

АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА

На правах рукописи

**ПРОБЛЕМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НОВЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ НА АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ
ЯЗЫК И ТВ ФОРМАТЫ**

Специальность: 5720.01 - Журналистика

Отрасль науки: Филология

Соискатель: **Сюсан Адалят гызы Гулиева**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени доктора
философии по филологии

Баку-2024

Диссертационная работа выполнена на кафедре Мультимедиа и электронных коммуникаций Бакинского государственного университета.

Научный руководитель: доктор филологических наук,
профессор
Гулу Мамедгулу оглу Магеррамли

Официальные оппоненты: действительный член НАНА, доктор филологических наук, профессор
Мухтар Казым оглу Иманов

доктор философии по филологии,
доцент **Айгюн Губад гызы Азимова**

доктор философии по филологии,
Шалала Махияддин гызы Гулиева

Разовый диссертационный совет BFD 1.06/3 на базе действующего при Институте языкознания им. И. Насими Национальной академии наук Азербайджана Диссертационного совета ED 1.06 Высшей Аттестационной Комиссии при Президенте Азербайджанской Республики

Председатель диссертационного совета: доктор филологических наук, профессор
Надир Балаоглан оглу Мамедли

Ученый секретарь диссертационного совета: доктор философии по филологии, доцент
Севиндж Юсиф гызы Мамедова

Председатель научного семинара: доктор филологических наук, доцент
Вугар Зифяр оглу Алиев

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность и степень разработанности темы исследования. Появление интернета и стремительное развитие информационных технологий привели к структурным изменениям в медиасистеме. Традиционные средства массовой информации: пресса, радио, в частности, телевидение (ТВ), начали не только конкурировать с новыми медиа (интернет-издания, IPTV, интернет-вещание, мобильное ТВ), но и сливаться с ними, что привело к образованию такого понятия как «конвергентная журналистика», то есть концепция, объединяющая традиционные и новые медиа в одну среду, в которой информация распространяется и потребляется различными способами. В данной концепции журналисты должны быть готовы работать в разных форматах и на разных платформах, чтобы достичь аудитории, использующей различные источники информации. Кроме того, конвергентная журналистика позволяет журналистам использовать разные источники информации, включая гражданскую журналистику, что способствует более полному освещению событий.

Однако конвергентная журналистика бросает вызов традиционным медиа. Конкуренция с новыми СМИ и изменение потребительских привычек требуют от них адаптации к новым форматам и использования новых технологий и инноваций. Лишь в этом случае они смогут сохранить конкурентоспособность.

Таким образом, конвергентная журналистика является результатом эволюции медиа и требует от журналистов гибкости и адаптивности, чтобы успешно работать в современной информационной среде.

В Азербайджане процесс конвергенции начался недавно, за последние 20 лет произошли существенные изменения в деятельности ТВ. Данному процессу способствовало бурное развитие интернета. До того, как глобальная сеть дошла до массового потребителя информационных услуг, важнейшим средством воздействия на общественное сознание являлось

телевидение. И сейчас во всем мире оно играет серьезную роль в формировании общественного мнения, массового поведения, стереотипов, вкусов, моды и настроений в обществе. Принципиально важным этапом стало постановление Кабинета министров Азербайджанской Республики от 2006 года, решение о целесообразности внедрения на территории республики европейского цифрового телевизионного стандарта DVB-T. Постановлением Кабинета министров от 2011 года утверждена *«Программа внедрения и развития на территории Азербайджанской Республики системы цифрового телевизионного вещания DVB-T»*¹.

Происходящие в медиасфере изменения оказали воздействие на структуру и содержание выпускаемой телепродукции - традиционные форматы совершенствуются, появляются новые. Развитие информационных технологий породило так называемые «новые медиа», ставшие основными конкурентами традиционных СМИ. Технические преобразования на телевидении, влияние цифровизации приводят к тому, что телеаудитория отказывается от традиционного формата в пользу интернет-вещания. Поэтому сегодняшние азербайджанские телекомпании, оказавшись в состоянии жесткой конкуренции с новыми медиа, для сохранения своей аудитории открывают интернет-сайты и публичные страницы в таких социальных сетях как «Фейсбук» (Facebook), Инстаграм (Instagram), Тик-Ток (TikTok), на сервисе «Ютьюб» (YouTube), включая отдельные аккаунты для популярных телепроектов и передач, запускают кабельное телевидение. Некоторые азербайджанские телеканалы, включая ЗАО AzTV, Общественное телевидение (İctimai TV), Real TV, спутниковый

¹ Постановление Кабинета министров Азербайджанской Республики от 13 сентября 2006 года №274s, было принято решение о целесообразности внедрения на территории республики европейского цифрового телевизионного стандарта DVB-T, а постановлением Кабинета министров от 10 февраля 2011 года №26 утверждена «Программа внедрения и развития на территории Азербайджанской Республики системы цифрового телевизионного вещания DVB-T». [Электронный ресурс] URL: <https://mincom.gov.az/ru/deiatelnost/teleradioveshhanie>

Vaku TV и другие осуществляют интернет-вещание, тем самым, дают возможность зрителям смотреть их в режиме онлайн.

Данное исследование описывает процессы, происходящие в азербайджанском телевизионном пространстве под воздействием технологических условий. Сегодня наглядно видно, что в период перехода на цифровые стандарты телевизионного производства и вещания, специалистам приходится изучать новые реалии и применять новые техногенные изменения. Совершенствование технологий оказывает влияние и на творческую работу телевизионных журналистов. Происходят изменения в формате программ, транслируемых на телеканалах. На место старых передач на телеэкраны приходит модернизированная продукция, отвечающая современным требованиям. Благодаря цифровизации улучшилась аудиовизуальная передача информации, то есть повысилось качество звука и изображения. Цифровые технологии открыли для телезрителей массу возможностей. Сегодня они могут смотреть телепередачи на смартфонах, планшетах, ноутбуках и т.п. В Азербайджане процесс воздействия новых технологий на аудиовизуальный язык и телевизионные форматы недостаточно изучен.

В настоящем исследовании рассматриваются процессы конвергенции и мультимедиатизации азербайджанского телевидения, вопросы воздействия технологических условий на телевизионное творчество, а также проблемы новых форматов в азербайджанской телевизионной среде. При изучении отечественных научных трудов было выявлено, что настоящая тема недостаточно изучена в стране. В исследовании особо следует отметить работу академика Р. Алигулиева и таких исследователей, как проф. Н. Ахмедли, проф. Дж. Мамедли, проф. Г. Магеррамли, проф. А. Мамедли, Э. Кулиева, Г. Велиева, А. Асланова, В. Р. Рафик оглу, Зифероглу, З. Мамедли, А. Несировой, А. Керимовой, А. Баширли, Х. Гусейновой, С. Халидоглу, У. Рагимовой, О. Гюндюза, Х. Агалиева, Т. Исмаиловой, М. Ализаде. В разработке диссертации автор также обращался к научным трудам зарубежных ученых, в частности, российских исследователей, таких как Кузнецова Г. В., Цвик В. Л.,

Корконосенко С. Г., Качкаева А. Г., Кирия И. В., Лазутина Г. В., Баранова Е. А., Олешко Е. В., Хлызова А. А., Шестеркина Л. П., Засурский Я. Н., Засурский И. И. и многих других. Среди англоязычных трудов были использованы работы Маклюэн М., Аллан С., Дезе М., Моран М., Малбон А., Квинн Дж., Филлак В., Павлик Дж., Хиберт Р., Ноам М., и других.

