

Барлыбаева С.

Д.и.н., Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: tv.headmaster@gmail.com

НОВЫЕ МЕДИА В ЖУРНАЛИСТСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье говорится о цифровой эпохе, которая изменяет журналистское образование, информационную среду, стирая грани между видами СМИ, печатной и электронной коммуникацией. Новая модель мультимедийной, конвергентной журналистики разрабатывается в вузовской системе образования, позволяющей готовить и выпускать мультимедийных специалистов для современного медиарынка. Создание различных медийных информационных текстов требует от учащихся, студентов новых знаний, особого умения, мастерства, которое они получают на факультете журналистики КазНУ им.аль-Фараби.

Цель статьи – показать, как современная казахстанская журналистика изменилась в эру глобализации и дигитализации, как изменились требования в образовательном процессе под бурным влиянием новых медиа, какие новые предметы, дисциплины появились в процессе обучения.

Ключевые слова: современная журналистика, мультимедийность, конвергенция, дигитализация, цифровая эпоха, информационный Казахстан.

Барлыбаева С.

Д.и.н., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.,
e-mail: tv.headmaster@gmail.com

Журналистік білім берудегі жаңа медиа

Мақалада журналистік білім беруді, ақпараттық ортаны баспасөз және электронды БАҚ арасындағы ерекшеліктерді өзгертуші сандық дәуір жайлы айтылады. Жоғары білім беру орындарындағы мультимедиялық, конвергенттік журналистиканың жаңа моделі заманауи медианарықтың сұранысына сай мамандарды дайындауға мүмкіндік береді. Әр түрлі медиалық мәтіндерді жасау студенттерден жаңа білім мен біліктілікті талап етеді және бұл әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті журналистика факультетінің оқу бағдарламасында қамтылған.

Мақаланың мақсаты – ғаламдастыру мен дигитализация дәуірінде заманауи қазақ журналистикасындағы өзгерістер мен жаңа медианың талабына сай білім беру саласындағы жаңаша көзқарастар мен жаңа пәндердің енгізілуі және оқу үдерісіндегі жаңашылдықты көрсету.

Түйін сөздер: Заманауи журналистика, мультимедиялық, конвергенция, дигитализация, сандық дәуір, Ақпараттық Қазақстан.

Barlybayeva S.

Д.и.н., Al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: tv.headmaster@gmail.com

New media in journalism education

This article is about digital century, which change journalism education, information sphere, mass media, between press and electronic mass communications. The new model multimedia, convergence journalism cultivated in Universities systems of education, which prepare multimedia journalists for the modern media market. The creation different media information contexts are need from students new knowledge, specific methods, skills, which there are give on the Faculty of journalism of the Kazakh National University named after Al-Farabi.

The main goal – to show how modern journalism, mass communication are changes in era of globalization and digitalization, how changes the demands in educational process under influence new media, how new subjects appear in process of education.

Key words: Modern journalism, multimedia, convergence, digital era, Information Kazakhstan.

Введение

Казахстан активно внедряет новые информационные технологии в СМИ. Огромная территория республики способствует развитию спутникового ТВ. В стране идет бурное развитие системы кабельного телевидения. Внедряются волоконно-оптические кабели, позволяющие мгновенно передавать информацию на большие расстояния. В стране активно развиваются: Интернет, социальные сети, блогосфера. В настоящее время развитие телевидения и радио осуществляется в эпоху глобальной цифровой революции. Новые возможности цифрового ТВ и РВ дополняются новыми возможностями: интерактивностью и мультифункциональностью.

На факультете журналистики Казахского Национального университета им. аль-Фараби с сентября 2009 года открылся новый цифровой «Телерадиокомплекс КазНУ им.М.К.Барманкулова. ТРК КазНУ – это учебно-производственная телестудия и радиостудия с новейшим мультимедийным оборудованием и всеми техническими условиями для создания телевизионных и радиопрограмм. Вся жизнь и деятельность университета (научная, учебная, общественная, культурная, спортивная), всех его 15 факультетов освещается Телерадиокомплексом. Программы ТРК КазНУ факультета журналистики имеют большую социальную значимость для сохранения и приумножения научно-просветительских, культурных ценностей, распространения знаний и традиций лучших образцов отечественной науки и образования. Ежедневно студенты факультета журналистики готовят ТВ и радио новости на казахском, русском и английском языках о жизни университета, а все радиопередачи и телепрограммы транслируются на переменах в эфире «Радио Аль-Фараби» и по телевизорам-мониторам, расположенным на территории университетского городка КазГУграда.

