

Г.С. Амангелдиева¹, М. Зухурнаева²

¹Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қазақстан;

²Тілді дамыту бойынша кәсіпқой колледж, Дуйсбург, Германия
(E-mail: gulmira.sabyr@mail.ru)

Мультимедиалық журналистика: даму деңгейі, өнімі, ерекшелігі

Мақалада мультимедиалық журналистиканың даму тенденциялары қарастырылған. Конвергентті журналистика мен мультимедиалық журналистиканың ұқсастығы мен айырмашылығы сараланып көрсетілген. «Блог» ұғымының интернет-журналистикада алатын орны туралы авторлар анық түсініктеме берген. Мультимедиалық журналистиканың деңгейлерін анықтап, «мультимедиалық журналист кім?» деген сауалға жауап тапқан. Авторлар мультимедиалық өнімге не жататынын, оның техникалық ерекшелігін нақты көрсеткен. Сонымен қатар инфографика, подкастинг, блогкастингтің алатын ролі туралы толыққанды ақпарат келтірген. Авторлар мультимедиалық журналистиканы ақпараттық технологиялар дәуірінің басты нышаны ретінде бейнелеген. Мақала интернет-журналистиканың негізгі қағидаларына сүйеніп жазылған.

Кілт сөздер: мультимедиа, конвергенция, сандық журналистика, блог, ғаламтор, подкастинг, блогкастинг, инфографика, медиа, гиперсілтеме, ақпарат, сайт, портал, форум, табиғи медиа, жазу, сөз, интерперсонал.

Жаңа мыңжылдықтағы ақпараттық технологиялардың қарыштап дамуы нәтижесінде, ғаламтор әлемдік сипатқа ие болып, таралымы мен тағылымы зор құбылысқа айналды; заманымыздың бүкіл болмысын айқындайтын ортақ құндылық болып қалыптасты. Сөйтіп, ғаламтор қоғамдық өмірдің барлық саласына дендеп енді: саясат пен экономика, әлеумет, мәдениет пен өнер, тіпті, жұмырбасты пенденің күнделікті тұрмыс-тіршілігі де желімен тығыз байланысып, біте қайнасып кеткендей. Әсіресе бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына ғаламат әсер етіп, соны сатыға көтерді. Ғаламтор ақпарат ағынының тиегін ағытты, әлемдік ақпараттық кеңістікті қалыптастырып, шеңберін кеңейтті, журналистиканың тың саласы – жаңа медианы жасады. Бұл үдеріс Қазақстанның ақпараттық кеңістігін де айналып өтпеді. Әлі өзіндік бет-бейнесі дұрыс қалыптаспай тұрып, отандық БАҚ интернет-журналистика, яғни, жаңа медианың оң және теріс әсерінен соңғы жылдары орасан зор өзгеріске ұшырауда.

Қазақ интернет-журналистикасы тәуелсіздіктің алғашқы жылдары, нақтырақ айтқанда, 1995 жылы қалыптасты. Сөйтіп, ондаған жылдың ішінде отандық интернет желісі — Қазnet-тің үлкен бір саласына, бір сегментіне айналды. ҚазNet-тің жандануы нәтижесінде жаңа медиаарналары дамыды. Көптеген БАҚ дәстүрлі түрден заманалы мәтіндер мен құрылымдарға ауысты, қазақтілді контенттер мен аудиовизуалды ақпарат көлемі артты, таралу кеңейіп, қолжетімді бола түсті [1; 59].

