

Буенбаева З.Қ.
**Қазіргі конвергенттік және
жаңа медиа
технологиялардың дәстүрлі
БАҚ үдерістеріне әсері**

Мақалада бүгінгі заман талабына сай туындап отырған журналистикадағы жаңа медиатеchnологиялардың дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына әсері талданады. Себебі, жаңа технологиялық мүмкіндіктер ойлаудың дәстүрлі жүйесін белгілі бір деңгейде өзгеріске ұшыратып, БАҚ стратегиясына өзіндік ықпалын жүргізіп отыр. Мақалада оған қандай құралдар арқылы қалай әсер етіп отырғаны жайында кішігірім талдау береміз. Сонымен қатар, кешегі журналистика мен бүгінгі жаңа журналистиканың арасындағы байланыс пен дәстүрлі БАҚ-тың кемшін тұстары мен артықшылықтарына тоқталамыз. Журналистикадағы жаңа құбылыс конвергенция үдерісінің болашағы, бүгінгі дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына әсерін қысқаша талдаймыз.

Түйін сөздер: мультимедиа, медиакеңістік, конвергенция, БАҚ, дәстүрлі БАҚ.

Buyenbayeva Z.K.
**The impact of new convergent
and media technologies on tradi-
tional media**

The article discusses the influence of new media technology to traditional sources of information. Cause is the fact that new technologies change the system of informational acceptance to the certain degree, simultaneously influencing the strategies of traditional media sources. Hence the article gives perspective on «how» the influence is achieved.

Key words: multimedia space, convergence, media, traditional media.

Буенбаева З.К.
**Влияние конвергентных
и современных
медиа технологий
на принципы традиционных
СМИ**

В данной статье мы рассмотрим вопрос влияния новых медиа-технологий на развитие традиционных СМИ. Новые технологии в журналистике изменили устойчивый взгляд на традиционные медиа, они в настоящее время имеют особое влияние на стратегию развития СМИ. Статья отвечает на вопрос: «Как и каким способом происходит это влияние?» В статье акцентируется внимание на общую связь между традиционной журналистикой и новым медиа пространством, отмечаются позитивные и негативные качества традиционных СМИ.

Ключевые слова: мультимедиа, медиа пространство, конвергенция, традиционные СМИ.

**ҚАЗІРГІ
КОНВЕРГЕНТТІК ЖӘНЕ
ЖАҢА МЕДИА
ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ
ДӘСТҮРЛІ
БАҚ ҮДЕРІСТЕРІНЕ
ӘСЕРІ**

Бұқаралық ақпарат құралдары ертеден бұқаралық коммуникацияның белгілі бір түріне ғана ден қойған. Мәселен, газет – жазба (суреттер сирек кездеседі), радио – ауызша сөйлеу тілі, телевизия – видео, сурет. Сол себептен де БАҚ-та қандай да жаңа тип пайда болғанына қарамастан, ескілері әрі қарай қалыпты жұмыс істей бастаған. Ал, кезінде кейбір ғалымдар радио пайда болғаннан кейін газет ешкімге керек болмай қалады, жойылады деген пікірлер айтқан еді. Қарап отырсақ, одан кейін телевизия, тіпті интернеттік журналистика дүниеге келді. Соған қарамастан, газеттің ғұмыры жалғасуда. Бүгін аузымыздан түспей жүрген мультимедияны шындап келгенде, 20 ғасырдың соңында айта бастады. Ол біріншіден, компьютерлік техниканың, желілердің пайда болуымен тығыз байланыстырылады. Себебі, дәл осы технологиялардың арқасында, бір компакт-дискіге, бұрындары қосуға келмейтін, яғни визуалды, мәтіндік және дыбыстық құралдарды қосуға мүмкіндік туды. Бүгіндері ғаламтор, электронды пошта, телевизиялық кабельді желі немесе қарапайым компакт-дискі арқылы ешбір қиындықсыз мәтіндік, визуалды және дыбыстық ақпараттарға қол жеткізе аламыз. Және бұл ақпарат таратудың кәдімгі тәсілі емес, бұл видео мәтіннің жалғасы, ал дыбыс фотоларға сәйкес безендірілетін арнайы кеңістікке ұласты.

