Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/373683

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Журналистика

Оглавление
Введение 2
Глава 1. Технологическая конвергенция как тренд в развитии современных СМИ 4
1.1. Технологическая конвергенция. Суть понятия 4
1.2. Влияние интернет– технологий на функционирование современной прессы 12
1.3. Проблемы и перспективы конвергенции печатных СМИ и интернет– технологий 23
Выводы к Главе 1 32
Глава 2. Практика использования интернет– технологий в выпуске периодического издания 34
2.1. Использование QR– кодов в работе печатных СМИ 34
2.2. Функции дополненной реальности в работе печатных СМИ 40
2.3. Использование нейросетей в работе печатных СМИ 47
Выводы к Главе 2 55
Заключение 57
Список использованной литературы 60

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена важностью научного осмысления стремительно ускоряющегося процесса международной технологической конвергенции и обмена высокими технологиями, как главного драйвера стабильного развития национальных экономик в современных реалиях. Согласно анализу современного зарубежного опыта отметим, что периферийные глобальные производители высокотехнологичных товаров не проявляют стремления производить конечные продукты исключительно посредством своих сил, а предпочитают передавать заказы на аутсорсинг – в отдельные промышленные центры новых индустриальных стран Азии и Латинской Америки, инвестируя средства в организацию производств, передачу технологий, логистику и т.д., тем самым обусловив сложные цепочки увеличенной стоимости.
В это же время с положительным течением данного процесса, в последнее десятилетие связан серьезный разбег в технологической отрасли между многими развивающимися и развитыми странами. Отмечается разрыв в микроэлектронных технологиях и между самими развитыми странами по причине сложившегося в последнее десятилетие международного разделения труда. И так, как первые встречаются с серьезными проблемами с входом на мировой рынок по причине неконкурентоспособности предлагаемых ими товаров ввиду технического отставания, вторые увеличивают свой инновационный потенциал, осуществляя экспорт новых товаров и услуг.
Выше сказанное подтверждает значимость исследования процессов высокотехнологической конвергенции, в частности, в рамках печатных СМИ Степень разработанности темы исследования. В качестве теоретической основы исследования нами были рассмотрены монографии, исследовательские работы российских и зарубежных авторов, доклады и научно– публицистические статьи, которые затрагивают проблемы инноваций в СМИ. В качестве теоретической базы нами были использованы работы Бакулева Г.П., Бирюкова В.А., Вартановой Е.Л., Журавлева И.А., Карпенко И.И., Суходолова А.П. и др.
Объектом исследования является процесс технологической конвергенции в СМИ. Предмет исследования – особенности конвергенции печатных СМИ и интернет– технологий.
Целью исследования является изучение особенностей конвергенции печатных СМИ и интернет–технологий.
Цель работы обусловила следующие задачи:
– рассмотреть суть понятия технологической конвергенции;
– определить влияние интернет– технологий на функционирование современной прессы;
– рассмотреть специфику использование QR– кодов в работе печатных СМИ;
– определить функции дополненной реальности в работе печатных СМИ;

– рассмотреть использование нейросетей в работе печатных СМИ.
Эмпирическую базу работы составили материалы газетного издания «Комсомольская правда», газета «Известия», «Проспект мира», «Липецк молодость», «Красный Север», «Московский Комсомолец», «Коммерсантъ».
Методы исследования: анализ научной литературы и научно– публицистических источников, соответствующих теме исследования – используется для теоретического обоснования проблемы, качественный анализ контента – применяется для иллюстрирования тех или иных аспектов работы; метод сплошной выборки – для отбора эмпирического материала.
Структура работы: введение, две главы, выводы к частям, заключение и библиографический список.