Телерадиокомплекс обучает профессиональному телевизионному и радио творчеству студентов факультета журналистики, где каждую неделю проходят мастер-классы, встречи, круглые столы с ведущими журналистами, блогерами, ПР-специалистами, режиссерами, документалистами страны. Проект информационного и научно-образовательного студенческого телеканала «Аль-Фараби» призван создать интерактивное телевидение для студентов как учебную и практическую базу, позволяющую приобретать опыт работы в реальной журналистике, создавая условия для скорейшей адаптации

бакалавров и магистров к современным мультимедийным требованиям.

Используя современное цифровое оборудование, студенты учатся готовить телевизионные, радио материалы: интервью, репортажи, заметки, телесюжеты и программы. Одновременно с подготовкой теле-радиоматериалов они готовят и сетевые материалы, т.е. Интернет-продукцию. Таким образом студенты имеют возможность готовить материалы в разных форматах: в телевизионном, радионном, газетном и сетевом-Интернет-формате. На факультете журналистики КазНУ используются новые технологии, новые медиа, применяемые сегодня в работе СМИ.

Материалы и методы

Источниками исследования являются выступления, статьи и труды казахстанских ученых по развитию журналистики и массовой коммуникации.

Фактическим материалом исследования являются: статистические данные, данные социологического исследования аудитории, населения Казахстана, статьи в средствах массовой информации республики.

Основными методами исследования являются: принципы исторического, диалектического, комплексного и системного анализа, основные концепции развития современной журналистики, выводов социологических исследований аудитории страны, обобщение исторических, социально-политических и информационных явлений, выступающих в качестве основных факторов массовых коммуникационных процессов.

Обзор и обсуждение

Цифровая эпоха меняет вещательную среду, стирая грани между видами СМИ, печатной и электронной коммуникацией. Новая модель конвергентной журналистики разрабатывается в вузовской системе образования, позволяющая готовить и выпускать мультимедийных специалистов для современного медиарынка.

Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального журналистского мастерства. Телевизионные журналисты быстрее и активнее переходят на конвергентную журналистику, т.к. подготовка телевизионных материалов требует знания техники, различного телевизионного, радио оборудования, цифрового монтажа. А эти навыки и умения служат основой овладения мультимедийной журналистикой, позволяют быстрее перенимать знания в области газетного, издательского, фото дела, а также Интернет-дизайна, сетевого контента.

Конвергенция как понятие начинает доминировать в медиа менеджменте, включая и производство контента. Существенно влияя на сбор, создание и распространение информационного продукта, конвергенция не только кардинально изменяет подходы к управлению информацией, принципиально реконструируя организационную структуру СМИ, но и формирует новую модель журналистики. Отсюда и новые требования при подготовке конвергентных журналистов.

В список преподаваемых дисциплин уже несколько лет включены следующие предметы: «Интернет-журналистика», «Современные медиа технологии», «Конвергентная журналистика», «Аудиовизуальные и цифровые СМИ» и многие другие, которые вводят в курс развития современной журналистики, ее тенденций, направлений развития. Новые информационные технологии изменили методы сбора, обработки и распространения информации, навыки подготовки вещательных материалов на цифровом оборудовании. Они упростили процесс создания телевизионных и радиопрограмм, сделали его мобильным, оперативным, конвергентным. Владея определенной тематикой, можно создавать журналистскую продукцию в разных форматах и в разных видах журналистики. Современная журналистика стала – мультимедийной.

Электронные СМИ предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. Зритель может обратиться с любым вопросом в создателю контента, к журналисту, модератору, телевизионному журналисту, пошлав ему сообщение по электронной почте, по мобильному телефону, по Интернету.