Жаңа медианың журналистикаға ықпал-әсерін екі тарапта қарастырған жөн. Ғаламтор арқылы қазақтілді ақпарат алаңдары: порталдар, сайттар, форумдар мен блогтар қазақ аудиториясына тікелей бағытталаып жатыр. Қазақтілді домендер мен хостингтердің саны күннен күнге артып келеді. Қазақтілді интернет-аудитория қалыптасып, бүгінде олардың саны молайды (*100 адамға шаққанда 58 тұрғын ғаламторды пайдалана алады.* – kzcontent.kz). Жаңа медиақоғамда журналистиканың жаңа формасын туғызды. Ол құбылыс азаматтық журналистика, интернет-журналистика деген атпен танымал. Жаңа медиа ақпараттың мәтінге тәуелділігін жойды. Себебі мультимедиалық, графикалық

ақпараттың таралуы мәтіндік жүйенің баламалы тенденциясына айналды. Түсінікті де қысқа гипермәтіндер, газет-журнал мәтіндерінің қатталуы, радиотелевизия және баспасөз мұрағаттың қолжетімділігі, іздеу жүйесінің ыңғайлылығы, интерфейстің тартымдылығы бұқаралық ақпарат құралдарын ыңғайлы ете түсті. Жаңа медиақоғамдағы демократиялық үдерістердің дамуына оң үлес қосуда. Цензураның құрсауын белгілі бір межеге дейін жойды.

Мультимедиалық журналист дегенді алғаш естігенде газетке, сайтқа материал дайындай алатын, бейнеролик және тағы басқа журналистік қызмет атқаруға дайын адамды көз алдымызға келеді. Шын мәнінде, мультимедиалық журналист деген кім?

Мультимедиалық журналистика — бұл журналистік материалды жеткізудің қандай да бір түрі. Бұл бір тақырыпта жазылған, бірақ құрамында бірнеше формат — фото, бейне, мәтін, инфографика, интерактив бар медиаөнім болып табылады. Форматтардың үйлесімділігі әртүрлі, алайда сол материалда ортақ мағына, мақсат, тақырып, идея және мәселе болуы тиіс. Мультимедиалық журналистика бұл ретте телевизиялық, радио және газет журналистикасымен бір қатарда тұрады. Бұл — ақпаратты жеткізудің басқа тәсілі, шығармашылық туындының басқа амалы. Телеарна адамы жақсы кадрға жоғары сезімталдықты және қозғалысты, радио адамы «дұрыс» дыбыс шығаруды, ал «мәтінші» баспа тілін жеткізуді алға қойса, мультимедиа адамы үйлесімділікті қамтамасыз етеді.

Мультимедиалық журналистикада ұтқыр журналист түсінігі танымалдылыққа ие болып келеді. Бірақ мультимедиалық журналистика мұнымен шектеліп қана қоймайды. Мультимедиалық журналистика бұл жалғыз-жарым журналистің жұмысы емес. Бұл — командалық жұмыс. Мультимедиалық журналистер мен бірмедиалық журналистер бар. Бұл қалыпты жағдай.

Одан әрі қарай, сауатты менеджмент мәселесі тұр. Мұнда түрлі бизнес-процестерді редакциямен байланыстыру мәселесі алға қойылып, медиаөнімнің тиімді, аудиторияға қызықты болуын қамтамасыз етеді. Ал редакциядағы жұмыс адамның жүйке жүйесіне әсер етуге және ауыртпалыққа әкеп соқтырмауы тиіс.

Сонымен, мультимедиалық журналистика дегеніміз не? Үш ұғымға бөліп қарастырсақ:

1. Мультимедиалық журналистика — бұл журналистік материалдарды ұсынудың қандай бір нақты түрі. Бірақ мұнымен журналистер айналыспайды. Бұл медиаменеджерлердің жұмысы.
2. Мультимедиалық журналист — бұл материалды өңдеп және монтаждай алатын бірнеше адам емес, бұл мультимедиалық тұрғыда ойлай алатын, түрлі жобаларда өзіне бірнеше рөлді ала алатын адам (монтаж, дыбыстау, мәтін жазу, сұхбат алу).
3. Мультимедиалық редакция бірнеше мамандардан тұруы тиіс. Олардың барлығы да мультимедиалық журналистер болуы міндетті емес.

Ең бастысы, журналист бәсекелестік салада өзін жақсы көрсете білуі тиіс. Бұл тұрғыда қазіргі уақытта барлық БАҚ бәсекелестікке қабілетті деу қиын. Сондықтан жеке басыңыз бен журналистік қызметіңіз жеке бәсекелестікке қабілетті болуы қажет. Сонда ғана аталмыш салада «тірі қалуға» әбден болады.

