

ӘОЖ 070(574)

Н.С. Кенжеғұлова

Халықаралық Бизнес Университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

E-mail: naiman-karabi@mail.ru

Заманауи қоғамның дамуындағы NET–журналистиканың мәселелері

Мақалада журналистиканың жаңа түрі – NET-журналистика және оның пайда болуына тікелей себепші – NET-ойлау жайында сөз қозғалады. Жаңа журналистиканың кемшілігі мен жетістігі айтылып, оның дамуына байланысты мәселелер сарапталады. Жаңаша ойлау принциптері тек қана жеке тұлғаның дамуына тікелей әсерін тигізіп қана қоймай, бүкіл қоғамның қарыштап дамуына да ықпалын тигізіп отырғаны баяндалады.

Түйін сөздер: формат, сайт, интернет, ғаламтор, блогер, гиперсілтеме.

N.S. Kenjegulov

Problems NET-journalism in the development of modern society

In this article the author talks about the new thinking in the new millennium and in this connection that appears on a new type of journalism – NET-journalism. The paper presents a concrete analysis of the new journalism, as its basis for a new thinking and talks about its impact on modern society as well as on the modern individual. Also gives the pros and cons of the new Widvey Media and anticipates the possible ways of its development in the future of human society.

Keywords: format, website, blogger, hyperlinks, podonkafsky slang.

Н.С.Кенжегулова

Проблемы NET- журналистики в развитии современного общества

В данной статье автор рассказывает об особенностях нового мышления наступившего тысячелетия и возникновения, в этой связи, нового типа журналистики – NET-журналистики. В статье представлен анализ контента новой журналистики, аспекты ее влияния как на общество в целом, так и на отдельную личность. Также приводятся плюсы и минусы нового вида масс-медиа, прогнозируются возможные пути его развития.

Ключевые слова: формат, сайт, блогер, гиперссылки, подонкафский сленг.

Introduction

Блогтардың сипатына қарағанда журналистика толығымен Интернетке кіре алады, бірақ онда журналистік форматтар болуы шарт. Олар: жаңалық, дерек, комментарий, талдау, пікір. Бұндай формат сексенінші жылдардың аяқ шенінде қалыптасқан. Ал оған дейін Кеңестік формат болды, олар: мінбер, Орталық комитеттің органы, насихат, үгіт – бұл сөздер бұрыннан бар, және олар енді Интернетке кірмейді. Сонымен қатар, Интернетке қоғамның журналистикаға деген қатынасы енбейді. Журналистика Интер-

нетке кіре алғанымен, журналистикаға деген қоғамның қатынасы енбейді.

Он бір жыл бұрын NET-журналистиканы ресми түрде БАҚ қатарына тіркеуге қоғам қарсы болды, ал қазір, міне, 2014, жылы оған ешқандай кедергі жоқ. Себебі – ол өзін өзі дәлелдей алды.

Main body

Интернеттегі журналистиканың сапасы жайлы қызу пікірталастар жүріп жатыр. Мысалы, Андрей Мирошниченко – он-лайн жаурналистиканы қолдаушылардың бірі, оның сапасының

үш себепке байланысты маңызы шамалы дейді [1].

1. Оның сапалы, не сапасыз екенін пайдаланушы – оқырман байқамайды.

2. Мемлекеттік БАҚ-тардың сапасының өзі дүдәмал нәрсе.;

3. Жақсы не жаман БАҚтардың рейтингісі – сапалық деңгейі журналистердің өздерінен басқа ешкімге де керекті жоқ.

Шын айтқа келгенде, бір журналист он блоггерге татиды.

Бірақта бір сайтқа еңген журналистердің тобы нағыз шу шығарады.

Ғаламтор шексіз деген пікір бар, ал оны пайдаланушы ондай емес.

Net-тегі жарнама, спорт, лото тәрізді. Ол құмарлықты туғызады.

Авторлық құқықты алсақ, бұрын авторлардың ішінен ілуде бір «жиендік» кездесетін, ал қазір Интернетте бір автордың жарияланымын он адам жымқыруы мүмкін, тіпті кейбір жағдайларда жүзге тарта адам да жымқыра алады – бұл енді жай шу емес, нағыз айқайдың көкесі. Мәтін сапалы болған сайын, оны көшіріп басушылар көбейе түседі. Тек қана юзерлердің, лузерлердің немесе балдыр-батпақ жазушылардың шығармалары ғана ұрланбайды. Қайтадан көшіріп басқан ақпаратты – вирустық ақпарат деп атайды.

