональном подходе к существующему процессу универсального журналиста, осуществляющего деятельность в онлайн-изданиях, важное место занимают профессиональные факторы и психологические качества.

Во-первых, интеллектуальная способность. Журналист в течение своей деятельности, исходя из ситуаций, состояний сферы, с которыми он может столкнуться, должен повышать уровень своих знаний, содержание и состав текста должны служить росту духовного сознания народа.

Во-вторых, ответственность и социализация. Необходимо решать в соответствие с законом возникающие в сфере противоположности и различные преграды, с уважением подходить к социальным нормам, нравственным требованиям.

В-третьих, независимое действие. Всесторонне независимое осуществление деятельности журналиста, противостояние различным

давлениям обеспечивает объективность деятельности, правила профессиональной этики.

В-четвертых, индивидуальное знание. Специалист в любой сфере постоянно должен расширять свой круг знаний, стремиться к совершенству. Темы, направленные на освещение существующих в обществе проблем, обычно, охватывают экономику, политику, медицину и другие сферы. Это, требуя глубокое изучение темы, создает необходимость постоянного использования помощи узких специалистов.

В-пятых, объективность, профессиональная этика. Журналистика - это мост между народом и правительством, выполняя задачи четвертой власти в обществе, должна вести объективную деятельность, не защищая интересы каких-то сторон. Она не должна положительно или отрицательно оценивать освещенную тему, предоставляя, как есть, читателям, которые и могут сделать заключение.

В-шестых, глубокое изучение проблемы. Профессионализм деятельности журналиста оценивается от того, в какой степени он освещает проблему, за которую взялся. Он должен всесторонне проверить сведения, не допуская лживую пропаганду.

В-седьмых, не преувеличивать. Сегодня многие онлайн-издания с целью увеличить количество своей аудитории преувеличивают маленькие элементы различных ситуаций, добавляют излишние лживые характеристики. Это приводит к снижению доверия и интереса к данному информационному средству.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.30.08.2018.Fil.14.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УНИВЕРСИТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ И
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ УЗБЕКИСТАНА**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ
ЯЗЫКОВ**

НУРУТДИНОВА МАДИНАБОНУ ЧОРИЕВНА

**РАЗВИТИЕ ДЕТСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В УЗБЕКИСТАНА В
ПЕРИОД НЕЗАВИСИМОСТИ: ДОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И
РЕШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ)**

10.00.09 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PHD) ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК**

Ташкент – 2020

Тема диссертации доктора философии (PhD) по филологическим наукам зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан за № В 2019.1.PhD/Fil765

Диссертационная работа выполнена в Национальном университете Узбекистана.

Автореферат диссертации на трех языках (узб., рус., англ., (резюме)) размещен на веб-сайте Научного совета (<http://www.uzjoku.uz>) и Информационно-образовательном портале «Ziyonet» (www.zionet.uz).

- Научный руководитель:** Тешабаева Дилфуза Муминовна,
доктор филологических наук, профессор
- Официальные оппоненты:** Мухтар Худайкулов,
доктор филологических наук
Хасанов Бахтиёр,
кандидат филологических наук
- Ведущая организация:** Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Защита диссертации состоится __ ____ 2020 г. в __ часов на заседании Научного совета PhD.30.08.2018.Fil.14.01 при Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Центр 5, д. 88. Тел.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Университете журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана. (Адрес: 100017, г. Ташкент, Центр 5, д. 88. Тел.: (99871) 207-09-06).

Автореферат диссертации разослан « ____ » _____ 2019 г.
(Протокол реестра рассылки « ____ » _____ 2019 г.)