Гүлмира Сұлтанбаева: «Мультимедиалық нарыққа мамандар дайындау — сандық дәуірдің ең басты талабы. Қазір күн санап, озық технологиялар тұтынушы аудиториясына жаңалықтар мен жаңа үлгілер ұсынуда. Білім қоғамына енген сандық дәуірдің міндеті бұқаралық медианың барлық құралдарын кәсіби меңгерген мамандарға деген сұраныстың артуынан деп атауға болады», — дейді [2; 44].

Бүгінгі күнде журналистикаға маманданатын студенттің жеке блогы не әлеуметтік желілерде парақшасы болуы заңды. Ал студент өзінің сайтын әзірлеп, веб-редактор, журналист, дизайнер бола білуі оның маман ретінде қалыптасуына мүмкіндік береді. Бұған дәлел ретінде студенттік сайттардағы: «Жалпы жаңалық атаулының, ең алдымен, жастар арасында кең таралатыны рас. Сол «Жаңа медиа» атты жаңалықтың жаршысы ретінде арман қуған бір топ студенттер дүниежүзін шырғаған ғаламтордың бір бұрышынан» «Зергер» атты өз сайтымызды ашқан едік» деген жазбаларды келтіруге болады. «Журналистиканың біз бағындырар белестері көп болсын деген ниетпен порталымыздың атын «Белес» деп алдық. Жаңалықтар, қызықты әңгімелер, оқырманмен ой бөлісу – біздегі міндет осы. Бізбен бірге сіздер де белесіңізді елес қылмай, өз шындарыңызды бағындырыңыздар!» — дейді келесі топтағы студенттер.

Қазақ жастарының көпшілігі үшін ғаламтордың «Агент» және «Google»-мен шектелетіні рас... «Facebook» пен «Twitter», «Казнет» пен «gmail.com» ұғымдары «м-Агент» тәрізді лексиконымызға еркін енуде. Осы жолдарды жазып жатқанда, бәлкім, «Facebook» өзін ыңғайлы әрі тез тағы бір функциямен толықтырған болар. «Күнделікті «YouTube»-тан бейне көріп, поштаны тексергенде сізге

беймәлім жаңа медианың жаңа бір қырымен танысып, өз құрбыластарының шығармашылығынан, факультет жаңалықтарынан хабардар болу үшін осы сайттың тұрақты оқырмандары болатындарыңызға сенеміз», — дейді бүгінгі студент, ертеңгі журналист болар жастар [3; 121]. Яғни бүгінгі студенттік аудиториядан ғаламдық желіге жол тартқан алғашқы сайт – білім алушыға берілген үлкен мүмкіндік және шығармашылық біліктілігін шыңдайтын виртуалдық алаң. Әлем журналистері күнделікті редакцияларында, жолсапарларында жиі қолдаланатын ең үздік мультимедиалық құралдарды үйрену дағдысын арттыру әрбір студентке қойылатын басты талаптардың бірі. Олардың қатарында мынадай құралдарды ерекше атауға болады. Онлайн тарихыңызды жарқын ететін *Dipity* — хронология мен сандық баяндау құралының тегін генераторы саналады. Видео, аудио, бейне, мәтін, сілтемелер, әлеуметтік медиа арқылы оқиғаның уақыты мен күнін тақырып аясына сыйғызуға болады.