Эта обратная связь стала более эффективной, интерактивной за счет внедрения и бурного развития новых информационных технологий, которые облегчили работу журналистов, но предъявили к ним новые технические, мультимедийные требования, новые подходы к творческому процессу, новые формы информационного менеджмента, управления коммуникационным процессом. И здесь необходим новый уровень подготовки мультимедийных журналистов, за которыми будущее развитие массовой коммуникации.

Электронные средства массовой коммуникации имеют широкий диапазон воздействия на наиболее универсальные средства общественной коммуникации: образование, вероисповедание, досуг, развлечения и др. Данные структуры, в свою очередь, оказывают прямое или косвен-

ное влияние на формирование культурных ценностей. По силе воздействия, по степени влияния на взгляды, убеждения, поведение людей средства массовой информации не имеют себе равных в общественной жизни.

В системе средств массовой коммуникации, включающей традиционные – печать, радио и телевидение (ТВ), сложилась группа «новейших» средств информации. К ним относятся: спутниковое ТВ, кабельное, видео, мобильная телефония, сотовая связь, телетекст, Интернет, волоконно-оптическая связь, ТВ высокой четкости, интерактивное и цифровое вещание, блогосфера, социальные сети. Новейшие медиа изменяют наше мировоззрение, изменяют информационный уровень общества, открывают новые коммуникационные возможности.

Аналитики Internet Live Stats представили статистику по числу интернет-пользователей и проникновению интернета в 201 стране мира. Согласно данным на 1 июля 2016 года, на первом месте по числу пользователей оказался Китай, где доступ к интернету имеют более 721 миллиона человек (52,2% от всего населения страны). На втором и третьем местах – Индия (более 460 млн человек, 34,8%) и США (более 286 млн человек, 88,5%) [1]. Казахстан по данному показателю занимает 43 место – число интернет-пользователей в нашей стране достигло 10 млн человек, увеличившись за год на 1,8%. Здесь немного спорные показатели, т.к. некоторые специалисты отмечали 12 млн. пользователей Интернета в стране.

Активными пользователями соцсетей в Казахстане являются 3,3 миллиона человек, то есть пятая часть населения страны. Такие данные указаны в отчете, подготовленном агентством «Медиа-Систем» с помощью сервиса Brand Analytics. (Исследование проводилось зимой 2015-2016 года) [2].

Самой популярной среди казахстанцев соцсетью оказался «ВКонтакте» – 1,945 миллиона пользователей. В месяц они публикуют порядка 45 миллионов сообщений. Среди пользователей 53,8 процента – мужчины и 46,2 процента – женщины. Большая часть аудитории соцсети «ВКонтакте» – люди до 18 лет. В Казахстане набирает популярность Instagram. Сервисом пользуются 1,336 миллиона казахстанцев. Эта соцсеть наиболее популярна среди женской половины населения – их 71,9 процента. Соответственно, мужчин в Instagram – 28,1 процента. Следом в рейтинге расположился «Мой Мир», им пользуются 155,3 тысячи казахстанцев, среди

них 59,5 процента – женщины и 40,5 процента – мужчины. Здесь основная возрастная категория – от 25 до 34 лет. Соцсеть Facebook в Казахстане пользуются 125,8 тысячи человек, большинство из них женщины – 60,3 процента. Основу аудитории составляют люди от 25 до 34 лет – их 45,4 процента, в Facebook около пяти процентов пользователей старше 55 лет. Самой «возрастной» социальной сетью можно назвать «Одноклассники». Здесь насчитывается 69,3 тысячи пользователей из Казахстана, подавляющее большинство из них старше 25 лет. Кроме того, каждый пятый человек здесь старше 55 лет. Среди участников этой соцсети 74 процента – женщины и 26 процентов – мужчины. На последнем месте по популярности оказался Twitter. Им активно пользуются 16,6 тысячи авторов. Примечательно, что среди них больше мужчин – их 52 процента [3].