Ф.А. Муминов,
Председатель Научного совета по
присуждению ученых степеней, доктор
филологических наук, профессор

Н.Ф. Муратова,
Секретарь Научного совета по присуждению
ученых степеней, кандидат филологических
наук, доцент

К.Т. Ирназаров,
Председатель Научного Семинара при
Научном совете по присуждению ученых
степеней, доктор исторических наук,
профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ LIST OF PUBLISHED WORKS I бўлим (I часть; I part)

1. Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистика–рақамли тенгсизлик асри // Ўзбекистон матбуоти. – Т., 2017. – № 3. – Б. 38 - 40.
2. Нурутдинова М.Ч. Онлайн журналистика медиа компетенцияси таҳлили // ЎЗМУ хабарлари. – Т., 2018. – № 1/5. – Б. 447-450
3. Нурутдинова М.Ч. Интернет журналистикада мультимедиа воситалари таснифи // Филология масалалари. – Т., 2018. – № 1. – Б. 135-140.
4. 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.

II бўлим (II часть; II part)

5. Нурутдинова М. Ч. Медиаконвергенция жараёнида ахборот жанрлари интеграцияси // Инновация: иқтисод ва фан. – Т., 2019. – № 1. – Б. 54-56
6. Нурутдинова М. Ч. Конвергент журналистика ахборот манбаи сифатида // Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг “Журналистика таълимида назария ва амалиёт муаммолари” анъанавий илмий-амалий анжумани тўплами. – Т., 2018. – Б. 28-30
7. Нурутдинова М. Ч. Интернетда медиаконвергенция тушунчасининг назарий асослари // Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг “Онлайн журналистиканинг долзарб масалалари” халқаро илмий-амалий анжумани тўплами, 2018 йил. – Б., 67-69.
8. Нурутдинова М. Ч. Интернетда ахборот жанрлар интеграцияси // Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг “Замонавий электрон ОАВ фаолиятининг тараққиёт тенденциялари” анъанавий илмий-амалий анжумани тўплами, 2019 йил. – Б. 23-25
9. Нурутдинова М. Ч. Unusual ways of giving information // Features of language Новые идеи в философии, Международная научная конференция. – Россия, Москва, 2017 йил. – Б. 5-9
10. Нурутдинова М. Ч. Specificity of mass information as forms of the fourth power // Филология и лингвистика в современном мире, Международная научная конференция Россия, Москва. – 2017 й. – Б. 59-62
11. Нурутдинова М. Ч. Classification of Multimedia means in Internet journalism // Media, human, society in Asia, International media conferences. Korea., – Б. 219-222

12. Нурутдинова М. Ч. Unusual ways of giving information. Молодой учёный. Международный научный журнал, Россия, Казань.,– 2017 йил. № 3 (137). –Б. 672-674

**SCIENTIFIC COUNCIL AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
PhD.30.08.2018.Fil.14.01 UNDER THE JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATIONS UNIVERSITY OF UZBEKISTAN**

NATIONAL UNIVERSITY OF UZBEKISTAN

NURUTDINOVA MADINABONU CHORIEVNA

**MULTIMEDIA JOURNALISM IN THE CONTEXT OF MEDIA
CONVERGENCE**

10.00.09–Journalism (philological science)

**DISSERTATION ABSTRACT
for doctor of philosophy degree (PhD) in philological science**

Tashkent – 2020

The topic of the dissertation of a doctor of philosophy (in philological sciences is registered in the Higher Attestation Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan № B 2017.4.PhD/Fil.380

The dissertation was completed at the National university of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek. An abstract of the dissertation in three languages (Uzbek and Russian) is available on the council's web page www.uzjoku.uz and on the Ziyonet educational portal www.ziyonet.uz.

Scientific supervisor: **Teshabaeva Dilfuza Mo'minovna,**
Doctor of Philological Sciences, Professor

Official opponents: **Khudoykulov Mukhtor,**
Doctor of Philological Sciences
Hasanov Bakhtiyor Madaminovich,
Candidate of Political Sciences

Leading organization: **Karakalpak State University named after Berdak**

The dissertation will be defended on _____ 2020 at ___ hours at a meeting of the Single Scientific Council under the Scientific Council DSc.27.06.2017.Fil.21.01 for the award of academic degrees at the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan at 100047, Tashkent, st. Markaz-5/88. Tel.: (99871) 207-09-06; e-mail: journalism.univer@mail.ru.