Интернетте журналистика көп болған сайын – ол жиі қайталанудың салдарынан былжырақ журналистиканың қатарына көбірек жатады. Оф-лайндағы журналистика көбірек сақталып, бөлектенеді. Ал Интернетте мүлдем басқаша. Оның маңызын, бір жағынан блогтар төмендетіп жатса, екінші жағынан копиастар (copypast) бұзады.

Сонымен қатар, веб-маркетолог деген-дар бар, олар өздерінің жұмыстарында арзан сөздерді көп пайдаланады: «Жедел!», «Керемет шындық!», «Қараңыздар, ең қызық фотосуреттер!» Бастапқы кездерде бұлар пайдаланушыларды қызықтыруы мүмкін, ал кейін олардың мәтіндерінің қызығы жоғалып, ұсқынсыз баннерлерге айналады.

Бірақта, қағазға басылатын дәстүрлі газеттерді оқитын адамдар күннен күнге азайып барады, және оған қарсы ештеңе жасай алмаймыз. Себебі, Интернет жай газеттерді толығымен қайталап отырады.

Абстракті баспасөз басылымы абстракті сайттан әлде қайда салиқалы. Бірақ уақыт

ағымына байланысты Интернеттің рөлі өсіп, маңызы күшеюде.

Жалпы алғанда, БАҚ-тың ақпараты мен телефонмен берілетін ақпарат бірдей. (Бұл кибернетика ғылымын және ақпарат теориясын жасаушылардың бірі Клод Шеннонның пікірі) [2]. Соңғы кезде БАҚ-тың болашағы жайлы пікір-таластар көбейіп кетті. Оған себеп – технологиялар мен Интернеттің қарыштап дамуы. Жалпы журналистиканың болашағы жарқын деп айтуға он себеп бар:

1. Бүкіл әлемдік тұрғыдан журналистиканың шығармаларын оңай оқуға болады. Интернеттің бір ерекшелігі – бүкіл дүние жүзінің газеттері, телеарналары, блогтарынан мәлімет алуға мүмкіндік туғызады. Әлемдік жаңалық көздерінде бүкіл планеталық жаңалықтар беріледі.

2. Аггрегация және персонификация – оқырмандарға ұнайды. Он-лайндық құралдар арқылы жеке бағдарламаларды жасауға болады. Не болмаса Google News арқылы, немесе My Vahoo персонификациялау арқылы, RSS-дер арқылы журналистік ақпаратты тез алуға болады.

3. Сандық жеткізудің мүмкіндігі молырақ. Веб-тың дәуірі туындағанша дәстүрлі медиа-лар ақпаратты басылым арқылы, не болмаса радиоарналар, телеарналар арқылы жеткізетін. Қазір ақпарат он-лайн арқылы, не болмаса электрондық пошта, немесе ұялы телефон арқылы байт, не бит түрінде жеткізіледі. Қазіргі журналистика дәстүрлі форматтың қыспағынан шығып, бостандыққа ие болды.

4. Деректер бұрынғыдан да көбірек тексеріледі. Блогер мен он-лайндағы еркін саналы адамдар деректерді жан-жақты тексеріп анықтап алады. Егерде ақпарат көздері сенімсіз болса, не болмаса жымқырушылық байқалса, олар дереу дабыл қағып, мәселенің ақ-қарасын анықтап алады.

5. Кәсіби журналистердің және еркін тыңдаушылардың біріккен зерттеулері. Интернет арқылы журналистік зерттеулерді оңай жасауға болады. Себебі онда кәсіби журналистер, еркін із кесушілер қатысады. Жұмыла атқарған іс оңай және тез бітеді.

6. Ақпарат ағымындағы көп дауыстылықтың маңызы зор. Бұрынғы журналистикада өз сөзіңді қолдайтын адамдарды арнайы іздеп табу керек болатын. Қазір тәуелсіз блогерлер мен он-лайн журналистер ақпаратты бірауыздан қолдап көмектесуге дайын.

7. Шынкөңілділік пен бейресми қатынастар. Көптеген блогтар мен шексіз веб-беттердің арқасында қазір шындық көбірек айтылып, істің ақ-қарасы оңайырақ шешіледі. Оқырмандармен қарым-қатынас шынайы түрде жүргізіледі.

8. Он-лайндық жарнамалар ағымының көбейуі. Ұсақ, тәуелсіз сайттарға жарнамадан түсетін пайда көбірек.

9. Он-лайн журналистика экологияға да пайдасын тигізеді. Журналистиканың Интернет саласына көшуі қағазды үнемдеуге көмектеседі. Планетамыздағы ағаш, ормандар сақталып экология түзеледі.