Объект и предмет исследования – влияние новых технологий на телевизионное производство, изучение процесса конвергенции азербайджанского телевидения и его слияние с новыми медиа. Планируется исследовать преобразование мономедийной среды традиционных СМИ (на примере телевидения) в мультимедийное, влияние цифровых технологий, возникновение «народной журналистики», деятельность журналиста в мультимедийной редакции, интерактивность телевидения. Также будет рассмотрено взаимодействие телевидения с социальными сетями. Предметом исследования является трансформация деятельности системы современных отечественных телеканалов (AzTV, İTV, Space TV, ATV, ARB TV, Xəzər TV, ARB 24, Real TV, Bakı TV, и прекратившие свою деятельность ANS TV и Lider TV).

Цель и задачи исследования. Целью диссертации является рассмотрение широкого круга вопросов, связанных с технологическими условиями, оказывающими влияние на деятельность телевидения; происходящими в содержании предлагаемой продукции изменениями и появлением новых форматов в отечественном телевидении. При помощи опросов, статистических данных, проведенных интервью и данных, полученных через специализированные сайты, занимающиеся изучением телеаудитории, были получены определенные результаты. Для достижения вышеупомянутых целей поставлены следующие задачи:

- определить суть понятий «конвергенция» и «новые медиа»
- определить влияние цифровизации на телевизионное производство
- рассмотреть проблемы воздействия технологических условий на телевизионное творчество

- изучить этапы становления и развития процесса мультимедиатизации и цифровизации в Азербайджане
- проанализировать роль конвергентной журналистики в информационном пространстве
- исследовать появление новых форматов в сфере отечественного телевидения
- выявить происходящие изменения в структуре предлагаемой телепродукции
- рассмотреть трансформацию деятельности журналиста в конвергентной редакции
- исследовать преимущества и недостатки новых медиа
- рассмотреть форматы программ в новых технологических условиях.

Методологическая база. Теоретико-методологическая база исследования включает в себя следующие методы – описание, сравнение, сопоставление, наблюдение. В настоящей диссертационной работе также использованы данные статистики и применен метод сбора фактов. Публикации известных азербайджанских, турецких, российских и других зарубежных авторов, упомянутых выше, создают фундамент данного исследования, показывают процесс внедрения новых технологий в деятельность азербайджанского телевидения.

Основные положения, выносимые на защиту, следующие:

- в процессе мультимедиатизации и цифровизации телевидение сливается с новыми медиа, наблюдается трансформация телевизионных форматов;
- под влиянием технологий происходят колоссальные изменения в работе ТВ, телевизионщикам приходится адаптироваться к новым условиям, поэтому специалистам необходимо изучать современные трансформации, протекающие в работе аудиовизуального сектора;
- традиционные медиа активно используют в своей деятельности социальные сети «Фейсбук», «Инстаграм», «Х», «Тик-Ток», мессенджер Телеграм, видеохостинг «Ютьюб»;

- благодаря новым технологиям, зрители следят за телевизионными передачами в любое время посредством таких электронных устройств, как смартфоны, «Айпад» (Ipad), «Айпод» (Ipod) и т.д.

- происходят изменения в формате передач. Телекомпании выпускают программы, интегрированные из интернета;

- информационные выпуски новостей пользуются возможностями новых технологий. Все чаще наблюдается применение инфографики;

- во время коронавирусной пандемии азербайджанские телеканалы применяли в эфире такие платформы как «Зум» (Zoom), «Скайп» (Skype), также были внесены изменения в форматы передач в период 44-дневной Второй Карабахской войны.

Научная новизна исследования состоит в уникальности самой диссертационной работы, так как воздействие технологий на телевизионный процесс и такие понятия, как конвергенция, цифровизация, мультимедиатизация - достаточно новые явления в области теоретической журналистики. Поэтому настоящая исследовательская работа впервые будет изучена в Азербайджане. По мнению большинства экспертов, конвергентные формы масс-медиа и технологий находятся пока на эмбриональной стадии. Процесс конвергенции медиа начался недавно и в настоящее время невозможно предсказать, что будет с ним через 20 лет. Но сегодня точно можно прийти к такому выводу, что конвергенция является важнейшей тенденцией настоящего и в еще в большей степени - будущего. В виду происходящих в медиасфере трансформаций, соискателем планируется рассмотрение превращения традиционного телевидения в мультимедийное, что предопределяет научную новизну изучаемой работы.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты вносят определенный вклад в изучаемое исследование. Диссертация формирует представление о современных технологических прогрессах в сфере телевидения и инновациях в развитии телевизионных форматов, о процессах мультимедиатизации и цифровизации азербайджанского

телевидения. Практическая значимость работы состоит в том, что выводы и результаты исследования могут быть использованы исследователями этого направления.

Апробация и внедрение исследования. Основные результаты диссертационного исследования были представлены в статьях, опубликованных в научных сборниках, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Президенте Азербайджанской Республики, на международных и межвузовских научно-практических конференциях. Среди конференций можно отметить «Журналистика-2015», «Журналистика-2017», «Журналистика-2020», «Журналистика-2021», «Журналистика-2022» «Журналистика-2023», состоявшиеся на факультете журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Москва и международную научную конференцию «Медиа в современном мире. Молодые исследователи», прошедшую в марте 2021 года в институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета. Автор диссертации выступал с устными докладами по теме исследования в соответствующих секциях и «круглых столах», на которых они были заслушаны с большим интересом. Был также опубликован ряд статей в местных и зарубежных журналах.

Настоящая диссертационная работа может быть применена в качестве учебного пособия для обучающихся на факультете журналистики, в частности, для изучающих конвергентные процессы на телевидении.

Наименование организации, где выполнена диссертационная работа. Работа выполнена на кафедре «Мультимедиа и электронная коммуникация» факультета журналистики Бакинского государственного университета.

Общий объем диссертационной работы со знаками по отдельным структурным делениям исследования состоит из введения (13876 условных знаков, 9 страниц), трех глав (I глава 85206 условных знаков, 60 страниц; II глава 52916 условных знаков, 37 страниц; III глава 83610 условных знаков, 56 страниц),

заклучения (8216 условных знаков, 6 страниц) и библиографии, в целом 243.828 условных знаков.

Основное содержание исследования

Во **«Введении»** диссертации поясняется актуальность темы, цели и задачи исследования, показывается объект, предмет и методы настоящей работы, а также обсуждается теоретическая и практическая значимость исследования.

