

COMBATING DESTRUCTIVE CONTENT IN UZBEKISTAN:
ANALYSIS OF MEDIA STRATEGIES

Abstract: This article analyzes the role of information platforms, particularly the Kun.uz and Yuz.uz websites, in combating destructive content in Uzbekistan's internet space. It examines types of destructive content, their methods of dissemination through media, as well as the importance of counter-narratives, media literacy, and fact-checking. Strategies against this content are highlighted through analytical examples based on the specific activities of the Yuz.uz and Kun.uz websites.

Keywords: destructive, content, information platforms, website, counter-narrative, media literacy, fact-checking

About the author:

YUNUSALIYEVA Shohista Qodirovna — independent Researcher at the National University of Uzbekistan.

ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЦИФРОВУЮ
ЭПОХУ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛЕЙ И ВЫЗОВЫ
МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ СРЕДЫ

Нозима Муратова, 

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Аннотация: В статье рассматривается трансформация журналистской профессии в условиях стремительного развития цифровых технологий и мультимедийной среды. Анализируются изменения в характере журналистской деятельности, рост требований к универсальности специалистов, влияние "взрыва авторства" и конкуренции с непрофессиональными авторами в интернете. Особое внимание уделяется новым форматам подачи информации, роли потокового медиа и изменению восприятия журналистики как профессии и призвания. Отмечаются социальные, этические и технические вызовы, с которыми сталкиваются журналисты в XXI веке.

Ключевые слова: цифровая эпоха, журналистика, мультимедийная среда, потоковое медиа, универсальный журналист, блогер, авторство, профессиональная трансформация.

О профессии журналиста в информационный век существуют различные мнения. Согласно одному из распространенных среди них, такая специальность в ее традиционном понимании отомрет вместе с печатной периодикой. С такой позицией трудно согласиться. Данная профессия сохранится до тех пор, пока у членов общества будет потребность в новостях и аналитике. Что касается печатной журналистики, то она сохранится, как минимум, в качестве одного из направлений того большого и сложного комплекса, который именуется журналистикой информационного века.

DOI:

<https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi9.201>

Цитировать:

Муратова, Нозима. 2025. ПРОФЕССИЯ ЖУРНАЛИСТА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛЕЙ И ВЫЗОВЫ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ СРЕДЫ. Международный научный журнал медиа и коммуникаций в Центральной Азии. 9: 93-100

В свою очередь, мультимедийная журналистика будет означать для представителей данной специальности необходимость работать в более трудных профессионально-творческих условиях. Усложняются виды материалов и, соответственно, процесс их подготовки к публикации. Даже рядовой журналист должен научиться работать не только с текстовым, но и визуальным, а также звуковым материалами, т.е. со всеми типами контента, которые использует редакция. Следует также суметь выделить свое издание и свои сообщения в большом потоке других медиа и среди других материалов. Надо предостерегаться плагиата, который становится притчей во языцех в информационном веке. Но, прежде всего, необходимо обеспечить свой, оригинальный контент в сонме большого числа авторов, в т.ч. пишущих об одних и тех же событиях.

Становится все более распространенной практикой, когда редакции сокращают штатные единицы, загружая оставшихся сотрудников дополнительной нагрузкой. Это повышает технические способности журналистов, но уменьшает их созидательный потенциал, потому что оставляет меньше времени на размышления над творческими материалами. Не говоря уже о перегрузке, к которой ведет такой способ деятельности.

В мультимедийной журналистике, как журналистике нового типа, в немалой степени меняются приоритеты. Авторы становится очень много и не все они ставят на первое место материальное вознаграждение за свою работу, хотя последних также немало. Появляется немало любителей, которые также хотят высказать свое мнение. Более того, специфика информационного этапа развития человечества такова, что для немалого числа авторов журналистика вместо профессии становится призванием или хобби. В мультимедийной журналистике заметно преобразуются методы проникновения в темы, поиск материала для публикации, способы анализа и представления освещаемых проблем аудитории. Меняется сам процесс сбора сведений, подготовки текста и отработки содержания материалов СМИ. Следует сказать больше – мультимедийными становятся не только материалы виртуальных изданий, но и творческая психология самих журналистов, иначе они не смогли бы умело готовить подобные публикации.