Глава 1. Технологическая конвергенция как тренд в развитии современных СМИ

1.1. Технологическая конвергенция. Суть понятия

В журналистике термин конвергенция появился из близких научных областей. Вторая треть прошлого века была ознаменована тем, что теория конвергенции, являясь заимствованной из языковедческой науки, биологии и этнографии [10, с. 11], оставила свой след на развитии экономики и социологии. В рамках социологической теории конвергенции внимание исследователей было сфокусировано на взаимодействии и взаимовлиянии двух концептуально противоположных общественных и экономических систем – капитализма и социализма – в процессе научно– технической революции как главного показателя динамики этих систем к некоей «гибридной, смешанной системе» [15].
Немецким специалистом в экономике Вальтером Ойкеном в 40-х годах была определена первая концепция конвергентного характера развития социума. В трудах французского ученого Р. Аарона, экономиста из Голландии, лауреата Нобелевской премии Я. Тинбергена, французского философа П. Т. де Шардена и немецких ученых Д. Шельского и О. Флехтхайма были изучены механизмы конвергенции. [15]. Если обратиться к содержанию работ Уолта Ростоу, Питирима Сорокина, можно также отметить их отнесенность к данной теории в контексте американской социологии последующих десяти лет.
Кульминацией в исследовании теории общественно–политической конвергенции можно было считать труд американского ученого Дэниела Белла «Конец идеологии». Данная работа была опубликована в 1962 г. [2, с. 330]. В рамках исследования была сформулирована гипотеза, суть которой заключалась в следующем: возникло новом общество современного типа, которое опиралось на знания технологической и информационной индустрии, которые служили базисом будущей мировой экономики.
Академик Андрей Дмитриевич Сахаров сформировал вариант теории конвергенции. На конец 1960-х годов академик был уверен, что в связи со сближением социалистических идеалов с капиталистическим миром с грядущими демократизацией, демилитаризацией, социальной и научно–технической революцией, которые являются альтернативным исходом человечества, подтверждается тезис о стремлении преодолеть раскол мира для предупреждения угрозы термоядерного столкновения [9].
Для грядущих концепций и представлений об информационном пространстве и его будущем переосмыслении основой стали гипотетические положения общественно–политической конвергенции. С 1970-х годов понятие конвергенции было распространено в качестве номенклатуры интегрированных информационных и коммуникационных гаджетов. К таким технологическим устройствам относились компьютеры, телефоны, телевизоры. «Термин стал распространяться в 1980-х гг. и стал следствием дискуссий о дерегулировании телекоммуникационного поля в США и вещательных источников в Западной Европе. Но в 1990-х гг. дискуссии о конвергенции привели к стремительной популяризации и внедрению сети Интернет в повседневную жизнь людей в глобальных масштабах, и, как следствие, обрели практическое значение» [3, с. 91].
Термин «конвергенция» актуализировал описание интегрирующих процессов, которые предполагают связь с политикой или экономикой. Под конвергенцией подразумеваются системные видоизменения в структуре, в функционале массмедиа пространства. Данное явление интерпретируется современными учеными как процесс, который вносит существенные изменения в структурное единство современных средств массовой информации.
Американский социолог и публицист Д. Белл сформулировал представление о конвергенции, близкой к конвергенции медиа, в труде «Социальные рамки информационного общества». Сравнение двух, уже знакомых человечеству, форм коммуникации стали базой для данного исследования. Он сравнивает первую форму, к которой относятся почта, газеты, журналы и книги, т. е. средства, которые печатаются на

бумажном носителе, которые могут храниться в библиотеках и могут перевозиться из точки «А» в пункт «Б», и вторая форма, к которой относятся телеграф, телефон, радио и телевидение. Перечисленные средства осуществляют передачу закодированной информации через передачу радиосигналов или через кабельное соединение [2, с. 334].

Кроме того, Беллом доказывается гипотеза о том, что «интеграция технологий телефона, компьютера, факсимиле, кабельного телевидения и видеодисков однажды приведет к радикальной реорганизации способов коммуникации между людьми, к практически полной ликвидации бумаги в функции материального носителя информации, к обновленным формам организации досуга, к реформам образования на базе компьютерного обучения и популяризации видеодисков» [Там же, с. 336]. В содержании работы Белла можно отметить перечисление главных проблем, которые так или иначе связаны с конвергенцией, при этом отражают актуальные тенденции конвергенции в медиа поле:

– интеграцию телефонных и компьютерных систем, телекоммуникаций и обработки информации в единую модель;

– замена бумаги электронными ресурсами, в том числе электронные банковские услуги взамен чеков, используя электронную почту, осуществлять трансляцию газетных и журнальных сведений факсимильными средствами и осуществлять дистанционное копирование документации;