Первая глава, под названием **«Процесс конвергенции и новые тенденции в телевизионной журналистике»**, состоит из четырех параграфов. В параграфе **«Современное телевидение в условиях конвергенции и «новых медиа»** показывается, как под воздействием технологических условий видоизменяется деятельность телевидения. Вследствие технологического прогресса произошли существенные структурные изменения в работе медиасистем. В последние десятилетия среди теоретиков и практиков СМИ, владельцев медиаконпаний популярными стали понятия «конвергенция», «мультимедиа», «цифровизация», «конвергентная журналистика», «новые медиа» и т.д., возникшие в результате протекающих современных процессов. Само слово «конвергенция» происходит от латинского «convergo», что означает «сближаю», а в английском эквиваленте «convergence» понимается как «схождение в одной точке».

Исследователи современной журналистики отмечают, что в современных медиаисследованиях конвергенция *«определяется как процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс или процесс взаимодействия разных средств массовой информации для создания и распространения общего контента»*.² По мнению азербайджанского исследователя А. Асланова, термин *«мультимедиа» в современном определении означает*

² Универсальная журналистика. Учебник для вузов/ Под ред. Л.П.Шестеркиной. – Москва: Издательство: «Аспект Пресс», – 2016. – 480 с.

одновременную передачу пользователю видео, фото, звука и текста электронным способом.³ Американский ученый Т. Воган в книге “Multimedia: Making it work” писал: «Мультимедиа – это компьютерная комбинация текста, графического изображения, звука, анимации и видео».⁴

Российский исследователь Е. А. Баранова определяет «медиаконвергенцию или конвергенцию СМИ как процесс в современной медиаиндустрии, начавшийся во второй половине 1990-х гг., когда СМИ стали постепенно осваивать интернет-платформу, создавать свои версии в интернете».⁵

Маршалл Маклюэн - канадский философ и исследователь теории коммуникации, известен своими исследованиями в области медиа. Он вошел в историю двумя своими основополагающими работами: «Галактика Гуттенберга» (1962 г.) и «Понимание медиа» (1964 г.). В своей книге «Понимание медиа» Маклюэн представил концепцию «глобальной деревни», в которой все люди стали бы связанными друг с другом благодаря электронным средствам связи. Исследователь утверждал, что новые цифровые технологии, такие как телевидение и компьютеры, изменяют способ, которым мы взаимодействуем и воспринимаем информацию. Маклюэн также предсказал, что эти технологии приведут к ускорению коммуникации и размыванию границ между различными формами медиа.

Наряду с конвергенцией в сфере СМИ, появилось такое понятие как «новые медиа». Термин «новые медиа» объяснил Рассел Нойман, профессор Мичиганского университета: «*New media* – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и

³ Aslanov, A. *İnformasiya yaradıcılığı: standartlar və yeni yanaşmalar* / A. Aslanov, – Bakı: Şərq-Qərb, – 2016. – 200 s.

⁴ Vaughan T. *Multimedia: Making it work: First edition.* Osborne/McGraw-Hill, Berkeley, 1993, p. 587.

⁵ Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. / Е.А.Баранова. – Москва: Москва: Издательство Юрайт, –2014. – 269 с.

подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента.»⁶

К новым медиа относят: блоги, электронную почту, мобильное ТВ, социальные сети, интернет-ТВ, музыкальные и телевизионные потоковые сервисы, подкасты, виртуальные игры, веб-сайты, другие ресурсы Веб 2.0.

В условиях новых медиа телевидение, как и другие традиционные СМИ, подверглось трансформациям. В результате этих изменений появились такие формы вещания новых медиа, как Интернет ТВ, Онлайн ТВ и Веб ТВ.

Постепенно, по мере развития информационных технологий, расширились каналы распространения информации. На сегодняшний день телевизионные компании сами активно развивают новые медиа. В статье «Методы продвижения телеканалов в современных условиях» блога <https://adview.ru/> «одними из первых на новые рыночные условия традиционно отреагировали крупнейшие новостные каналы. В их числе CNN и BBC. Выпустив собственные приложения для наиболее популярных платформ (на тот момент ими были Android и iOS), они «зацепили» молодую аудиторию с активной жизненной позицией, которая отвергла традиционные формы коммуникации. В частности, BBC обратило свое внимание на набирающий обороты тренд еще в конце нулевых. В 2000 году было выпущено приложение BBC News для пользователей продукции Apple, а спустя год – для гаджетов, работающих на операционной системе Android»⁷

Во втором параграфе «Взаимодействие азербайджанских телеканалов с социальными сетями» автором научной работы было проведено исследование деятельности азербайджанских телеканалов в социальных сетях «Фейсбук», «Инстаграм», «Тик-

⁶ Феткуллина, Г.А. Мультимедиаизация СМИ в начале XXI века // – Москва: Научный журнал Вестник РГГУ Серия «Филологические науки. Журналистика. Литературная критика» № 12 (113), – 2013. – с. 179-185.

⁷ Методы продвижения телеканалов в современных условиях, 15 сентября 2016 г [Электронный ресурс] URL: https://adview.ru/cat_marketing-ru/metody-prodvizheniya-telekanalov-v-sovremennyx-usloviyax/

Ток», мессенджере «Телеграм», а также по видеохостингу «Ютьюб». В данном параграфе автор провел обширный анализ официальных страниц общенациональных теле вещателей на вышеупомянутых социальных платформах, где было детально показано, какие телеканалы наиболее активны в онлайн-пространстве, а какие проявляют пассивность. Результаты исследования с 2018 по 2021 г. были опубликованы в виде статьи в известном научном журнале «Медиаскоп» факультета журналистики МГУ.⁸ В 2024 году при помощи специализированных аналитических сайтов Napoleoncat.com, Feedspry.net и опроса среди телезрителей автор вновь провел анализ по социальным сетям и поделился подробными результатами проведенного исследования.

В третьем параграфе *«Процесс мультимедиа тизации и переход на цифровое вещание в Азербайджане»* исследуются этапы перехода на цифровое вещание и процесса мультимедиа тизации азербайджанских телеканалов. В начале дается краткий обзор истории становления телевидения в стране.

Процесс мультимедиа тизации азербайджанских СМИ начался относительно недавно. И как было отмечено выше, данный процесс неразрывно связан с развитием интернета и компьютерных технологий. Завоевание Азербайджаном независимости открыло новые пути для развития отечественного телевидения. Помимо азербайджанского телевидения, появились частные телекомпании. В настоящий момент по технико-экономическим возможностям азербайджанское телевидение считается одним из самых развитых на Южном Кавказе. С 2003 года ведется непрерывное вещание, которое посредством спутника транслируется в Европу. За последние 25 лет телевизионные каналы Азербайджана прошли немалый путь и на сегодняшний день в жесткой конкуренции СМИ, они расширяют свои возможности.

Для начала рассмотрим процесс развития и внедрения

⁸ Гулиева С.А. «Взаимодействие азербайджанских телеканалов с социальными сетями (на примере Facebook, Instagram, Youtube)» [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/10>

интернета. Согласно данным Министерства цифрового развития и транспорта Азербайджанской Республики, *«первые азербайджанские сайты были созданы в 1994 году при Национальной академии наук Азербайджана, а первым государственным интернет-ресурсом стал сайт Президента Азербайджанской Республики, созданный в 1997 году. Азербайджан действительно был одной из первых стран бывшего СССР, которая вошла в интернет-сообщество в 1991 году.»*⁹ Как отмечает исследователь А. Асланов, *«пользоваться интернетом простые граждане смогли с 1996г. Администрирование национального домена высшего уровня .AZ ведется с 1993 года»*².