Мінеки, дәл осы тұста БАҚ-тың мультимедиазациясы туралы сөз қозғағанда, бүгінгі медиа журналистикадағы жаңа термин «конвергенцияны» да ескергеніміз жөн. Массачусетс технологиялық университетінің профессоры Итъяла де Сола Пуланың мына анықтамасына сәйкес конвергенция, ол – коммуникация құралдары мәселен, телефон, пошта, телеграф және мерзімді баспасөз, радио, телевизия арасындағы шекараларды өшіру [1].

Осы мультимедиа дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының жалпы табиғаты мен құрылысына қалай ықпал етуде? әлбетте, мультимедиа бұл тек технологиялық құрылғылар мен әдемі суреттер емес. Бұл ақпарат таратудың түбегейлі жаңа философиясы. Нәтижесінде, конвергентті журналист пен конвергенттік редакциялар пайда болды.

Жаңа медиа технологиялар дәстүрлі БАҚ ұстанымдарына үш бағытта әсер етеді:

- журналистер бұдан былай контент жасау мүмкіндігіне ие болды;
- ақпаратты таратудың алып кеңістігі пайда болды;

• ақпаратты таратуда жаңа технологиялар қалыптасты [2].

Осы ретте дәстүрлі БАҚ дегенді біз қалай түсінеміз? әрине, оны теориялық тұрғыдан түсіндіретін жүздеген оқулық бар. Дәстүрлі БАҚ-та газеттік ақпарат газеттің форматында, радиодағы ақпарат радио талаптарына сай беріледі. Дегенмен де, қазіргі таңда қазақ медиа кеңістігінде жаңа медиа технологияларды пайдалана отырып, сәтті конвергенцияның үлгісі болатын бірнеше ақпарат агенттіктері бар. Олардың қатарына: «Тенгри ньюс», «Б-ньюс», «ҚазАқпаратты» енгізе аламыз.

«Журналистік кәсіби білімі жоқ адамдар жаңа технологияларды БАҚ-ты қалыптастыру, дамыту, жақсарту және тексеру үшін пайдаланатын болады» немесе «Азаматтық журналистика, бұл – бұрынғы аудитория» дейді шетелдік әріптестеріміз. Расында да, бүгінгі жаңа медиа ұсынып отырған технологиялар кәсіби журналистік білімді қажетсінбейтін деңгейге жетті.

XXI ғасыр бұқаралық ақпарат құралдары үшін шешуші ғасыр болғаны анық. Ол туралы жоғарыда атап өттік. Себебі, ғаламтор көптеген жаңа мүмкіндік ашып, жыл өткен сайын дәстүрлі БАҚ тарататын ақпаратты дүниежүзілік ғаламтор желісіне тасымалдады. Уақыт зымырап өтіп жатыр, бірақ газет оқуды халық әлі де доғармады. Тіпті, ғаламтордағы кез келген ақпаратқа иланбайды керісінше, сенімсіздікпен қарайды. Сол себептен, үйреншікті телевизия, радио мен газет сынды дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының ғаламтор кесірінен жұмысы тоқтатылады деу астамшылдық. Осы ретте дәстүрлі БАҚ-тың конвергенция үдерісін бастан кешіруі заңды. Конвергенциялық үдерістің дәстүрлі БАҚ кеңістігінде пайда болуына не себеп? Тарих тәжірибесі дәлелдегендей, инновация себептен себепсіз пайда болмайды. Айталық, ақпаратты сақтау кітап басып шығаруға, қашықтықтан байланысу – телеграфқа, кейін сымды телефонға, ұялы телефонға, ал қозғалыстағы көріністі түсіріп алу – телевизияның дамуына алып келді. Журналистикадағы конвергенция үдерісі алдымен, халықтың, көрерменнің, тыңдаушының, оқырманның соңғы 20 жылдағы жаңа талаптарынан туды. Себебі, тұтынушы тарапы ақпаратты басқаша қабылдап, басқаша тұтынатын болды. Бүгін нағыз ақпараттар тасқыны заманында өмір сүргендіктен, кәдімгі адам күнделікті медиахабарламалардың сан алуан түріне тап болады. Ал, осыдан 20-30 жыл бұрынғы адамдардың медиатұтыну көрсеткіші бүгінгіден әлдеқайда төмен болғаны анық. Қазақстан тәжірибесінен мысал келтірсек, ауылды-аймаққа мектептің