Әрдайым жолсапарда жүретін журналистерге қолайлы, оқиға орын алған жерден тікелей репортаж жүргізуге тиімді алаңдардың бірі — *Qik*. Бұл ақпараттар ағынын легімен беретін құрал. Көрермен оқиғаны жазып жатқанда көру мүмкіндігіне ие болады, видеоны сол сәтте әлеуметтік медиасайттарына жариялауға болады. Үздік саналған құралдардың бірі *Qwiki* іздестіру нәтижелері бойынша әп-сәтте-ақ мультимедиалық тұсаукесер жасай алады. Мәселен, бұл құрал іздестіру сөзі бойынша аудиоформатта анықтама сөздіктерімен бес мәтіндік топик ұсына алады. Сонымен қатар *Iivox* құралы арқылы деректерді тегін бейнелеу құралдары арқылы интерактивті тұсаукесер жасауға мүмкіндік туғызады. Яғни, бір мезетте мәтін, фотосуреттер, бейне- және аудиоальбомдар тізбектелген дайын тұсаукесерді жасауға болады. Атап өткендей, мультимедиа мүмкіндіктері мен шығармашылық аясы, қолдану мен тиімділік шекарасы бүгінде ешбір кедергісіз сандық технология кереметі арқылы жүзеге асады.

Асхат Еркімбаев: «Америка университетінің кітапханасында 2006 жарияланған «Emerging Issues in Contemporary Journalism» деген кітапты парақтап отырмын. Facebook-қа қалдырған ой сол кітаптан туындады. «What is convergence?» («Конвергенция дегеніміз не?») деген сауалға Джеф Роу деген зерттеуші былай жауап беріпті. Көңіліме қонған анықтама болған соң, әуелі ағылшыншасын сосын қазақша аудармасын көрсетіп отырмын:

«Melding the media in a way that makes sense for readers, listeners and viewers. News stories are presented throughout the day on different mediums in logical sequences as they develop and as people in their daily life can access them» (Jeff Rowe) — «Оқырман, тыңдарман және көрерменнің ыңғайына қарай медианың өзара бірігуі. Адамдар оңай танып, білуі үшін жаңалықтар күні бойы өзара үндескен медиаларда ұсынылып, толықтырылып отырады (Джеф Роу)», — дейді [4; 56].

Мультимедиалық журналистика деп мультимедиалық материал өндірісін атауға болады. Конвергентті журналистика дегеннің — дінгегі осы.

Барлық медиа түрлері жаңа технологияларға байланысты болып отыр. Жаңа технологиялар жаңа байланыс түрін, сәйкесінше, жаңа өркениетті тудырады. Канадалық ғалым Маршал Маклюен:

– 1-деңгей: табиғи медиа — жазу, жест, сөз, интерперсонал байланыс;

– 2-деңгей: масс медиа — технологиялық құралды қажет ететін медиа;

– 3-деңгей: мультимедиа — $1+2=3$ болатыны секілді тез өзара байланысты да + технологияны да қосатын медианы көрсетеді.

Интернет — ең интерактивті орта, конвергентті болу жолында оған түрлі БАҚ қосылып, өздерін сынап көреді. Мультимедиалық журналистика ене бастаған кезеңде газеттер өздерін сақтағысы келіп, сайттар ашып, ПДФ-форматындағы материалдарын салды. Сонан соң сол редакциялар адамдар үймелемегеніне таңғалып еді. БАҚ өз сайттарына бұрынғы аудиторияны жинай алмайды, себебі бұл ортаның қағидаттары басқа, адамы бөтен, механизмі бөлек.

Зерттеуші С. Уразов (А. Оразовпен шатастырмаңыз!) конвергентті үрдістердің пайда болуына қатысты себеп-салдарлық байланысты былай көрсетеді:

– мономедиалық ортаның мультимедиалық ортаға ауысуы;

– БАҚ-тардың БКҚ-ге трансформациясы негізіндегі медианың классификациялық атауының өзгеруі;

– интерактивтілік — байланыс формасы ретінде;

– жаһандану үрдісі сандық технологиялардың дүмпуімен ақпараттық өнімнің таратылу ретін өзгертеді.