В свойственном ему стиле конкретные цифры об авторах, как представителях новой журналистики, приводит российский исследователь медиа, создатель ряда книг по теории и практике журналистики Андрей Мирошников. Он в своей статье пишет: «Краеугольный камень всех процессов, происходящих в медиа, – количество авторов, т.е. лю-

дей, способных сообщить информацию за пределы своего физического окружения. За 6 тыс. лет истории человечества их было около 300 млн. Сейчас за счёт Интернета технический доступ к авторству имеют 2 млрд 400 млн человек, т.е. за короткий период – 20 лет – на порядок больше, чем за всю историю. Это «взрыв авторства» (Мультимедийная, 2014). Он говорит о том, что необходимо менять свое отношение к Интернету, и если мы его ранее воспринимали как возможность, сегодня это потребность, необходимость, обязанность. Если правильно оценить мнение эксперта, то становится ясно, что между авторами и пользователями практически не остается разницы, потому что даже «социализация перемещается в сеть» (Мультимедийная, 2014), а посетители становятся авторами, потому что, если человек не сможет представить себя в сети, значить, его нет. Для того, чтобы он мог себя представить, он должен писать в сеть, ставить фотографии и т.д.

Мы полагаем, что это не столь однозначный вопрос. Всегда будет немало таких людей, которые не будут писать в сеть, даже если им предоставят для этого все условия: компьютер, подключение к интернету, выход на социальные сети и т.д. Подобных безынициативных пользователей, и просто нежелающих публично представлять себя, среди 8-10 миллиардов наберется очень много. Но нельзя отрицать и того, что даже в подобных условиях будет взрыв авторства. Данный взрыв замечен в Узбекистане уже сегодня, когда количество блогеров в интернете стало преобладать над числом работающих в нем профессиональных журналистов.

Из происходящих в сети трансформаций важной является и такая, как переориентация авторского внимания с объекта описания на время пользователя. У посетителей сайтов его сегодня очень мало и выиграет тот, кто в первую очередь учтет это. Американские исследователи Элвин Тоффлер и Хейди Тоффлер не зря приводят следующий факт: «Не желая отставать, фирма в Нью-Дели предлагает уже трехминутные свидания. Однако три минуты могут оказаться вечностью в Интернете, где пользователи, как правило, уходят с сайта, если он не запустится за восемь секунд» (Тоффлер, 2008).

В данном плане нельзя отрицать того, что по мере того, как свободного времени, год от года, у аудитории становится все меньше, его ценность столь же значимо возрастает. Учет, в первую очередь, свободных часов и минут аудитории, а также временных графиков и пауз определенной аудитории заметно повышает общую эффективность деятельности журналистов в мультимедийных условиях.

А. Мирошниченко составил интересную дифференциацию авторов, задействованных в интернете. Он пишет: “Таким

образом, можно провести классификацию авторов по типам их активности. ‘Мерцающие’ авторы находятся на периферии авторского массива. Их авторское участие заключается в том, что они имеют аккаунт в соцсети и иногда что-то читают и оценивают. Их количество огромно, они участвуют в дистрибуции контента. При этом они осуществляют отбор, фильтрацию контента. Если происходит какое-то яркое событие, свидетелями которого они являются, они становятся случайными репортёрами и выходят в следующую авторскую категорию – начинают производить контент. Следующая категория – авторы-‘молчуны’. Это бесклавиатурные, ‘мышковые’ авторы, которые участвуют в распространении контента с помощью кликов мышью – нажимают кнопки ‘лайк’, ‘репост’ и т.п., т.е. отбирают контент для распространения. Их огромная заслуга – вирусная дистрибуция, они служат фильтром, с помощью которого аудитория сама себе рассказывает, что происходит. ‘Пустые’ авторы оставляют междометия, ничего не значащие реплики. ‘Реактивные’ авторы, которые 10%, в основном комментируют. Наконец, авторы-принципалы, или эмитенты, – авторы, создающие темы. Они понимают: это значимо, на эту тему нужно писать. Авторов-принципалов всего 1%” (Мультимедийная, 2014). Последняя цифра очень важна потому, что она показывает, что серьезно пишущих авторов всего 1 процент от посетителей сети. Это, кстати, противоречит утверждениям некоторых специалистов, которые считают, что тех, кто активно пишет в сеть, заметно больше.

Работа редакций с авторами приобретает новые грани, которых не было раньше. Некоторые руководители сайтов пытаются привлечь на свою сторону, или хотя бы заручиться поддержкой популярных блогеров для реализации через них своей редакционной политики. Выгода от этого очевидна – такие блогеры уже имеют авторитет среди пользователей, не нужно тратить время и средства на раскрутку их имиджа. Однако многие блогеры не столь легко поддаются подробной обработке. Поэтому редакции электронных изданий стали использовать еще один путь – они пытаются расшевелить так называемых ленивых авторов, которые ограничиваются лайками или перепостами. Данный метод приносит больше результатов потому, что подобных авторов очень много и у тех руководителей сайтов, кто пытается привлечь их к более активной деятельности, есть выбор.