С 2005 года в Азербайджане наблюдается значительное повышение спроса на высокоскоростной интернет. В этот период провайдеры начали предоставлять более быстрые и стабильные услуги доступа к сети, что привело к увеличению числа пользователей интернета в стране. Сегодня Азербайджан имеет развитую инфраструктуру для предоставления широкополосного интернета, включая оптоволоконные сети и мобильную связь четвертого поколения (4G), которая стала использоваться с 2009 года. Большинство городов и населенных пунктов страны имеет доступ к высокоскоростному интернету.

Одним из первых мультимедийных процессов в деятельности телевидения является создание интернет-сайтов телеканалов. Если на начальном этапе они предоставляли на своих сайтах общую информацию, то сегодня, благодаря прогрессу новых технологий, ведут на интернет-страницах онлайн-трансляцию, в оперативном режиме распространяют самые свежие новости, публикуют архивы передач и предоставляют зрителям массу возможностей. Современные сайты телеканалов в результате происходящих изменений стали мультимедийными. Однако в ходе анализа, проведенного в 2018 году по сайтам местных общенациональных телеканалов, был зафиксирован весьма интересный факт - оказалось, что официальные сайты некоторых общереспубликанских телеканалов весьма пассивны,

⁹ <http://www.mincom.gov.az/page-411/page-448/page-452/>

информация на них обновляется не ежедневно, как должно быть, а с большим интервалом. Согласно последним данным, лишь официальные сайты следующих телевизионных вещателей: AzTV, İTV, Real TV, Vaku TV отвечают современным требованиям.

В четвертом параграфе «Проблемы воздействия технологий на телевизионное творчество» было отмечено, что новые технологии намного облегчили процесс подготовки телевизионного продукта. Если раньше на подготовку материала уходило много времени, то в настоящее время, благодаря цифровым технологиям, этот процесс осуществляется за минимально короткое время. Современные технологии позволяют использовать компьютерную графику для наложения различных элементов на видео, что позволяет добавить дополнительную информацию или улучшить визуальное представление данных. Наложение графических элементов может использоваться для создания специальных эффектов или анимации. Что касается звукового оформления, то современные технологии обработки звука позволяют значительно улучшить качество звучания программ и сюжетов. Звук можно очистить от нежелательных шумов и добавить различные эффекты, чтобы создать более реалистичное звучание или подчеркнуть определенные моменты. Также можно использовать технику изменения голоса или создания специальных звуковых эффектов. В целом использование компьютерной графики и обработка звука позволяют телевизионным станциям создавать более интересные и качественные программы, обогащая их новыми визуальными и звуковыми элементами. Благодаря возможностям новых технологий, восстанавливаются и обогащаются старые черно-белые киноленты. Шире используются прямые эфиры, позволяющие зрителям участвовать в программах. С развитием техники и технологий журналисты получают все больше возможностей для плодотворной и интересной работы. При этом к ним повышаются требования и запросы. Современные журналисты должны быть готовыми к постоянным изменениям и обновлениям в области технологий. Необходимо уметь использовать новые инструменты и программное обеспечение для

работы в прямом эфире. Помимо этого, журналистам также необходимо уметь адаптироваться к быстрому темпу работы в прямом эфире. Они должны быть готовы к неожиданностям и уметь быстро реагировать на события, а также использовать технические возможности для передачи информации в режиме реального времени.

В эпоху цифрового телевидения популярным стал термин "viewer" (вьюзер), составленный из двух слов: "viewer" (зритель) и "user" (пользователь). Вьюзеры не смотрят программы пассивно, они взаимодействуют с контентом, используя такие интерактивные функции, как голосовые команды, голосовой поиск, выбор альтернативного контента и т.д. Они могут оценивать, комментировать и делиться контентом в социальных сетях, а также управлять своими личными настройками и предпочтениями. Термин "viewer" подчеркивает переход от пассивного просмотра к активному участию зрителей в процессе потребления медиаконтента. Результаты исследования по первой главе нашли отражение в научных статьях автора «Взаимодействие азербайджанских телеканалов с социальными сетями (на примере Фейсбук, Инстаграм, Ютуб)», и «Процессы перехода на цифровое телевидение и мультимедиатизации в Азербайджане».

Вторая глава под названием ***«Проблемы влияния процесса конвергенции на аудиовизуальный язык»*** состоит из трех параграфов. В первом параграфе *«Воздействие технологий на аудиовизуальный язык и новые оттенки экранного языка»* рассматривается аудиовизуальный язык телевидения и поясняется, что это специфический способ коммуникации, используемый в телевещании для передачи информации и эмоций зрителям. Он сочетает в себе элементы звукового и визуального воздействия для создания полноценного образа и передачи необходимой информации. В аудиовизуальном языке телевидения используются такие техники и приемы, как кадрирование, монтаж, освещение, цветовая гамма, звуковые эффекты и др.

Воздействие технологий на аудиовизуальный и экранный языки можно рассматривать с разных точек зрения. Следует отметить три важных аспекта:

- Изменение способов коммуникации. С появлением таких технологий как интернет и социальные сети аудиовизуальный язык стал более доступным и распространенным. Множество людей использует видео- и аудиоматериалы для общения, обучения и развлечения, что привело к развитию таких форматов и жанров как видеоблоги, подкасты и стриминговое видео, требующих особого владения аудиовизуальным языком.

- Визуальная эстетика и дизайн. Технологии также оказывают влияние на визуальный язык и экранный дизайн. Новые возможности в области графики, анимации и спецэффектов позволяют создавать более качественные и привлекательные визуальные образы. Это приводит к развитию новых стилей и трендов в дизайне, а также появлению новых оттенков и смыслов в экранных образах.

- Изменение языка и символики. Технологии также влияют на язык и символику, используемые в аудиовизуальных и экранных произведениях. Например, появление интернет-мемов и эмодзи породило новые символы и выражения, ставшие частью нашего повседневного языка. Развитие технологий позволило создать такие форматы и способы передачи информации, как виртуальная реальность или дополненная реальность, которые требуют нового языка и символики.