Мультимедиалық өнім

Қазіргі таңда бейнемонтаж, түстер, фотосуреттерді компьютермен өңдеу, анимация, инфографика және дыбыспен жұмыс істеу биік дәрежеге жетті. Көркем-бейнелеу құралдары медиада еркін қолданылады. Бүгінде БАҚ өнімін жасайтын технология деңгейі кез келген творчестволық идеяны жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Мультимедиа тарихына мыналарды жатқызуға болады: гиперсілтемесі бар мәтін; бейне; фото; слайд-шоу; аудио; инфографика; карикатура; интерактивтік форма (дауыс беру, пікірлер, рейтингтер). Оларды бірінші және қосалқы компонентті деп бөлу ыңғайлы. Біріншіге басқа ресурстарға сілтемесі бар мәтінді, фото, бейне немесе аудионы жатқызуға болады. Осыларда барлық материалдар қолданады [5; 97]. Ал қалған барлығы қосалқы болып табылады. Егер дәстүрлі жанрда мәтін негізгі рөл атқарса, мультимедиалықта ол маңызды емес. Бұл жерде негізгі ақпаратты сурет, фотоқатар атқара алады. Ал мәтін пікірлер, толықтыру, тақырыпша және тағы басқа рөлді атқарады.

Мультимедианың түрі бойынша:

Мәтіндік блог — негізгі мазмұны мәтін болып табылатын блог. Фотоблог — негізгі мазмұнын фотосуреттер құрастыратын блог. Музыкалық блог — негізгі құрамы музыка құрастыратын блогтар. Подкастинг және блогкастинг — негізгі мазмұны MP3-файл түрінде қаланатын блогтар. Видеоблог — негізгі мазмұны бейнефайл түрінде көрсетілген блогтар.

Мазмұндық ерекшеліктері бойынша:

Контенттік блог — бастапқы авторлық контентті баспаға шығаратын блог. Мониторингтік (сілтемелік) блог — негізгі контенті басқа сайттарға комментарийден өткен сілтемелер болып табылады. Дәйексөз блогі негізгі контенті, басқа блогтардан алынған дәйексөздер болып табылады. Тамблелог. Сполг-спам-блог.

Техникалық негізі бойынша:

-*Stand alone* блогы — жеке хостингтегі немесе қозғалтқыштағы блог. Блог — платформадағы блог-блог-қызмет күшімен жүргізілетін блог. Моблог — құрамында ұялы және портативтік құралдары орналасқан контентті бар ұялы веб-блог.

XXI ғасыр ғылыми-техникалық революцияның шарықтау шегіне жетіп, адамзат өркениетінің жаңа сандық деңгейге көтерілген кезеңі. Өткен ғасырдың соңында басталған жаһандану үрдісі әлем елдерінің біртұтас жаһандық-ақпараттық нарықты, қалыптастырып, мәліметтік қамалды, яғни, кедергіні біртіндеп жоюға әсерін тигізді. Заманауи технологиялардың адам өмірінің барлық салаларында қолданылуы қоғам дамуының заңдылықтарын айқындап, әлеуметтік-саяси мәселелер жайлы мағлұмат беретін бұқаралық ақпарат құралдарына да жаңа жанрлар мен тенденциялар әкелді. Біздің ойымызша, ғаламтордың индивидуализациялануы дәстүрлі жаңалық тарату жолдарының эволюциясы мультимедиалық журналистиканың қатыптасуына ықпал етті. Мультимедиалық журналистика дегеніміз не және оның дамуының басты трендтері қандай? Сандық журналистика — ғаламтордың дамып, өркендеуінің нәтижесінде пайда болған медиасаланың жас жанры. Заманауи журналистикаға жылдамдық, инфоцентрлік және интерактивтілік тән. Сондықтан бұл формадағы журналистиканың дамуының басты трендтері ретінде виртуалды шындықты, ұжымдық пікір алмасу мен салааралық байланысты қамтамасыз ететін мамандық түрі сынды қасиеттерін алуға болады. Журналистиканың жаңа медиаконтексті қоғам өмірінде жаңа медиакөңістіктің негізін қалады. Тарихқа көз жүгіртетін болсақ, бірнеше он жылдық бұрын тілшілер өз бағдарламаларын теледидар арқылы көрсету үшін телемұнараға арнайы жазылған кассетаны жеткізіп үлгерулері қажет еді, ал баспа ісімен айналысатын журналистер мақаласын жариялау үшін және газет беттерін құрастыру үшін көп тер төгетін. Сандық журналистика аталған мәселелерді шешіп, оқиғаны дәлме-дәл уақытта жариялап, халыққа сенімді хабар жеткізуге мүмкіндік берді, сондықтан журналистика Арнольд Мэтью атап өткендей, жол-жөнекей жазылатын әдебиетке айналды. Сонымен қатар ұялы телефондар мен планшеттерге арналған арнайы қосымшалар жаңалықтың жылдам, ұтқыр түрде таралуының кепілі болып табылады. Мысалы, күнделікті газет-журнал алуға уақыты жоқ, бірақ әлем жаңалықтардан хабардар болғысы келетін адамдар Nur.kz, Tengrinews сынды ақпараттық агенттіктердің қосымшаларын жүктей алады. Себебі интернет-журналистика самсаған сары қолдың жаңалыққа деген құмарын қандырады. Ғаламтор — қолданушылардың ақпарат және пікір алмасуына арналған жүйе, сол себепті мультимедиалық журналистикада да оқырмандарға өз ойларын еркін жеткізуге жағдай жасалған. Жаңалықтар сайтындағы арнайы функциялардың көмегімен оқырман белгілі бір оқиғаға қатысты өзінің сын-пікірін комментарий ретінде білдіре алады. Сондай-ақ интернет-журналистикасы арқылы мамандар түрлі әлеуметтік сауалнамалар мен зерттеу жұмыстарын