Разумеется, приводимые нами положения применимы к независимым мультимедийным медиа. Что касается государственных, партийных и части общественных мультимедийных изданий, то там господствует жесткая иерархия и этому не следует удивляться. Это в Великобритании партийная га-

зета может публиковать статьи фривольного характера, приключенческие материалы или эротические снимки. В Узбекистане, где господствует многовековой менталитет местного народа, такие попытки будут признаны неверными.

Хотя мир и происходящие в нем события стали доступны каждому, их интерпретации могут существенным образом отличаться друг от друга. Касательно Узбекистана мы можем отметить, что никто и ничто, даже суперэлектроника, не может снять ответственности с редакций и авторов, а также спасти их от критики, если они не будут соблюдать местные обычаи. Поэтому вопрос соблюдения национальных обрядов и традиций является одним из главных для местных авторов.

Хорошо описал специфику работы мультимедийного журналиста заведующий отделом политики издательского дома «Комсомольская правда» Андрей Рябцев: “Редакция ‘КП’ обслуживает все продукты: сайт, газету, радио, онлайн-ТВ. Основная обкатка контента происходит на сайте. Если в течение какого-то времени набирается много откликов, комментариев, мы берём материал в газету. На заседаниях редколлегии присутствуют представители всех четырёх подразделений холдинга. Естественно, журналиста никто не заставляет делать всё от начала до конца, ролики монтируют профессионалы. Но если репортёр ‘держится’ в кадре, может говорить, то он участвует на всех площадках, в том числе пишет монтажный план для видеороликов”

(Мультимедийная, 2014). Это говорит об универсальности в профессии. Далее он продолжает: “журналист, который освещает какое-то событие, должен написать репортаж минимум в течение часа после события. Большую роль в его работе играют Twitter, социальные сети. Твиты сразу идут вместе с картинками на сайт, они же являются черновиками репортажей для сайта и газеты” (Мультимедийная, 2014). Это влияние социальных сетей и взаимодействие с ними. И следующий момент, который характеризует так называемую “кухню” мультимедийного журналиста, это постоянно быть в режиме эфира и рассказывать новости, цитата автора: “Первый шаг на пути эволюции медиажурналиста – из пишущего он должен превратиться в говорящего. Медиажурналист должен уметь выходить в прямой эфир, общаться с ведущим и экспертами в радиостудии... Следующий этап – работа в кадре. На все мероприятия к журналисту приезжает оператор с оборудованием, которое позволяет вести прямой эфир” (Мультимедийная, 2014).

Необходимо обратиться к потоковому мультимедиа как форме новой журналистики. Сам термин “потокое мультимедиа” появился для определения вида и функций ленточных

накопителей, выпущенных фирмой Data Electronics Inc. Они были предназначены для постепенного сбора с последующим запуском записанной информации. Преимуществом потоковых дорожек была их меньшая стоимость, что помогло им выжить в соперничестве со своими конкурентами.

Потоковое вещание также не является каким-то совершенно новым явлением. Обычные радио и телевидение, где информация льется потоком и есть потоковые медиа. Здесь все дело в форме доставки сведений. Если она непрерывная, то это будет потоковое медиа, например, круглосуточное телевидение, радиовещание или сайт.

Другое дело, что в мультимедийных условиях такая журналистика получает новую жизнь. Довольно часто соединение различных форматов информации (текст, телеролики, фото, звукозаписи) делает выпускаемые материалы достаточно большими. В результате до потокового медиа остается два шага: 1) желание передать как можно больше информации ведет к непрерывному росту ее объема и продолжительности; 2) попытки передать все очередные трансляции по какому-либо продолжающемуся событию ведет к тому, что к предыдущей информации непрерывно подвешиваются последующие материалы, что и способствует появлению сплошного медиа.

Потоковое медиа современного типа стало возможно после того, как техника оказалась в состоянии обеспечить их успешное функционирование. Хотя первые ЭВМ появились в начале 70-х гг. XX в., тем не менее, практически до 2000 г., даже их усовершенствованные образцы не были в состоянии обеспечить устойчивое сплошное вещание. Стабильное функционирование потокового медиа стало возможно после того, как сложились пять основных условий для этого: 1) созданы новые, более скоростные и совершенные модели компьютеров; 2) разработаны технические протоколы, в т.ч. ТСР/ІР, НТТР и НТМІ; 3) проводились непрерывные технико-творческие эксперименты по разработке и внедрению новых видов потокового вещания; 4) появилась возможность, в результате роста объемов рекламы, финансирования мероприятий по функционированию потоковых медиа. Однако все эти новшества оказались бы несостоятельными без пятого, основного фактора – заинтересованности в потоковых медиа со стороны массовой аудитории и роста, в результате этого, посетителей сети интернет. Увеличение числа пользователей помогло организаторам потоковых мультимедиа решить ряд важных вопросов, как творческого и технического, так и материального планов.