В своей статье «Изображение и язык» Э. Г. Багиров *«теоретически обосновал точку зрения, согласно которой фотокинетелизображения являются не просто образами, а знаковой системой и, значит, особым языком»*.¹⁰

Исследователь Г. Магеррамли отмечает, что аудиовизуальный язык и его составляющие части тесно связаны с развитием технологий. По мнению автора, *«создание экрана*

¹⁰ Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. / Э.Г. Багиров. – Москва: «Искусство», – 1978 г. – 152 с

*произошло именно благодаря технике, которая по мере развития способствовала его усовершенствованию».*¹¹

*В. Ф. Познин считает, что «в таком виде творчества, как экранное искусство, техника и технология играют особую роль, поскольку определяют многие эстетические характеристики экранного произведения и в значительной степени определяют его стилистику. Известно, что фильмы довольно быстро «стареют». И происходит это не только по той причине, что меняются вкусы аудитории, но и потому, что зафиксированная на экране реальность через десяток лет уже совсем другая. Изменение эстетики фильма в значительной мере происходит по причине изменения технических характеристик изображения и звука, а в результате — новой трактовки экранного пространства и времени. Это же касается телевизионного изображения и компьютерных игр».*¹²

Во втором параграфе «Инфографика и ее применение в экранных продукциях» была детально рассмотрена история создания инфографики, ее применение в медиасфере. Исследованиями установлено, что использование инфографики на телевидении может помочь привлечению внимания зрителей, особенно тех, кто смотрит телевизор боковым зрением. Инфографика может быть использована для передачи информации, обозначения ключевых моментов или статистики, а также для создания визуально привлекательных и запоминающихся элементов в телевизионных передачах разного формата. Инфографика может быть использована в выпусках новостей, спортивных трансляциях, документальных фильмах и других программах, в которых необходимо передать информацию быстро и эффективно. В данном параграфе описан проведенный автором в разные периоды времени мониторинг новостных

¹¹ Məhərrəmli, Q. Televiziya dili: Spesifika: funksiya və struktur / Q.Məhərrəmli, – Bakı: – Qanun, – Elm, – 2002. – 304 s.

¹² Познин, В. Ф. Выразительные средства экранного искусства: эстетический и технологический аспект: / дис...д-ра искусствоведения / – Санкт-Петербург, 2009. – 196 с.

выпусков общенациональных телеканалов, где применялась инфографика.

Третий параграф *«Новые способы отражения действительности в сюжетах новостей»* посвящен тому, как прогресс технологий, появление множества телеканалов требуют от телевизионных журналистов новых способов подачи материалов. В условиях жесткой конкуренции телеканалы вынуждены вносить существенные изменения в содержательную часть новостей. Как считают исследователи, *«вызовы нового времени, которые сфокусировались в новых возможностях развития технологий, телевизионщики уже хорошо осознали. Вот почему все телеканалы имеют сегодня страницы в интернете, где в любой момент можно посмотреть весь информационный выпуск или отдельно заинтересовавший сюжет; имеют выходы в социальные сети, где новости можно не только смотреть, но уже и комментировать; создают приложения для смартфонов, которые позволяют следить за новостями прямо с экранов телефонов. В результате конвергенции информационный продукт принимает любую «медиаупаковку», а, значит, и прочно удерживает завоеванные позиции»*.¹³ Как отмечают азербайджанские исследователи А. Несирова и Х. Гусейнова, *«основу новостей составляют социально-значимые факты общественной жизни»*.¹⁴ По наблюдениям автора С. А. Гулиевой, за исследуемый период (2016-2019) азербайджанские телеканалы освещали следующие темы:

- 1) Переговорный процесс Нагорно-Карабахского конфликта
- 2) Официальная хроника
- 3) Апрельские события 2017 года
- 4) Освещение событий за рубежом
- 5) Цены на нефть

¹³ Строкова, Ю.А. Тексты телевизионных новостных передач: лингвопрагматический анализ: / дис. канд. фил. Наук / Москва, 2015. – 208 с.

¹⁴ Nəsirova, A.Ə., Hüseynova, X.İ. Mediada saxta xəbərlər: yayılma səbəbləri və onunla mübarizə üsulları // A.Nəsirova, X.Hüseynova. – Bakı: Qanun, – 2023. – 120 s.

С периода 2019 до 2024 года основные выпуски новостей общенациональных телеканалов были посвящены следующей тематике:

- 1) Коронавирусная инфекция
- 2) 44-хдневная Отечественная война
- 3) Официальная хроника
- 4) Восстановительные работы на освобожденных территориях
- 5) Переселение беженцев в родные края
- 6) Происшествия
- 7) Международные новости

В период с 2020 года главной темой информационных выпусков азербайджанских телеканалов стала коронавирусная инфекция, распространившаяся в конце 2019 года по всему миру, а также Отечественная война, начавшаяся в сентябре 2020 года. Во время пандемии репортажи из медучреждений, опрос граждан, требование соблюдения гигиенических норм, ситуация в других странах стали главной темой местных новостей. В обстановке полной изоляции использование необходимых технологий стало наиболее актуальным в работе телевидения. Так, в эфирах многих передач стали применяться онлайн-подключения через такие платформы как Skype, Zoom, Watsapp и т.д., актуальные и по сей день.

С началом войны, безусловно, внимание всех журналистов новостей общереспубликанских телеканалов было переключено к событиям, происходящим в Карабахе. Корреспонденты телекомпаний были командированы в зоны военных действий, откуда передавались последние сообщения. Репортажи о боевом духе азербайджанских солдат, населении тех регионов, сюжеты с бомбардированных территорий можно было встретить практически во всех теленовостях. После объявления об освобождении наших территорий от захватчиков, одним из главных новостных сюжетов стало празднование победы. В период войны азербайджанские телекомпании все чаще стали применять в выпусках прямые включения. Однако во время некоторых событий, например, при бомбардировке города

Гянджа, когда одна из баллистических ракет, выпущенных в ночное время армянскими вооруженными силами, попала в жилой дом, в результате чего погибли мирные жители, местные телеканалы не смогли своевременно подключиться к прямому эфиру и поэтому стали объектом критики медиаэкспертов. Специалисты отмечали, что война показала упущения в работе телевизионных журналистов и указали пути устранения подобных недостатков. Вместе с тем исследователи отмечают, что азербайджанские телевизионщики в этот сложный для страны период постарались сделать все возможное, чтоб донести достоверную информацию до своих граждан. После войны в сюжетах показывались освобожденные территории, путь славных героев, павших в бою, репортажи о детях, рожденных без отцов, дальнейшая жизнь ветеранов войны, их реабилитация, оказание социальной помощи семьям шехидов, восстановительные работы в Карабахе. Результаты данной главы нашли отражение в научных тезисах и статьях автора «Медиатизация второй Нагорно-Карабахской войны», «Особенности телевизионной инфографики», «Некоторые особенности текстов новостей азербайджанских телеканалов» и «Особенности текстов теленовостей».

Третья глава *«Процесс мультимедиатизации и проблемы новых форматов в азербайджанской телевизионной среде»* также состоит из трех параграфов. В первом параграфе *«Трансформация деятельности тележурналиста в новых технологических условиях»* отмечается, что бурное развитие информационно-коммуникационных технологий, широкое распространение и совершенствование компьютеров, интернета, появление новых видов связи – мобильных телефонов, планшетов и т.д. оказали прямое воздействие на профессиональную деятельность журналистов. По мнению азербайджанского исследователя В. Зифероглу, *«формирование единого информационного пространства на основе современных информационных технологий является важным фактором*

трансформации обществ и изменения структуры повседневной жизни.¹⁵

«Умение пользоваться новейшими техническими возможностями – один из главных критериев в творческом процессе современного журналиста», считает известный азербайджанский исследователь Дж. Мамедли.¹⁶ Автор отмечает, что наряду со знаниями о телевизионных творческих терминах, журналисту также важно знать о работе продюсера, технике монтажа, компьютерного дизайна, студийных элементов, видеозаписи. Исследователь О. В. Копылов считает, что «в условиях медиаконвергенции журналисты должны быть готовы к работе в различных медиаформатах и использовать разнообразные технологические инструменты».¹⁷ В современный период журналистам необходимо уметь работать с текстом, аудио, видео, графикой и социальными сетями. Кроме того, журналистам необходимы навыки анализа больших данных и умение работать с алгоритмами и искусственным интеллектом. Автор подчеркивает, что профессионализм журналиста требует постоянного развития. Таким образом, медиаконвергенция представляет собой вызов для журналистики, но в то же время открывает новые возможности для развития и прогресса профессии, в которой журналисты должны быть готовы к изменениям, получать новые навыки и сохранять высокий уровень профессионализма.