кең аудиторияны қамту арқылы іске асу мүмкіндігіне ие». «The Economist Intelligence Unit» атты британдық орталықтың статистикалық мәліметтеріне сүйенетін болсақ, 167 елдің тек 25-інде ғана толық демократия қалыптасқан, демек, салыстырмалы түрде демократиялық көрсеткіш жоғары елдердегі журналистика өзіне жүктелген міндеттерді толығымен орындай алады, ал өзге 143 мемлекеттерде аталған сала белгілі бір дәрежеде қысым көріп, жаңалық жаршылары тарапынан жұршылыққа объективті ақпарат жеткізілмейді» [6; 158]. Еуропадағы халық билігінің жоғары болуы дамыған елдердегі электронды журналистиканың қоғамдық санада және әлеуметте өз орнын тауып, билік өкілдерімен берік байланыс орната білуінде деп білеміз, сондықтан төртінші билік өкілдері ғаламтор желісінің арқасында халықты жан-жақты шынайы ақпаратпен қамтамасыз етудің қайнар көзіне айналды. Электронды журналистика ақпараттық технологиялардың дамуының қозғаушы күші болып табылады, себебі көрермен назарын аудару үшін журналистер түрлі компьютерлік қосымшалар мен бағдарламаларды меңгеруі тиіс [7]. Мақалаларды өңдеп, сюжеттерді бір-бірімен байланыстырып, тың интерфейс пен дизайнды қолдану арқылы сандық журналистика ғасырлар тоғысында қалыптасқан, жетілдірілген және кіріктірілген әлеуметтік ғылымның саласына айналады. Қарапайым мысал ретінде интернет желісіндегі көркемдік палитрасы жоғары сайттардың танымалдылығы да жоғары болатынын келтіруге болады. Демек, сандық журналистика болашақ мамандықтарымен байланысты және өзге салаларға да белгілі бір дәрежеде өз ықпалын тигізеді. Адам өмірін жарқын жаңалықтармен толықтырып, халық пен үкімет арасындағы дөңкерге айналған цифрлы журналистика тұрақты даму концепциясының қалыптасуын және әлемдік мәдениет мүддесінің сақталуын қамтамасыз етеді. Заман ағымы мен қоғам талабы өзгерсе де, басты мақсаты мен қағидалары — объективті әрі шынайы ақпарат жеткізіп, дүниежүзі тарихын жазуға үлес қосатын журналистика саласы әрдайым жаңарып, өркендеп отырады. Сондықтан, мультимедиялық журналистика-ақпараттық технологиялар дәуірінің басты нышаны, темір гаджеттер әлеміндегі өнертабыстардың үздігі.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн / Г.Вирен. — М.: Аспект Пресс, 2016. — 265 с.
- 2 Маккуайр С. Медийный город. Медийная архитектура и медийное пространство / С.Маккуайр. — М.: Стрелка Пресс, 2014. — 180 с.
- 3 Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 345 с.
- 4 Балмаева С. Как новые медиа изменили журналистику? 2012–2016 гг. / С.Балмаева, М.Лукина. — М.: Стрелка Пресс, 2016. — 450 с.
- 5 Калмыков А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М.: Стрелка Пресс, 2015. — 380 с.
- 6 Градюшко А.А. Основы интернет-журналистики / А.А. Градюшко. — Минск: Биг, 2012. — 240 с.
- 7 Benčič S. Technological development and its influence towards world prosperity and decline / S. Benčič // Mechatronika 2016: proceedings of the 14th international symposium MEMS. — Bratislava: Slovak University of Technology, 2016. — P. 223–225.