В медиа потреблении Казахстана, в рейтинге популярности СМИ – лидируют: отечественное телевидение и печатные СМИ. В Казахстане чаще, чем в других странах СНГ востребованы зарубежные, российские масс медиа, особенно ТВ. И также более выражен интерес к международным событиям. Более 60% опрошенных в стране уверяют, что главными источниками получаемой информации – являются отечественные СМИ. Как отмечает ОФ «Стратегия», «в целом жители Казахстана продемонстрировали относительно высокий уровень активности в познавательных процессах, это отразилось и на высоком уровне потребления различных медиа. Удовлетворять свой интерес казахстанцы могут с помощью различных современных коммуникационных средств, отдавая предпочтения тем из них, которые более распространены и экономически приемлемы. Приоритет в выборе был отдан казахстанским СМИ, зарубежные, в первую очередь, российские, масс медиа играют, скорее, дополняющую роль [4].

В настоящее время с 2013 года реализуется государственная программа «Информационный Казахстан-2020». Программа направлена на внедрение инфокоммуникационных технологий во всех сферах экономики. В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышении уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом.

В настоящее время в правительстве идет работа по разработке новой программы «Цифровой Казахстан», которая создаст новую цифро-

вую платформу, улучшит возможности ведения бизнеса и повысит качество жизни населения. Как отмечал экс-министр по инвестициям и развитию РК (ныне аким г.Астаны) Асет Исекешев: «Новая политика призвана стать одним из ключевых драйверов страны в нынешней экономической ситуации. Основными приоритетами в рамках программы будут: завершение обеспечения полностью доступа к широкополосному Интернету для населения страны» [5].

Заключение

В настоящее время СМИ влияют на нашу жизнь гораздо сильнее, чем все остальное, отсюда быстро меняющиеся ценностные ориентиры, потребительские запросы, особенно у молодого поколения, которое почти всю информацию получают из Интернета и социальных сетей, а старшее поколение предпочтение отдает традиционным СМИ – телевидению и газетам.

Процесс информационной глобализации вошел и в образовательную журналистскую деятельность: студенты готовятся к семинарским, лабораторным занятиям по Интернету, записывают лекции на мобильные телефоны, делают специальные задания и демонстрируют их на сотовых телефонах, айфонах, планшетах. И это уже реальность, веление современного времени. Однако, как в начале XXI века отмечал ректор МГУ им.М.В.Ломоносова – В.Садовничий на встрече со студентами КазНУ им.аль-Фараби, «Интернет делает нас информированными, но он не делает нас интеллектуальными». Книга способствует развитию воображения, она учит мыслить, сопереживать, анализировать. Хотя многие могут мне возразить, что и по Интернету, и по сотовому телефону можно спокойно читать тексты, но все же это будет другим чтением с «кликновым» сознанием и быстрым восприятием контента, т.к. в основном мы привыкли обращаться к Интернету в поисках новостной информации, которая оперативна, доступна, наглядна, мультимедийна.

Глобальное распространение информации и коммуникации создает возможности для свободного общения на разных уровнях: вертикальном, горизонтальном, сетевом, массовом и индивидуальном. Модели изменения медиа-систем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция глобализации играет в этом процессе не последнюю роль. Использование новых ИКТ усиливает процесс конвергенции и ведет к построению глобального информационного общества.

Литература

- 1 Profit.kz,25 июля 2016.
- 2 Сколько людей «сидят» в соцсетях в Казахстане//1.Profit.kz,25 июля 2016
- 3 Подробнее:<https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639/>
- 4 <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639/>
- 5 Ишекенова Б.Количество Интернет-пользователей в Казахстане выросло с 8% до 68%//BNews.kz,17февраля 2016.

Reference

- 1 Profit.kz,25 July, 2016
- 2 How many people are in social network//1.Profit.kz,25 July, 2016
- 3 <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639/>
- 4 <https://tengrinews.kz/internet/skolko-lyudey-sidyat-v-sotssetyah-v-kazahstane-288639/>
- 5 Ishekenova B.Internet-users in Kazakhstan are grewed sence 8% to 68%// BNews.kz, 17February, 2016.