Во втором параграфе «Основные тенденции трансформации традиционных телевизионных форматов» автор, опираясь на исследования разных ученых, дает определение понятию «формат». В историко-этимологическом словаре русского языка «формат» (от лат. forma – форма) – «совокупность

¹⁵ Ənənəvi mediadan internet mediayaya doğru: problemlər, çağırışlar. / Zifəroğlu V. “Qloballaşma və qlobal informasiya məkanı”. – Bakı: Elm və təhsil, – 2016, – 160 s

¹⁶ Məmmədli, C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi / C.Məmmədli, – Bakı: – Zərdabi LTD, –2012. – 616 s.

¹⁷ Копылов, О. В. Профессионализм журналиста в условиях медиаконвергенции: трансформация, эволюция, апгрейд? / О. В. Копылов // – Томск: Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2012. № 3. – с. 122-130.

отличительных особенностей радиопередачи, телепрограммы, определяемая формой подачи сведений, манерой изложения, подбором тем и т.п.». ¹⁸ Исследователи медиа считают, что «появление формата в журналистике связано с развитием технологий печати и распространения печатных изданий». ¹⁹ В контексте телевизионной индустрии понятие формата телепрограммы имеет свои особенности. Формат передачи и формат телеканала — это две разные категории на телевидении. Формат передачи относится к способу представления и организации содержания конкретной программы. Это может быть новостная программа, ток-шоу, сериал, игровое шоу и т.д. Формат передачи определяет структуру, жанр, продолжительность, стиль и другие характеристики программы. Следует согласиться с мнением ученых о том, что, «понятие формата телепрограммы включает в себя как структуру и содержание программы, так и юридические аспекты, связанные с авторскими правами и лицензированием». ²⁰

В разные периоды эфирное пространство Азербайджана занимали передачи различного формата. После 2000 года в эфире частных телеканалов стали появляться передачи западных форматов, в частности, «реальное телевидение». Среди таких передач следует отметить “Qəfəs” (Клетка) на ATV, “Maşın şou” (шоу машина) на Lider TV, “Ferma” (Ферма) и “Qız ana kimi” (Дочь как мать) на ARB TV. Далее в этом параграфе автор исследует форматы передач азербайджанских телеканалов, транслировавшихся в период с 2000 по 2024 гг. Автором также были рассмотрены лицензионные, интеллектуальные, социальные форматы передач, а также такие интегрированные из интернета телепроекты, как “Şəbəkə” (Сеть) на ANS TV, “3D” на İTV,

¹⁸ Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. / ред. Беркович Т. Л., Миронова Ю. М. Т. 2: – Москва: Русский язык, –2001. – 321 с.

¹⁹ Moran A., Malbon J. Understanding the global TV formats. – Intellect Books, 2006. – P. 21. Understanding the global TV formats»

²⁰ Дедов А.Н. Технологии телевизионной журналистики. Учебное пособие. Курган. 2017. 153 с [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/dedov2.htm>

“SMG” (Дневник социальных медиа), “Belə-belə işlər” (Такие вот дела) на AzTV, “Kənd həyatı” (Сельская жизнь) на Xəzər TV. Изменения в форматах телеканалов и программ во время коронавирусной пандемии и 44-дневной войны 2020 года были исследованы в данном разделе. Итоги данного параграфа нашли отражение в статье «Форматы передач азербайджанских телеканалов», опубликованной в научном журнале Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова «Меди@льманах».

В третьем параграфе «Характеристика новых форматов основных передач на национальных телеканалах» анализируются информационные выпуски новостей. Как считают многие эксперты-телекритики, информационные передачи являются основной программой, своего рода лицом телекомпании. Они помогают поддерживать репутацию канала и демонстрировать свою профессиональную экспертизу в области новостей и текущих событий.

По мнению Л. Васильевой, *«Новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новости прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного...»*.²¹

В данном параграфе автор проанализировал информационные выпуски новостей следующих азербайджанских телеканалов: AzTV, İTV, Space TV, Xəzər TV, ATV, ARB и прекратившие свою деятельность с 2016 по 2018 гг. ANS и Lider TV. В ходе работы были исследованы 18 новостных программ, выходящих на 8 телеканалах. В выборку попали 10 информационных выпусков, 8 информационно-аналитических передач. Были изучены основные характеристики новостных программ: название, периодичность выхода, продолжительность выпуска, а также расположение новостей по времени выхода в

²¹ Васильева, Л.А. Делаем новости! учеб. пособие. / Л.А.Васильева – Москва: Аспект Пресс, –2003. – 95 с.

эфир. Автором также был проведен общий анализ формата передач. Программы каждого телеканала отличаются друг от друга формой подачи новостей, оформлением студии, оперативностью, своеобразным подходом к освещению событий и т.д. Был проведен анализ новостных программ 2022-2024 гг. следующих телеканалов: AzTV, İTV, Space TV, Xəzər TV, ATV, ARB и в отдельности - вещание специализированных телеканалов ARB 24, Real TV, Vaku TV. Как было уже отмечено, телекомпании внесли изменения в формат телеканалов и выпускаемой продукции во время пандемии 2019-го и 44-хдневной Второй Карабахской войны 2020-го года. Применение новых технологий в работе теленовостей является наглядным примером. Прямые включения в эфире осуществлялись посредством таких платформ как Skype, Zoom, WhatsApp и т.п., не потерявшими актуальность по сей день. Деятельность телеканалов во время войны оценивается экспертами по-разному. Профессор Г. Магеррамли отмечает, что, в отличие от предыдущих периодов, телеканалы продемонстрировали активность, попытались обеспечить общество информацией. *«Информационные выпуски новостей AzTV, İTV, Real TV регулярно выходили в эфир. Корреспонденты телеканалов готовили репортажи из прифронтовых сел, деревень, показывали общий настрой граждан тех регионов, мирных жителей, пострадавших от армянского террора, уничтоженные гражданские объекты и т.д. AzTV и İTV часто во время выпуска новостей включали прямые эфиры, что оценивается положительно, так как современная техника в настоящий период позволяет это сделать.»*²².

Подводя итог, следует отметить, что каждый журнал новостей имеет свою уникальность и акцентирует внимание на определенных темах и проблемах. И сегодня общенациональные каналы Азербайджана предоставляют зрителям широкий спектр разнообразных новостных программ.