– осуществлять развитие телевизионной службы при помощи кабельных систем с большим количеством каналов и специализированных услуг, что обеспечит возможность реализовать прямую связь с домашними терминалами потребителей;

– реорганизация хранения информации и систем ее запроса на базе компьютеров в интерактивную информационную сеть, которая будет доступна для исследовательских сообществ;

– прямой вывод информации из баз данных посредством библиотечных и домашних терминалов;

– осуществлять развитие системы образования, основываясь на компьютерном обучении, внедрение спутниковой связи в села, в частности, в слаборазвитых государствах;

– применение видеодисков как в развлекательных, так и в образовательных целях [Там же, с. 336].

Целесообразно отметить работу М. Кастельса, содержание работы которого посвящено роли средств массовой информации и коммуникации в развитии общества. «Галактика Маклюэна» Кастельса стала логической заменой и в какой-то степени продолжением «галактики Гуттенберга» [16, с. 218].

М. Кастельс полагал, что коммуникация в обновленных конвергентных средствах массовой информации, оперативное реагирование на текущий событийный ряд станет причиной для скоростного роста временного континуума, уменьшению дистанции между прошлым и настоящим. Концепция норвежского ученого А.Д. Эрдала в аспекте модернизации массовых коммуникаций определила несколько уровней развития конвергенции:

– технологический;

– организационный;

– медийный [27].

Интеграция технологий являет собой сущность технологической конвергенции Именно благодаря ей происходит транспортировка информации при помощи кабельных или телефонных сетей, беспроводной спутниковой связи. Основой технологической конвергенции медиа является процесс трансформации в цифровой формат систем производства. Данный процесс дает возможность содержательной части покидать границы одного СМИ, «"уравнивать” печатное слово и динамичное изображение» [3, с. 77]. Иначе говоря, осуществлять синтез разных видов информационно– коммуникационных технологий и способов трансляции информации (звука, текста и изображения), которая происходит посредством указанных технологий. Полное слияние информационно–коммуникационных технологий в единый процесс подразумевается указанным типом конвергенции.

Конвергенция имеет следующие отличия от интеграции: конвергенция подразумевает «асимптотический» процесс, который может и не увенчаться полным соединением. Преимущество «цифрового формата содержания» заключается в том, что осуществляется его популяризация в различных вариациях, которые не зависят от той или иной индустрии СМИ и технологических платформ» [15].

Если обратиться к содержанию монографии Е.Л. Вартановой «Медиаэкономика зарубежных стран» то следует отметить, что информационно–коммуникационные технологии выступают в качестве значимого фактора модернизации современного социума [10, с. 13]. Дигитализация «практически любого информационного продукта обусловила возможность принимать самую разную медиаупаковку» [10, с. 14]. По итогу, технологическую конвергенцию можно воспринимать как причину технической миниатюризации и миниатюризации информационного продукта. «Наряду с традиционными формами, в которых

функционируют СМИ, – книгой, газетой, журналом, теле– и радиопередачей, аудио– и видеокассетой, медиаконтент сегодня может обрести офлайновую (компакт– диск, DVD) или онлайновую (сетевая газета или портал) медиаформу».

Сущность организационной конвергенции представляет собой слияние, которое происходит внутри одного сегмента экономики, так и в нескольких секторах рыночного пространства, интеграция медиасектора с телекоммуникационными секторами, профиль производства бытовой техники или информационных технологий являют собой. На процесс раздвижения границ воздействия на рынке оказывают влияние данные процессы. Слияние двух крупнейших медийных корпораций – канадского холдинга Thomson Corp. и британского информационного агентства Reuters (2008 г.) и объединение интернет– провайдера America Online (AOL) с медийной корпорацией TimeWarner можно рассматривать в качестве иллюстраций подобной интеграции [15].

Появляется новый интегрированный рынок как следствие упомянутых слияний, этот рынок нерушимой цепью скрепляет мультимедийные услуги, сервис в Сети, создание программ и организаций, которые реализуют сбор и распространение информации. Я. Н. Засурский точно определил целевую направленность аналогичных слияний: «Мы видим соединение электронных компаний, телекоммуникационных провайдеров Интернета с компаниями, производящими информационный продукт и выпускающими газеты, радио– и телепередачи. Важна возможность получить доступ к содержанию» [14, с. 218].

