

Иманалиев Ж.О.
**Журналистикадағы
технологиялардың
жаңа қырлары**

Мақалада ақпарат берудің жаңа тәсілі талқыланады. Статистикалық есептерді, графиктерді, тізімдерді, карталарды, т.б. пайдаланатын журналистиканың жаңа жанры ретінде Қазақстан медиа нарығында дамуы қаралады.

Ключевые слова: БАҚ, медиа нарығы, ақпарат, ақпараттық графиктер, диаграмма.

Imanaliyev Zh.O.
**New technologies
in journalism**

This article is devoted to the new genres in modern journalism, especially data-journalism, a new phenomenon, rapidly spreading all over the globe, main features of this phenomenon and the perspectives it may have, both in Kazakhstan and in the world.

Key words: data-driven journalism, data-journalism handbook.

Иманалиев Ж.О.
**Новые технологии
в журналистике**

Статья посвящена формированию новых направлений в современной журналистике, в частности, дата-журналистике, феномену, чья популярность растет с каждым днем, его специфике и перспективам развития как в Казахстане, так и за рубежом.

Ключевые слова: СМИ, журналистика данных, инфографика, обработка информации, рынок СМИ, профессия журналист.

ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ЖАҢА ҚЫРЛАРЫ

Соңғы кездері әлемдік БАҚ нарығында медиа нарыққа да, осы салада қызмет жүргізе бастаған адамдарға да елеулі өзгерістер әкеліп отырған феномен пайда болды. Журналистиканың ақтық демі жақындады, енді мобильді телефоны бар кез келген адам – журналист деп санайтын адамдар осы пікірін тереңнен қайта ойлап көруі тиіс: журналистикада жоғары біліктілік пен тәжірибені талап ететін жаңа сала пайда болды. Біз data-журналистика деп аталатын мамандық жайлы айтып отырмыз, оны сөзбе-сөз «мәліметтер журналистикасы» деп қазақшалауға болады. Data-журналистика – ақпаратты жариялауда жұртшылыққа қол жетімді мәліметтер базасын, яғни статистикалық есептерді, графиктерді, тізімдерді, карталарды, т.б. пайдаланатын журналистиканың жаңа жанры. Мәліметтер өміріміздегі кез келген салада қажет, олар экономикаға да, саясатқа да, ғылым-білім саласына да қатысты болуы мүмкін. Ол ақпарат, айталық, белгілі бір уақыт аралығындағы мемлекеттік қарыздар немесе инфляцияның өсімі, бірер аумақтағы қылмыстардың статистикасы, жоғары оқу орындарына түсушілердің пайыздық көрсеткіші, өзен суының орташа жылдық деңгейі туралы болуы мүмкін. Мәліметтерге журналистік арсеналдың баспа мәтін, фотосуреттер секілді дәстүрлі құралдары қосылады. Осылайша, әдеттегі көрінісінде қабылдау мен түсінуге қиын соғатын мәліметтер, цифрлар мен фактілер аудиторияның құлағына жақын, «тіліне жеңіл, жүрегіне жылы тиетіндей» пішінге енеді.

Задында, data-журналистика мәліметтер барынша көрнекі болуы үшін алдына белгілі мақсаттар қояды. Өйткені, бір ғана график немесе есеп мыңдаған сөзден де гөрі әсерлі әрі көрнекі болуы мүмкін. Бұл ретте мәтін data-журналистің қолында бұрынғыдай негізгі инструмент емес, тек көмекші құрал міндетін ғана атқарады. Сондықтан мәліметтер журналистикасының пайда болуы БАҚ әлемінде елеулі төңкеріс жасады деуге болады. Олай дейтініміз, data-журналистика қазіргі журналистика жайындағы түсініктерді ғана емес, журналистік қызметтің ақпаратты жеткізу тәсілдері мен формасы сияқты басты мәнін де өзгертіп жіберді.

Бірақ мұндай өзгерістер медиа саласында жұмыс істеудің жаңаша ұстанымдарын қажет етеді. Енді журналистер әдебиеттен тыс, техникалық ғылымдарды, соның ішінде, Excel, Google

Docs, Google Charts, Timetric, IBM, ManyEyes, Wordle секілді компьютерлік ресурстарды, тереңнен үйренуі тиіс. Өйткені data-журналистика саласы, бірінші кезекте, ақпараттарды дербес табу, талдау және оңтайлы пайдалану шеберліктерін қажетсінеді. Бұл саланың пайда болуы неге байланысты, оның келешегі мен қиын тұстарынан туындайтын салдары ше? Бұған себеп ретінде көп нәрсені айтуға болады, дегенмен, басты себеп ретінде мынаны көрсетеміз: оның пайда болуының тірегі – аудиторияның журналистің жеке көзқарасы мен бағалауына емес, нақты цифрлар мен фактілерге негізделетін сапалы да қарапайым ақпаратты қабылдауға деген қажеттілігі болып табылады. Бұдан тыс, дәстүрлі журналистика көп жүгінетін цифрлы техникалар саласындағы ақпараттық графиктер мен диаграммалар да қажетті алғышарттардың бірін құрады. Осы қажеттілікке байланысты data-журналистиканың жаңа әлемдік нарықтағы болашағы зор. Белгілі американдық журналист әрі ғалым Адам Вестбрук (Adam Westbrook) былай дейді: «Журналистика дәстүрлі формасынан айырылғалы тұр. Оның дәстүрлі стандарттары бұзылуда. Қол жетімді мәліметтерді тиімді пайдаланудың, оның түсінігі мен оған негізделген материалдар мен жарияланымдардың дамуы – журналистикаға жаңа өмір беретін маңызды алғышарттардың бірі болып табылады»¹. Мұнымен келіспеуге болмайды, өйткені, әлемдік БАҚ нарығы дағдарыс кезінде мейлінше зардап шекті. Data-журналистика – журналистикаға деген қызығушылықты арттырудың мүмкіндігі болумен қатар, өз мүмкіндіктерін сарқа жұмсауда қиындықтарға душар болып жатқан журналистер үшін өз орнын табуына да мүмкіндік. «Data-журналистика – болашақ деген сөз», – деп санайды ғаламторды ойлап тапқан Тим Бернерс-Ли.