Г.С. Амангелдиева, М. Зухурнаева

Мультимедийная журналистика: уровень развития, продукция, особенности

В статье рассмотрены тенденции развития мультимедийной журналистики. Авторы выявили сходство и различие конвергентной журналистики и мультимедийной журналистики, определили место блогера в интернет-журналистике и мультимедийной журналистике. В результате проведенного исследования авторы отвечают на вопрос: «Кто такой мультимедийный журналист?». Подробно изучена мультимедийная продукция, ее особенности, специфика конкретных технических параметров. В статье представлена информация о роли полноценного блогкастинга, инфографики и подкастинга. В результате исследования определены наиболее специфичные факторы мультимедийной журналистики. Исследование базировано на основных положениях интернет-журналистики.

Ключевые слова: мультимедиа, конвергенция, цифровая журналистика, интернет, подкасты, блоги, инфографика, медиа, гиперссылки, информация, сайт, портал, форум, письмо, жест, слово, межличностность.

G.S. Amangeldieva, M. Zukhurnaeva

Multimedia journalism: the level of development, production, features

The article discusses trends in the development of multimedia journalism. Authors analyze the similarities and differences of convergent journalism and multimedia journalism. The article explains the concept of a place the blogger in the online journalism and multimedia journalism. After analyzing the difference between blogger and journalist multimedialogo the authors give the answer to the question: «Who is a multimedia journalist?». In the article studied in detail the identity of the multimedia production, its characteristics, specifics technical parameters. Also, the article presents information on the role of full blogcasting, infographics and podcasting. The study identified the most specific factors of multimedia journalism. The study is based on the main provisions of online journalism.

Keywords: multimedia, convergence, sandy journalism, blog, podcast, blogging, infographics, media, hypervisitem, website, portal, forum, letter, gesture, word, interpersonality.

References

- 1 Viren, G. (2016). *Sovremennye media. Priemy informatsionnykh voyn [Modern media. Techniques of information warfare]*. Moscow: Aspekt Press [in Russian].
- 2 Makkuayr, S. (2014). *Mediinyi horod. Mediinaia arkhitektura i mediinoe prostranstvo [The media city. Media, architecture and urban space]*. Moscow: Strelka Press [in Russian].
- 3 Amzin, A. (2011). *Novostnaia internet-zhurnalistika [Online news-journalism]*. Moscow: Aspekt Press [in Russian].
- 4 Balmaeva, S. & Lukina, M. (Eds.). (2016). *Kak novye media izmenili zhurnalistiku? 2012–2016 hh. [How new media has changed journalism 2012–2016]*. Moscow: Strelka Press [in Russian].
- 5 Kalmykov, A.A. & Kokhanova, L.A. (2015). *Internet-zhurnalistika [Online journalism]*. Moscow: Strelka Press [in Russian].
- 6 Gradyushko, A.A. (2012). *Osnovy internet-zhurnalistiki [The basics of online journalism]*. Minsk: Bih [in Russian].
- 7 Benčič, S. (2016). Technological development and its influence towards world prosperity and decline. *Mechatronika 2016: proceedings of the 14th international symposium MEMS*. Bratislava: Slovak University of Technology.