Позже возникло явления, которое позже получило название «медиаконвергенции». Данный феномен стал следствием широкого распространения цифровых высокотехнологичных платформ коммуникации и расширение новой информационно– коммуникационной среды. Сеголня учеными дана новая дефиниция: сближение и последующее единение привычных средств массовой информации (периодической печати, радиовещания и телевидения) при их переносе на единую цифровую платформу» [3, с. 83].

Конвергенция медиа, также известная среди ученых как «конвергенция на уровне профессиональной журналистики» [1, с. 78] или «медиаконвергенция», прослеживается в синтезе неоднородных, в дистанцированных и разобщенных средств массовой информации, во взаимопроникновении всевозможных типов СМИ с последующей допустимой «переменой ролей» между многообразными каналами коммуникации [15]. «В результате определить, о каком же конкретно медиа идет речь, представляется трудновыполнимым: радио в Интернете, энциклопедия на компакт– диске, видеофильм по каналу кабельного ТВ или электронное рекламное сообщение, отправленное и считываемое через мобильный телефон» [1, с. 79]. Интернет– радио представляет собой подобный симбиоз. Данный ресурс обеспечивает единовременное функционирование нескольких средств массовой информации в рамках одного информационно–коммуникативного поля. Упомянутый феномен объединяет в себе главные характеристики радиовещательного канала, которые выражены типичными свойствами печатного СМИ, с вероятным наличием видеосюжетов и признаков интерактивной коммуникации.

Такие тенденции конвергенции способствуют преобразованию привычных нам массмедиа в так называемые «гибриды» СМИ, и при этом заключают в себе множество положительных характеристик. В коллективной монографии А. П. Короченским отмечено: «Ввиду воздействия процессов дигитализации и конвергенции средства массовой информации получают характеристики многоканальности, мультимедийности, интерактивности, способности к отражению актуальных событий в режиме реального времени и непрестанному обновлению информационных ресурсов. Уже сегодня сетевой прессе присущи характеристики, нехарактерные для «традиционных» СМИ: в ней присутствует звук, анимация, гипертекст, обширные электронные архивы, различные виды обратной связи с аудиторией» [17, с. 93].

Сегодня конвергенция представляет собой опосредующий элемент в разграничении жанровых и стилистических характеристик медиатекстов. Отмеченные тенденции ориентируют на полицентричность и поликонтекстуальность в контексте изучения средств массовой информации, ввиду того, что основные области, которые касаются конвергентных процессов, это: экономика, социология, культурология и филология.

Таким образом, следует отметить, что конвергенция представляет собой комплексное явление, которое ориентировано на процесс, вносящий существенные изменения в структурное единство современных средств массовой информации.

Библиографический список использованной литературы

1. Бакулев Г. П. Конвергенция медиа и журналистика / Г. П. Бакулев. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 108 с.