²² Məhərrəmli, Q. Azərbaycan mediası “müharibə imtahanı”ndan necə çıxdı? - Mütəxəssis rəyləri: [Elektron resurs] <https://aztv.az/az/news/10741/azerbaycan-mediasi-muharibe-imtahanindan-nece-cixdi-mutexassis-reyleri> Müraciət tarixi: 11.06.2020

Результаты по последней главе нашли отражение в следующих публикациях автора: «Форматы передач азербайджанских телеканалов» и «New television format programs on the Azerbaijani telespace»

В **заклучении** диссертации автор приходит к такому выводу, что, в результате внедрения информационно-цифровых технологий:

1. ТВ становится более интерактивным и доступным для зрителей. Они могут выбирать, когда и что смотреть, а также взаимодействовать с контентом через различные платформы и устройства. Технологии XXI века позволяют принимать телевизионное изображение на персональном компьютере, мобильном телефоне, «умных» часах. Телевизионные программы можно заказывать по телефону или через интернет – это дает зрителю возможность выбора желаемых передач. Влияние информационно-цифровых технологий приводит к появлению таких новых форматов и жанров программ, как онлайн-стриминг, видео по запросу и интерактивные шоу. Это позволяет ТВ адаптироваться к изменяющимся потребностям и предпочтениям зрителей.
2. В связи с происходящими в мире процессами, в 2004 году в Азербайджане началось цифровое телевидение в тестовом формате. Согласно постановлению Кабинета министров Азербайджанской Республики от 2006 года, было принято решение о целесообразности внедрения на территории республики европейского цифрового телевизионного стандарта DVB-T, а постановлением Кабинета министров от 2011 года утверждена *«Программа внедрения и развития на территории Азербайджанской Республики системы цифрового телевизионного вещания DVB-T»*¹. В программе предусматривалось полное завершение перехода на цифровое вещание на территории страны до 2013 года, а до этого этапа вести цифровое вещание параллельно с аналоговым. Однако в странах СНГ, в том числе и в Азербайджане, этот процесс несколько затянулся

и аналоговое телевидение в стране прекратилось лишь в 2016 году. Переход на цифровой формат позволил Азербайджану улучшить качество телевизионного вещания и предоставить пользователям мультимедийные услуги, такие как интерактивное телевидение, видео по запросу и другие сервисы.

3. В условиях новых медиа телевизионная журналистика подверглась основательной трансформации. Созданные в результате технического прогресса IPTV, веб-ТВ, блоги, подкасты, социальные сети и т.д. ставят перед традиционными медиа новые задачи и цели. Если новые медиа вначале воспринимались как конкуренты, то с течением времени традиционные СМИ стали интегрироваться с ними и использовать в своей деятельности. В настоящей работе автором было рассмотрено взаимодействие азербайджанских телевизионных каналов с социальными сетями. В ходе анализа, проведенного на основе официальных страниц общереспубликанских телеканалов на социальных платформах Facebook, Instagram, Youtube, Telegram, Tik-Tok, автор приходит к выводу о том, что:

- в начале исследования азербайджанские телеканалы были пассивны в данной области, так как у многих из них отсутствовали страницы в социальных сетях;

- телеканалы в большинстве своем публикуют ссылки на определенные новости и видео, что в недостаточной мере вызывает интерес аудитории;

- с течением времени наблюдались определенные продвижения лишь у некоторых телеканалов. В настоящий момент почти все общенациональные вещатели проявляют активность, хоть и некоторые в меньшей степени. Самые активные телеканалы в соцсетях – спутниковый вещатель Vaku TV, общенациональные AzTV, İTV, Xezer TV, ARB 24. Также были рассмотрены интернет-страницы азербайджанских телеканалов. С сожалением приходится констатировать, что сайты некоторых каналов либо

деактивны вообще, либо же не обновляются. Из активных можно отметить официальные сайты общереспубликанских вещателей Real TV, AzTV, İTV, спутникового Vaku TV.

4. Новые технологические условия оказывают влияние и на аудиовизуальный язык. Благодаря совершенствованию технологий, улучшаются звук и изображение. Цифровизация устраняет различия между разными типами СМИ и создает основу для объединения всех видов медиаконтента. Использование инфографики – один из новейших методов, применяемых для представления статистических данных. Им часто пользуются телеканалы, в особенности, информационные выпуски новостей. При проведении исследования азербайджанских телеканалов, в частности, выпусков теленовостей, наблюдалась положительная динамика в использовании инфографики местными вещателями.
5. В современных условиях в деятельности тележурналистов наблюдаются изменения. Появление таких понятий, как «конвергентная редакция», «мультимедийный журналист» говорит о новых тенденциях. Теперь материалы, подготовленные тележурналистами, распространяются не только посредством телевещания, но и в онлайн-пространстве – официальные интернет-сайты ТВ, социальные сети и т.п.
6. С появлением и совершенствованием новых технологий изменяется и процесс создания телевизионных материалов. Усиленное развитие технологий оказывает влияние не только на изобразительно-выразительные средства, но и на жанровую палитру выпускаемой продукции. Происходят структурные изменения в форматах как самих телекомпаний, так и отдельных программ. Некоторые передачи видоизменяются, появляются новые методы. В телевизионных форматах также наблюдаются существенные изменения. По сравнению с прошлыми годами, количество программ, выпускаемых

азербайджанскими телеканалами, увеличилось. Проведенное исследование показало, некоторые азербайджанские телеканалы начали выпускать конвергентные передачи, такие как “3D” на İTV, “Social media gündəliyi” (Дневник социальных медиа), “Belə-belə işlər” (Такие вот дела), “Технохəбər” (Техноновости) на AzTV, “Техnologiya” (Технология) Bakı TV, проект “Kənd həyatı” (Сельская жизнь) транслируемый на Xəzər TV, который появился на популярной странице “Taste life” в социальной сети Facebook, также можно отметить программу “Şəbəkə” (Сеть) телекомпании ANS (приостановил деятельность). Местные телекомпании все чаще стали обращаться к таким западным форматам, как реалити-шоу, ток-шоу, интеллектуальные игры и т.д. Такие проекты как «Форд Боярд» на ATV, “Əlaçı” (Отличник), “Kim? Harada? Necə?” (Что? Где? Как?), “Maska” (Маска) на İTV, “Səs Azərbaycan” (Голос Азербайджан) на AzTV и т.д. Однако качество представленной вниманию зрителей продукции пока оставляет желать лучшего. Частные телекомпании заполняют эфиры передачами коммерческого характера, развлекательными программами и, в особенности, передачами, освещающими семейные дразги и медийные скандалы. Они весьма отрицательно оцениваются многими критиками, хотя, к сожалению, и имеют высокий просмотровый рейтинг. Недостаток или почти полное отсутствие просветительских, общественно значимых программ в эфире является актуальной проблемой и темой бурных дискуссий среди телеспециалистов.