Бұл айтылғандар практикада жан-жақты дәлелін таба бастады. БАҚ-тың көпшілігі ғаламдық атаумен data-журналистикаға кіріп келеді. Ірі британдық газет «Guardian» мәліметтерге арналған «Data Blog» атты дербес мәліметтер блогын жүргізіп келе жатқанына екі жылдан асты. «Los-Angeles Times-те» де дәл осыған ұқсас жоба бар. Саладағы кәсіпқой мамандардың да қатары толығып келеді. Олардың арасында мәліметтер журналистикасы бойынша алғаш жарық көріп жатқан «Data-журналистика (қолданба)» кітабының (кітап әлі баспадан шыққан жоқ, оның тұсаукесері осы жылғы сәуір айында өтуі күтіліп отыр) авторлары Лилианна Бунгеру және Джонатан Стрэй; data-журналистика бойынша

ірі интербелсенді ресурстардың бірі, салаға енді қадам басқан data-журналистерге әлем деңгейінде көмек беруге бағытталған «Data Journalism Blog-тың» құрастырушысы Мариэнн Бушар; жоғарыда тілге тиек етілген британдық «Guardian» басылымының «Data Blog» блогының редакторы Стив Майерс (оның жетекшілігінде ақпараттарды жеткізу бойынша тамаша data-мақалалар мен репортаждар жарияланды) секілділер кәсіби ортада танымал болып та үлгерді. Еуроодақ бюджеті жайындағы осындай мақалалардың бірін мәліметтер журналистикасының нағыз үлгісі ретінде сеніммен көрсетуге болады. Диаграммалар мен графиктердің көмегімен мәліметтер қайта өңделіп, бейне және фотографиялық өнімдер пайдаланылған материал бюджеттің ағымдағы жай-күйі, оның кірісі мен шығыны, себептері жайында нақты түсінікке ие болу мүмкіндігін береді. Сондықтан жаңа жанрдың болашағына сенім артуға болады. Биылғы жылдың өзінде data-журналистика бойынша алғашқы халықаралық сыйлық иесін табады. Бұл да әлі сәби жанрдың өміршендігін қамтамасыз етуге септігін тигізеді. Батыста пайда болған data-толқын Еуропа мен ағылшынтілді елдерді шарпып өтіп, Қазақстанға да бас сұғуда. Демек, отандық журналистер де жуық арада мәліметтермен жұмыс істеу шеберліктерін игеруі тиіс. Жаңа мамандыққа кәсіби түрде оқытатын орындар болмағанымен, әр адам data-журналистикада бағын сынап көруіне болады. Шындығында, АҚШ, Канада немесе Ұлыбританиядағы секілді Қазақстанда азаматтардың пайдалануына ашық бірыңғай мәліметтер базасы жоқ, дегенмен жекелеген ресурстар арқылы барлығын болмаса да, кейбір мәліметтерді алуға әбден болады. Бұдан тыс, Батыстан тағы бір ерекшелік, қазақстандық БАҚ қызметкерлерінде ғаламторда атымен жоқ цифрлы емес мәліметтерді табудың кеңінен дамыған желісін пайдалану мүмкіндігі бар. Мәселен, қоғамдық кітапханалар, ашық архивтер сияқтыларды кез келген адам пайдалану мүмкіншілігіне ие.

Журналистика және журналистер жаңа дәуір қарсаңында тұр. Ол не әкеледі, нендей салдарға әкеп соқтырады, оны болжауға әлі ерте. Бір ғана мынаны айтуға болады: data-журналистика өзгерістерді де, мүмкіндіктерді де туындатады. Бұл, ең алдымен, өз мамандығынан жаңашылдық іздейтін кез келген журналист үшін ақпаратты іздеу, өңдеу және тарату секілді журналистиканың барлық негізгі құрамдас бөліктерін қамтитын өзгеше әрі қызықты жұмыста өзін жақсы қырдан көрсетуіне зор мүмкіндік.

Әдебиеттер

- 1 Инновационные Физические лица: Адам Вестбрук: innovativeinteractivity.com/2010.

References

- 1 Innovative Individuals: Adam Westbrook: innovativeinteractivity.com/2010.