кітапханасына немесе басқа да орталыққа қарасты мекемелерге келетін 2-3 газет түрі, бір ауылға 2-3 теледидар мен 1-2 радиостанциялар болды. Мұның барлығы осыдан 20-30 жыл бұрынғы көрініс. Медиатұтыну аясы тек үй, яғни үйдегі теледидар мен үйде газет оқумен шектелетін. Жұмыста тек жұмыспен айналысатын. Бүгіндері ауылды-аймақ тұрғындары өзі қалаған газет-журналдарға жазылып, спутниктік антенналардың арқасында 80-ге жуық телеарналарды тамашалап, әлемдік ғаламтор желісіне қосылып отыр. Қала тұрғындары кез келген уақытта, кез келген жерде (ұялы телефон, планшет арқылы автобуста, көшеде, дербес компьютерінің арқасында жұмыс барысында ақпарат оқи алады) ақпараттанып, ғаламтор белсендісі болып жүр. Әлбетте, мұның барлығы тұтынушылардың ақпаратты жаңа философиямен қабылдауына алып келді. Шындығында, адамдар әлеуметтік жаңа кеңістіктің қалыптасуынан аз жұмыс істеп, керісінше, барынша көбірек тұтынуға көшті. «Біз сандық технологиялар дәуірінде өмір сүреміз. Бұл дәуір бізге барлық бірлестіктердің қатысуына негізделген шынайы демократияшыл мәдениет құруға мүмкіндік береді. Және де ендігі он жылда демократияшыл мәдениетке әлемнің көп бөлігі бет бұрмақ», - деген ЕҚЫҰ-ның БАҚ-тағы сөз бостандығы сұрақтары жөніндегі өкілі Дунья Мияновичтің пікірін осы ретте айтып өтуді жөн санаймыз [3].

Біріншіден, жаңа мультимедиялық технологиялар дәстүрлі БАҚ түрі газетке қалай әсер еткеніне тоқталайық. Газет журналистері бұдан былай оперативтілік пен жаңалықтар санының артынан жүгірмейтін болды. Себебі, газет журналистері жаңалықтарды үздіксіз, секунд сайын беріп тұратын ғаламтор басылымдарымен бәсекелесе алмайды. Нәтижесінде, газет тілшілері нақты дәлелдерді келтіріп, тақырыпты бүге-шүгесіне дейін талдай отырып, жан-жақты пікір алу арқылы барынша кеңейтілген сараптамалық материал беруге тырысады. Осылайша, сайт порталдары жаңалықтардың санына басты назарын аударса, дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары негізді түрде ақпарат тарататын болды. Бұл мультимедиялық жаңа технологиялардың дәстүрлі БАҚ-қа әсер етуінің бір көрінісі.

Газетте де, телевизияда да жаңа технологиялардың дамуына қарамастан сақталып қалған басты жанрлардың бірі репортаж туралы сөз қозғағанымыз жөн. Себебі, сападан бұрын сан мен жылдамдыққа құмар ғаламтордағы материалдардың арасында репортажға орын жоқ. Сондықтан, репортаж газет пен телевизияға тән бірден бір жанр болып қалуда.

Сонымен қатар жаңа мультимедиялық технологиялардың дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына әсерін жаңа жартылай интернет басылымға айналған дәстүрлі басылымдарды алуға болады. Яғни, электронды немесе сандық басылымдар. Батыста бұл тәжірибе орасан жылдамдықпен дамып жатыр. Олар таңын дастарқан басына отырып, бір кесе шәйін бір бума газетті айқара ашып оқудан емес, қолына планшетті алып ақпараттанудан бастайды. Оған қоса көптеген басылым электронды газетті сан алуан суреттермен, видеоматериалдармен, қосымша сызбалармен және тағы басқа да адамды еліктіретін құралдармен толықтырып, әрлеп, кеңейтіп отырады. Нәтижесінде, оқырманның сандық форматтағы газеттің артықшылықтарын сезінуіне жағдай жасалады.