7. В период коронавирусной пандемии и 44-хдневной войны азербайджанские телеканалы внесли изменения в сетку вещания. Эти два глобальных основательно изменили деятельность телекомпаний Азербайджана. В дни жесткого карантина в логотипах телеканалов появились хештеги #Evdəqal (Оставайся дома). В условиях пандемии азербайджанские телеканалы представили зрителям

интересные телевизионные передачи. Азербайджанский канал AzTV запомнился оригинальным проектом “Euvana çix” (Выйди на балкон). Кроме этого, в просветительских целях на телеканале были подготовлены передачи #Evdəqal” («Оставайся дома»), “Gündəlik” (Дневник), “KoronavirusInfo” (Коронавирус инфо), телеуроки “Dərs vaxtı” (Учебное время) на телеканалах “Mədəniyyət” “ARB Günəş” для учащихся начальных и старших классов. Как и во всех сферах деятельности, в работе телевидения стало актуально применение интернета и технологий. Большинство сотрудников работали удаленно и трансляции передач велись прямо из квартир. Ведущие с помощью программ Skype, Zoom, разных видео мессенджеров подключались к эфирам, что иногда применяется и ныне в новостных программах.

8. С началом 44-дневной Отечественной войны азербайджанские телеканалы проявили максимальную инициативу по информированию населения. Востребованность к новостям возросла в несколько раз, из-за ограничения в стране на интернет. В период освещения войны были обнаружены и некоторые недостатки в работе информационных служб телеканалов. В частности, эксперты отмечали не оперативность некоторых из них в освещении ряда событий. В целом, во время военных действий телеканалы внесли изменения в сетку вещания, во всех передачах освещалась тема войны, основная нагрузка пришлась на новостные блоки, которые стали выходить чаще прежнего. Практически во всех передачах социально-просветительского, аналитического характера освещалась Отечественная война. Были распространены рекламные ролики, целью которых было поднятие духа граждан. Изменения в формат внесли и программы развлекательного характера, где, в основном, звучали военные песни.

Проанализировав ситуацию в современном Азербайджане, можно отметить, что прогресс в области телекоммуникационных

технологий привел к изменениям в процессах сбора, распространения, хранения информации, и это оказало существенное влияние на развитие телевизионного вещания, на различные аспекты культурной, политической, общественной жизни общества. Подытоживая, мы можем утверждать, что развитие телевидения в Азербайджане находится на подъеме, и в ближайшие годы, будем надеяться, все негативные моменты будут сведены на нет.

Основные положения и результаты исследования нашли свое отражение в следующих публикациях автора:

1. Процесс конвергенции азербайджанского телевидения. Журнал «Журналистика» (серия общественно-политические гуманитарные науки), Баку, 2017, №7, с. 155-159
2. Некоторые особенности текстов новостей азербайджанских телеканалов. Международный научно-практический журнал «Филологический аспект», научное издательство «Открытое знание», Нижний Новгород, РФ, 2018 № 11 (43), с.233-244
3. Процессы перехода на цифровое телевидение и мультимедиатизации в Азербайджане. Журнал «Язык и литература» (“Dil və ədəbiyyat” jurnalı), Бакинский государственный университет, Баку, 2018, Том 2, № 106, с. 384-388
4. Освещение иностранными СМИ Карабахской войны 2020 года. Статья. Материалы Международной научно-практической конференции «Перевод как основа многоязычия и культурного обмена», посвященной 75-летию Бакинского славянского университета: Баку, 24 декабря 2021 года., с. 17-22
5. Высшее журналистское образование в Азербайджане. Научный журнал «Век информации». Санкт-Петербург, 2021 Том 9, №1, с. 33-42

6. Научно-педагогические школы журналистики в России. Монография. Изд. «Алетейя», Санкт-Петербург, 2021, 276 с., с. 196-208
7. Взаимодействие азербайджанских телеканалов с социальными сетями (на примере «Фейсбук», «Инстаграм», «Ютьюб»). Статья. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова Москва, 2021, №3.
8. Особенности телевизионной инфографики. Научный журнал НАНА «Filologiya və sənətsunashlıq», серия публицистика, Баку, 2021, №1, с. 138-145
9. Форматы передач азербайджанских телеканалов «Меди@льманах». Научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 2023, №1, с. 106-113
10. Особенности текстов теленовостей (Telexəbər mətnlərinin xüsusiyyətləri). Научный журнал “Filologiya məsələləri” Института Рукописей им. М. Физули НАНА, серия языкознание, Баку 2023, №11, с.114-124
11. New television format programs on the Azerbaijani telespace. QƏDİM DİYAR. Международный электронный научный журнал, Баку, 2023, Том: 5, № 9, с.16-21
12. Новые медиа как инструмент доступа к знаниям. Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2015 году: информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы» факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, 5-6 февраля, с.311-312
13. Азербайджанское телевидение в меняющемся мире информационных технологий. Материалы сборника Неделя науки и творчества: материалы Межвузовского научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященного Году российского кино, место издания СПбГИКиТ Санкт-Петербург, том 4, 2016, 18-22 апреля, с.60-63

14. Форматы азербайджанских телепрограмм. Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия» факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. 5-7 февраля 2018. Том 1, с. 95
15. Характеристика форматов основных передач в национальных телеканалах. Издательство МГУ, материалы международной научной конференции «Ломоносов 2018», Москва, 9-13 апреля 2018 года,
https://lomonosovmsu.ru/archive/Lomonosov_2018/data/13257/67233_uid240442_report.pdf
16. Медиатизация второй Нагорно-Карабахской войны. 20-я международная конференция студентов, магистрантов и аспирантов «Медиа в современном мире. Молодые исследователи». Санкт-Петербург, 11-12 марта 2021, с.57
http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1618465997_2281.pdf
17. Деятельность азербайджанских телеканалов во время Второй Карабахской войны. Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия» факультета журналистики МГУ, Москва, 3-5 февраля 2022 с. 57
18. Роль хештегов в формировании повестки дня. Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия» факультета журналистики МГУ, Москва, 3-4 февраля 2023, с. 302-303
19. Воздействие новых технологичных условий на деятельность телевидения. XV Республиканская научная конференция, Баку, 27 сентября 2023, с.22-24
20. Применение искусственного интеллекта в медиа. Республиканская научная конференция «Искусственный интеллект и области его применения», посвященная 100-летию со дня рождения общенационального лидера Гейдара Алиева, Сумгайтский государственный университет, Сумгайт, 7-8 декабря 2023, с 52-54.

Защита состоится 17 Декабря 2024 года в 13:00 часов на заседании Разового Диссертационного совета BFD 1.06/3 действующего на базе Диссертационного совета ED 1.06 Института Языкознания имени И.Насими Национальной академии наук Азербайджана.

Адрес: Аз 1143, Баку, проспект Г.Джавида 31, Институт Языкознания им. Насими НАНА

С диссертацией можно ознакомиться в Центральной Научной библиотеке НАНА.

Электронная версия диссертации размещена на официальном сайте Института Языкознания имени И.Насими Национальной академии наук Азербайджана.

Автореферат разослан по соответствующим адресам 6 Ноября 2024 года.

Подписано в печать: 28.10.2024

Формат бумаги: 60x84 16\1

Объём: 43 155

Тираж: 70