10. Аяқталмайтын хикаялар. Дәстүрлі журналистикада бір тақырыпқа арналған оқиғалар бір жарияланымның аясында аяқталады. Ал он-лайн журналистикада ол шексіз жалғаса беретін хикаят ағымына айналуы мүмкін. Оларға оқырманның өз пікірін қосып, толықтыруға толық мүмкіндігі бар.

Міне он-лайн журналистиканың жағымды жақтары және жарқын болашағы қоғамда сан түрлі пікірлер туындатып, оның аясының кең екендігін дәлелдейді. Оның прогрессивті фактор екенін NET-ойлау тәсілі дәлелдейді.

Философия сөздігінің анықтамасы бойынша – ойлау дегеніміз объективті әлемнің адамның түсінігінде, пайымдауында, жалпы теорияларда көрініс табуы.[3]

Ойлау процесі адамзат тарихында талай рет өзгерістерге ұшырап, эволюцияның заңдарына сәйкес дамып отырған.

Ойлаудың негізгі даму сатылары: 15-ші ғасырда кітап пайда болды, 16 ғасырда – газеттер, 17 ғасырда – жорналдар, 20-шы ғасырдың басында – радио, 20-шы ғасырдың орта шенінде – теледидар, ал жаңа – XX-ші ғасыр Интернеттің белгісімен ерекшеленді.

Бүкіл әлемдік Ғаламтор жаңаша ойлауға адамзатты баулыи бастады. Бұл жаңаша ойлаудың түрін – Net-ойлау деп атайды. Оның басты ерекшеліктері:

1. Гипермәтіннің барлығы.
2. Іздеу жүйесінің қуаттылығы /мощность поисковой системы/.
3. Полиэкрандықтың болуы /Бір экранда алты бейнеге дейін көрсетуге мүмкіндіктің болуы/.
4. Газет беттерін жаңаша версткалау.
5. Білімнің қорына әрбір тұлғаны жақындатуға мүмкіндік береді. /Мысалы, Интернет арқылы дүние жүзінің ең атақты кітапханаларынан кітаптар алып оқуға болады/.

6.Әртүрлі бағдарламаларды жасауға мүмкіндік береді.

7.Әр адамның жеке шаруасын жылдам жасауға жағдай туғызады. Мысалы, жұмысқа орналасуға, жаранамалармен танысуға, керек тауарларды сатып алуға, тағы да басқа шаруалар.

8.Адамның шығармашылық қабілетін дамытуға көмегі тиеді. Мысалы, өлең, әңгіме және басқа да шығармаларын Интернетте шығарып талқыға салып, көпшіліктің пікірін біле алады.

Бұл мүмкіндіктер:

1.Қоғамдағы коммуникациялық байланыстарды нығайтады.

2.Әлеуметтік бақылаудың тәуелділігін әлсіретеді. Мысалы, кез келген адамның орынсыз ғайбаттауынан арылады.

3.Ғаламтордағы әрбір адам өзін тәуелсіз тұлға ретінде сезінеді.

Осы айтылған деректердің бәрі де Интернеттің жаңаша ойлаудың түрін қалыптастырып жатқанын дәлелдейді. Басқаша айтқанда, ойлаудың жаңа парадигмасын жасап отыр.

Жаңа ғасырдың айрықша нышандарының бірі – адамдар динамикалық түрде – жылдам ойлай бастады. Бұл өмірдің жалпы ырғағын тездетуге мүмкіндік туғызды. Оған объективті себептер де бар, мысалы соңғы он жылда ақпарат беру екі есеге дейін жылдамдады.

Ресейлік ғалымдар, ерлі-зайыпты Прониндердің айтуы бойынша [4] Net-ойлаудың технологиясы сайлауларда да орын алып отыр. Мысалы, 1999 жылы Ресейдегі Парламенттік сайлауда СПС /Союз правых сил/ партиясының сайлау алдындағы ұраны «Сенікі дұрыс!» деген сөз тіркесі болды. Бұл ұран компьютерлік әріптермен теріліп, адамдар көп жиналатын жерлерде, мысалы, метроның алдында, қойылды. Бір аптадан соң тура сол жерлерде екінші ұран «Европадағыдай өмір сүргің келе ме?» деген қойылды. Содан кейінгі аптада «Онда СПС-қа дауыс бер!» деген мәтін ілінді. Бұл ұрандар жаңа сайлаушыларды жігерлендіріп, олар СПС-қа дауыс берді. Бұл мысал Net-ойлаудың жаңа технологиясының пайда болуының айқын дәлелі.