The dissertation can be found in the Information Resource Center of the Tashkent State Institute of Oriental Studies. Address: 100047, Tashkent, st. Markaz-5/88. Tel.: (99871) 207-09-06.

Abstract of the dissertation sent «___» _____ 2019
(register of the distribution protocol No. ___ of «___» _____ 2020).

F.A.Muminov
Chairman of the Scientific council awarding scientific degrees, Doctor of Philology, professor

N.F.Muratova
Scientific Secretary of the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of Philology, Docent.

K.T. Irnazarov
Chairman of the Scientific Seminar at the Scientific Council awarding scientific degrees, Doctor of history, Professor

INTRODUCTION (annotation of PhD thesis)

The aim of the research work is revealing specificity, conceptual classification and problems of multimedia journalism in the context of media convergence in the example of Uzbekistan and world news sites.

The object of the research work is the activity of Uzbekistan (kun.uz, xabar.uz, daryo.uz) and world (rianovosty.ru, the times.com, cnn.com) news sites.

Scientific novelty of the research work includes the following:

results of transformation and intergration formed by media convergence of Mass Media have been defined.

turning to trans-professionalism from the universality of the intensifying methods of activities of traditional and internet journalists has been substantiated;

effective ways to improve the materials by enriching site content with multimedia genres have been justified;

socio-psychological factors of audience engagement as a result of increasing the effectiveness of multimedia content in online publications have been investigated;

the principles of application of the sample of media-metric analysis that can serve as a model of analysis in the process of delivery of information (types of multimedia genres, themes, directions, theoretical and practical significance, network rating, content of materials, defining the audience criteria) used in the content of Uzbekistan and world news sites and its interpretation by the audience have been substantiated.

Implementation of the research results. Based on the results gained from the investigation of multimedia journalism in media convergence:

the results from scientific findings and recommendations in the research, such as the use of multimedia genres, positive and effective methods and psychological factors on the trends of multimedia journalism to provide information on the Internet, the integration of multimedia genres, the psychological factors of the audience and mediametry issues, were used on the website of the News Agency "Dunyo" under the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Uzbekistan (www.iahonnews.uz), to (reference of "Dunyo" news agency under the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Uzbekistan № 375/19 as of November 14, 2019). Thus, the multimedia methods of data transmission have expanded, and the website's ability to provide information has improved.

The findings and practical works of the research, such as methods of content analysis and preparation of media materials, the application of multimedia genres in news transmission, effective methods of audience engagement and psychological factors, were widely implemented in the newsroom of the Uza website (Reference of National News Agency of Uzbekistan № 01-23/1138 as of November 4, 2019). As a result, the use of effective methods of news transmission has been established;

In the activity of the website of the Creative Union of Journalists of Uzbekistan, in the theoretical and practical conferences and seminars organized, especially, in media trainings for Internet journalists by the association, the findings

of the research such as the use of genres, concepts, new directions, multimedia genres in online journalism were addressed (Reference of Creative Union of Journalists № 15/438 as of November 6, 2019). Thus, the scientific findings have helped the specialists improve their professional skills and work as mobile journalists;

The general activity of the websites operating in Uzbekistan is analyzed, and on this basis, the proposals on the formation of online journalism media competence, mediametry of internet media content were widely used in improving the information site “Human.uz” (Reference of Human Media Limited Liability Company № 86 as of December 10, 2019). As a result, it has helped the site staff to better understand the specifics of online journalism and improve their professional skills.

In addition, in a number of programs broadcast by the National Television and Radio Company of Uzbekistan on the TV channel “History of Uzbekistan”, including the TV programs as “Taqqimot” and “Mavzu”, the scientific and theoretical ideas were used in the preparation of scripts (Reference of National Television and Radio Company of Uzbekistan № 02-40-2350 as of November 14, 2019). Thus, the proposals and recommendations were made on the Internet about the psychological impact of information on the audience and its negative consequences.

The outline of the thesis: The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of used literature and appendix. The total volume is 149 pages of the text.