Осылайша, біз жаңа өтпелі кезеңдегі дәстүрлі БАҚ-тың жаңа мультимедиялық технологияларға, жаңа форматтағы журналистиканың ықпалына ұшырағанын байқап отырмыз [4]. Сол себептен де, олардың арасында өзара интеграция, яғни конвергенция үдерісі жүре бастады. Дегенмен де, газет, телевизия құралдары өз принциптерін сақтап отыр. Бірақ уақыт өте келе медианарықтың жаңа сипат алатыны анық.

Әмбебап бағытта эфир тарататын телевизияға да бәсекелестікке дес беру оңай болып отырған жоқ. Себебі, ол ақырындап тақырыптық арналардың, соның ішінде кабельдік арналарға есе жіберуде. Медиакөңістіктегі жаңа технологиялардың бірі ғаламтор, ол біртіндеп енжар теледидар моделінен белсенді ғаламтор моделіне

өтуде. Ендігі ретте көрермен тұтынушыға айналып, берілген ақпаратты қабылдай салмайды, өзіне не керегін нақты біледі. Сәйкесінше, ол тақырыпты түбегейлі білетін, әрі сол төңірегінде ғана жұмыс істейтін мамандандырылған арналарды көруге асығады. 2014 жылдың 19-шы қыркүйегінде Инвестиция мен даму вице-министрі А.Жұмағалиев Қазақстан халқының ғаламтор қолданушыларының саны 12 миллионға жеткенін мәлімдеді. Осыдан 10 жыл бұрын ғана ғаламтор қолданушылар бүтін халықтың 4 пайызына да жетпеді дейді [5]. Демек, даму жылдамдығы өте жоғары. Ал, телеарналардың рейтингісі төмендеп жатқаны баршамызға белгілі.

Қорытындылай келе, жаңа мультимедиялық технологиялардың дәстүрлі БАҚ-қа әсері оны заманға сай өзгертіп отырғанында жатыр. Бір жағынан жаңа медиакөңістіктегі жаңа медиа технологиялар дәстүрлі журналистиканың ескі форматта, көрермен мен оқырманға қызықсыз күйде қалып қоюына жол бермесе, екінші жағынан дәстүрлі медианың тынысына қысым жасауда. Бұл бір жағынан сапалылыққа да алып келеді. Дәстүрлі БАҚ біртіндеп жаңа ақпараттық технологияларды пайдалана отырып, аудиториямен өзара қарым-қатынас үдерісін енгізуге көшті. Мәселен, ғаламтордағы радиостанциялар тұтынушылармен кері байланысты сақтап тұру үшін онлайн режимде хабар таратып отыр. Тіпті, ғаламтор арқылы пікір айтқан көрерменнің қалауын ескеріп, тақырыпты өзгертуге немесе алдын ала тақырыпты таңдауға бет бұрды. Мұндай тәсілдер екіжақты қызығушылықты арттырады.

Әдебиеттер

- 1 Качкаева. А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. - М., 2010. – С.200.
- 2 C.Lenoir. Television et Convergence des medias: vers un nouvel espace public? // <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01082212/document>
- 3 От традиционных к сетевым СМИ: Передовая практика и перспективы. 9-ая южнокавказская конференция СМИ. // Тбилиси. 11-12 октябрь. – 2012.
- 4 D.Kim. New regulatory institution for the convergence of broadcasting and telecommunications: A Korean case. Government Information Quarterly 28, –2011, p.155.
- 5 <http://inform.kz/rus/article/2698302>

References

- 1 Kachkaeva A.G. Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashayutsya v mul'timediynye. -M., 2010. – S.200.
- 2 C.Lenoir. Television et Convergence des medias: vers un nouvel espace public? // <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01082212/document>
- 3 Ot traditsionnyh k setevym SMI: Peredovaya praktika i perspektivy. 9-aya yuzhnokavkazskaya konferentsiya SMI. // Tbilisi. 11-12 oktabr'. -2012.
- 4 D.Kim. New regulatory institution for the convergence of broadcasting and telecommunications: A Korean case. Government Information Quarterly 28, – 2011, p. 155–163.
- 5 <http://inform.kz/rus/article/2698302>