Қазақстан журналистерінің шығармашылығында да Net-ойлаудың әсері барлығы сөзсіз. Мысалы, «Время» газетінің 2005 жылғы 25 санында «Я живу на диване» деген корреспонденция жарияланды. Онда «диван» деген сөз – Интернеттің атауы. Интернеттің өз терминдері бар емес пе? Онда оқымысты, ересек адамдар

отбасыларымен Интернет арқылы араласып, бір-біріне көмектескендері жайлы айтылады. Адамдар Интернет арқылы танысып, өмірлік жарын да тауып жатқан жоқ па?

Қазір көптеген Интернет басылымдармен қатар, баспасөз басылымдарының да Интернет-версиялары бар, оларды зерттеп, талдау біздің басты міндеттеріміздің бірі.

Көптеген зерттеушілердің пікіріне сүйенсек, Интернетте жаңа тілдік қор қалыптаса бастады. Мысалы, орыс тілі қатты өзгерістерге ұшырап, бұзылып жазыла бастады. Соның салдарынан ол тілдің жаңа атауы пайда болды, ол – «подонкафский сленг» қазақша айтқанда «сұмырайлардың тілі». Интернетте сөздер қалай естілсе солай жазылады. Мысалы, «красавчик» деген сөз «кросавчег» деп жазылады. Біздің қазақ тіліне де бұл тұрғыдан үлкен қауіп төніп тұр – тіліміз орыстардың сөздері сыяқты өзгеріске ұшырап жазыла бастаса, ол құптарлық нәрсе емес.

Зерттеуші ғалымдардың айтуы бойынша, NET-ойлаудың ерекшеліктері:[5].

1. Ойлау процесінің тек қана түйсік нышандарына сүйенуі.
2. Дәлелдеуді қажет етпейтін эвристиканың басылымдылығы.
3. Ақпаратты параллельді түрде өңдеу ерекшелігі.
4. Әр түрлі жағдайларға төзімділігі.
5. Көрнекі субъективтілік /Мысалы,

автордың өз ойын ешкімнен именбей, іркілмей айта білуі/.

Қазіргі масс-медиалардағы NET-ойлаудың нышандары:

1. Полиэкрандылық /бір экранды алты бөлікке бөліп көрсету. Әр бөлікте басқа бейне.
2. Кадрлардың астындағы жылжып тұрған жолдар, онда ақпарат болуы мүмкін, не болмаса жарнамалар.
3. Интернеттен алынған ақпараттың басылымдылығы.
4. Қазіргі басылымдардың синкреттік дидейі. Мысалы, гламурлы журналдардың өңделу ерекшеліктері /»Метрополитен» журналы/.
5. Сөздердің мәтіндерде бұзылып жазылуы.
6. Авторлық бағдарламалардың теледидардағы субъективтілігі, әсіресе ток-шоуларда. Бағдарлама бейне жалғыз адамға арналып жасалынған іспетті.

Results

Қазір NET-ойлау өмірімізге дендеп кіріп алды. Оның болашағы зор екеніне ешқандай да күмән жоқ. Бірақ бұл Интернет журналистика біздің еліміздің тәуелсіздігін сақтауға, тіліміздің тазалығын сақтауға, халқымыздың ерекше салт-дәстүрлерін ары қарай дамытуға ықпалын тигізе алар ма екен? Бұл сұрақ бәрімізді де міндетті түрде ойлануы керек.

Әдебиеттер

- 1 Мирошниченко А. Ф. Интернет-журналистика и ее будущее. – М., 2012. – С. 49.
- 2 Шеннон Клод. Кибернетика в жизни общества: пер. с англ. – М., 2013. – С. 67.
- 3 Философский словарь. – М., 1989. – С. 82.
- 4 Пронин А.С., Пронина Г.Ф. Экология СМИ // Радио и телевидение. – №8. – М., 2009. – С. 12.
- 5 Зимин П.В. Особенности нового мышления // Наука и жизнь. – №6. – С. 32.

References

- 1 Miroshnichenko A.F. Internet journalism and its future, M.,2012y., p.49.
- 2 Shennon Klod. Cybernetics and society. (translated from English), M.,2013y., p.67.
- 3 Philosophical dictionary. M.,1989y., p.82.
- 4 Pronin A.S., Pronin G.F. Environment Media. //Magazine «Radio and Television», M., № 8, 2009 y., p.12.
- 5 Zimin P.V. Features of the new thinking. // Magazine «Science and Life», M., №6, p.32.