2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. М. : Прогресс, 1986. – С. 330– 342.
3. Беспалова, А. Г. История мировой журналистики. Издание третье, дополненное и исправленное / Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. – Москва : ИКЦ «МарТ», Ростов– н/Д : Издательский центр «МарТ», 2003. – 132 с.
4. Бирюков В.А., Ливсон М.В.. Инновационные формы конвергенции средств массовой информации как способы привлечения аудитории // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2016. – № 1. – С. 108 – 115.
5. Бирюков В.А. Персонализация аудитории средств массовой информации под влиянием трансформации медиапотребления // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2015. – № 6. – С. 123– 132.
6. Бирюков В.А., Ливсон М.В. Аудитория средств массовой информации как ключевой фактор стратегии развития медиабизнеса в экономике внимания // Известия высших учебных заведений: Проблемы полиграфии и издательского дела. – М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2015. – № 1. – С. 103 – 109.
7. Бирюков В.А. Qr– код как инструмент привлечения аудитории печатных средств массовой информации. – М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2016. – № 6. – С. 123– 132.
8. Бирюков В.А. Использование технологии дополненной реальности при конструировании контента средств массовой информации– М.: МГУП им. Ивана Федорова. – 2016. – № 6. – С. 123– 132.
9. Буртин Ю. Россия и конвергенция. Идеи Сахарова вчера, сегодня, завтра [Электронный ресурс] / Ю. Буртин // Юрий Буртин. Исповедь шестидесятника. – Электрон. дан. – М. – 2009. – Режим доступа : http://burtm.polit.ru/konverg.htm, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
10. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ_/ Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 1999. – Вып. 5. – С. 11– 14.
11. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е.Л. Вартанова. – М., 2003. – 335 с.
12. Григорьев В. В. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям // Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития 2018 С. 9– 15
13. Журавлёв, И. А. Влияние мультимедийных технологий на современную периодическую печать / И. А. Журавлёв. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 7 (245). – С. 264– 267. – URL: https://moluch.ru/archive/245/56598/ (дата обращения: 26.06.2023).
14. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990 – 2004 /Я. Н. Засурский. – М. : Изд– во Моск. ун– та, 2004. – 560 с.
15. Карпенко И.И. Конвергенция в медиасреде: понятие и типы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Т. 18. № 13
16. Кастельс М. Россия и сетевое сообщество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. – 2000. – № 1– С. 218.
17. Короченский А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка [Текст] / А. П. Короченский – Ростов– н/Д : Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 271 с.
18. Козлов В. И. Фактор публичных коммуникаций. О чем СМИ вести диалог с региональной властью // «Эксперт Юг». 2018 № 8 С. 15
19. Красавина, А. В. Особенности применения технологий дополненной реальности (АЯ) в журналистике: ограничения формата и перспективы развития / А. В. Красавина, И. А. Ржендинская // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально– гуманитарные науки». – 2022. – Т. 22, № 4. – С. 106– 116. Б01: 10.14529^^20413
20. Латухина К. Путин назвал условие господства в мире / К. Латухина // Российская газета. – 2019. – 30 мая.
21. Ли Кай– Фу. Сверхдержавы искусственного интеллекта. Китай, Кремниевая долина и новый мировой порядок / Кай– Фу Ли. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.
22. Луканина, М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция / М. В. Луканина // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 205– 214
23. Симкачева М.В. Интернет и сетевые технологии в журналистике / XII международная научно– практическая конференция «Информационное поле современной России: практики и эффекты», Казань, 15– 17 октября 2015 г.– С. 1 – 4
24. Суходолов А.П. Журналистика с искусственным интеллектом / А.П. Суходолов, А.М. Бычкова, С.С. Ованесян. – DOI: 10.17150/2308– 6203.2019.8(4).647– 667 // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8, № 4. – С. 647– 667.
25. Хлопунова, О. В. Эффекты конвергенции в регионе / О. В. Хлопунова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 8 (112). – С. 1283– 1285. – URL: https://moluch.ru/archive/112/28304/ (дата обращения: 26.06.2023).

26. Экономический словарь [Электронный ресурс] – М., 2009. – Режим доступа: http://abc.mformbureau.com/html/eiiaadaaioess.html, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
27. Erdal, I. J. Researching Media Convergence and Crossmedia News Production / J. Erdal. // Nordicom Review. – 2007. – № 28. – P. 51 – 61.
28. Союз журналистов республики Татарстан «Конвергенция печатных и цифровых СМИ: проблемы и достижения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sj– rt.ru/konvergenciya– pechatnyx– i– cifrovyx– smi– problemy– i– dostizheniya/ (26.06.2023)
29. QRcode «Как использовать QR– коды в газетах и журналах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.qrcodechimp.com/qr– codes– in– newspapers– and– magazines/ (26.06.2023)
30. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.kp.ru/свободный. (26.06.2023)
31. Красный Север [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.krassever.ru/KS– live (29.06.2023)
32. Проспект Мира [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZCFhiTNUg3Gv2_qg (29.06.2023)
33. Сделано.медиа. «Липецк молодость» Школьная газета с AR– технологией [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sdelano.media/shkolnayagazeta/ (29.06.2023)
34. ArPoint «Первая полоса газеты «Известия» в дополненной реальности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://arpoint.ru/portfolio/portfolio– ar/ar– newspaper/ (29.06.2023)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/373683