Понятно, что потоковое медиа, в силу большого объ-

ема записываемой информации, занимают очень много места на носителях, поэтому важной задачей стало их техническое сжатие, чего также удалось достигнуть.

Сегодня потоковое вещание распространяется все шире. Известные всем вебинары, передачи и трансляции в режиме онлайн, а также большинство видеозаписей обычно бывают выполнены в виде потокового вещания. Приобретают популярность потоковые онлайн концерты и фильмы, когда спектакли известных коллективов с мировым брендом можно смотреть и в других странах.

Те, кто умело использует технологию потокового мультимедиа, может получить хорошую выгоду от своей деятельности. Так, RIAA (Ассоциация звукозаписывающих компаний Америки) объявила, что в 2015 г. более трети своего дохода (2,4 млн долларов), она получила за счет оказания услуг в сфере потоковой музыкальной индустрии. Это превысило ее прибыль за 2014 год на 29%. Еще выше темпы оказались в 2016 г. За первых шесть месяцев доходы компании выросли на 57 % и составили 1,6 млн долларов. Т.е., потоковое вещание стало для компании основным источником коммерческой прибыли.

Можно также отметить, что потоки мультимедиа могут быть живыми и по запросу. Живые потоки характерны для передач здесь и сейчас, с завершением прямой трансляции они прекращаются. Потоки по запросу означают предварительную запись транслируемого для последующей передачи. Как правило, в архивах серверов, подобно библиотечному фонду, хранится большое количество подобных записей.

В завершение отметим, что иногда потоковое медиа относят к разряду постжурналистики. Данное определение вовсе не бессмысленно, как может показаться на первый взгляд. Но это, скорее, постклассическая журналистика, существенно отличающаяся от своего предшественника. Во всяком случае, потоковое медиа, как показал изложенный выше материал, имеет свои отличия от классической журналистики.

Список литературы:

Мультимедийная журналистика. (2014). Информационно-аналитический журнал «Университетская книга» раздел «Инновационные технологии». Мультимедийная журналистика. // <http://www.unkniga.ru/innovation/tehnology/2532-multimedijnaya-zhurnalistika.html>, обращение к ресурсу 23.09.20

Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. Пер. с англ. – М. Султановой, Н. Цыркун. М.: АСТ, ПРОФИЗДАТ. 2008. – С. 87

Об авторе:

МУРАТОВА Нозима Фахритдиновна — доктор филологических наук, проректор по науке и инновациям Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, nozima.muratova@jmcu.uz

RAQAMLI DAVRDA JURNALISTLIK KASBI: MULTIMEDIA
MUHITIDAGI ROL O'ZGARISHI VA UNING MUAMMOLARI

Annotatsiya: Maqolada jurnalistika kasbining jadal raqamli rivojlanish va multimedia muhitining yuksalishi sharoitidagi o'zgarishi tahlil qilingan. Unda jurnalistik faoliyat mohiyatidagi o'zgarishlar, ko'p qirrali ko'nikmalarga bo'lgan talabning ortib borishi, hamda internetdagi "mualliflik portlashi" va noprofessional kontent yaratuvchilarning raqobati ta'siri o'rganiladi. Axborot yetkazishning yangi shakllari, oqim tarzidagi medianing roli va jurnalistikani ham kasb, ham hayotiy yo'nalish sifatida idrok etishning o'zgarishiga alohida e'tibor qaratilgan. Maqolada XXI asrda jurnalistlar duch kelayotgan asosiy ijtimoiy, axloqiy va texnik muammolar yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: raqamli davr, jurnalistika, multimedia muhiti, striming media, kross-funksional jurnalist, blogger, mualliflik, kasbiy transformatsiya.

Muallif haqida:

MURATOVA Nozima Faxritdinovna - filologiya fanlari doktori, fan va innovatsiyalar bo'yicha prorektor, O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti, nozima.muratova@jmcu.uz

THE PROFESSION OF A JOURNALIST IN THE DIGITAL AGE:
ROLE TRANSFORMATION AND CHALLENGES OF THE
MULTIMEDIA ENVIRONMENT

Abstract: The article explores the transformation of the journalism profession in the context of rapid digital development and the rise of the multimedia environment. It examines changes in the nature of journalistic work, the increasing demand for cross-functional skills, and the influence of the "explosion of authorship" and competition from non-professional content creators online. Special attention is given to new formats of media delivery, the role of streaming media, and the shifting perception of journalism as both a profession and a calling. The article highlights key social, ethical, and technical challenges journalists face in the 21st century.

Keywords: digital age, journalism, multimedia environment, streaming media, cross-functional journalist, blogger, authorship, professional transformation.

About the author:

MURATOVA Nozima Fakhritdinovna — Doctor of Philology, Vice-rector for Science and Innovation of University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, nozima.muratova@jmcu.uz