

Кішібаева Ғ.С.
**Конвергенция БАҚ-пен
өзара әрекеттестіктің негізгі
формасы ретінде**

Мақалада медиа конвергенцияның пайда болуы, қазіргі кезеңдегі конвергентті редакцияның қызметі, интернет пайда болған уақытқа дейінгі БАҚ-пен әрекеттесу тәжірибесі талданған. Классикалық, яғни шынайы конвергенцияға, баспа, радио және телевизияның болашағына әсер етуші факторларға авторлық көзқарас берілген.

Түйін сөздер: БАҚ, конвергенция, медиабизнес, конвергенциядағы интернет-платформа.

Kishibaeva G.S.
**Convergence as the main form of
interaction with the media**

This article analyzes the genesis of media convergence, experience of mass media interaction of the pre-internet period and the activity of convergent editorial offices at the modern stage. Presented is the author's notion of "genuine" (classical) convergence, and which the future of press, television and radio broadcasting depends on.

Key words: mass media, convergence, media business, internet as a platform for convergence.

Кишибаева Г.С.
**Конвергенция как основная
форма взаимодействия
со СМИ**

В статье проанализирован генезис медийной конвергенции, опыт взаимодействия СМИ в доинтернетный период и деятельность конвергентных редакций на современном этапе. Дано авторское представление об «истинной» (классической) конвергенции, – от чего в конечном счете зависит будущее печати, телевидения и радиовещания.

Ключевые слова: СМИ, конвергенция, медиабизнес, интернет-платформа конвергенции.

КОНВЕРГЕНЦИЯ БАҚ-ПЕН ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСТІКТІҢ НЕГІЗГІ ФОРМАСЫ РЕТІНДЕ

Журналистика – жинақталған ақпаратты тарату мен өңдеуге негізделген қызметтен бөлек шығармашылық ұғымсыз әрекет ете алмайды. Автордың тікелей қатысуымен болатын ақпараттық айғақ журналистің көзқарасына, материал (тақырыптар жиыны, жанры, стилі, құрылымы, жалпы мазмұны) автордың субъективті қабылдауына байланысты.

Еліміздегі әлеуметтік-саяси жағдайдың өзгеруі, экономикалық шарттар, БАҚ саласындағы заңнамалық түзетулер мен мультимедиялық технологияның қарқынды дамуы коммуникация жүйелерінің өзгеруіне алып келді. ХХІ ғасыр массмедиясы жаңа тәжірибе арқылы журналистика туралы ғылымды, жанрлық теорияны қайта қарауды талап етуде.

Аудитория жинауда бұқаралық ақпарат құралдарының бәсекеге қабілеттілігі артып келеді. Күнделікті қолданыстағы баспа өнімдері, дәстүрлі радио және бұқаралық эфирлі телевизия өнімдері интернет арқылы таратылып отыр. Жылдамдық, тұтастық, жан-жақтылық және интерактивтілік ұғымдары бүгінгі БАҚ, заманауи медиакөңістік пен редакцияның негізгі күші болмақ. БАҚ-тың қызметі ақпарат алу, өңдеу, халыққа тарату ғана емес, жаңа техникалық мүмкіндіктердің көмегімен мәтіннің мәні мен жаңалықты түсіндіру. Сөзсіз, сандық революция дәуірі, яғни жаңашыл техникалық мүмкіндіктер – ақпаратты таратушы тарапқа (БАҚ), ақпаратты талап етуші тарапқа да тиесілі.

Соңғы жиырма жылдықта адам үшін ақпараттың рөлі сапалы түрленіп, жаңалықты мүлде басқаша талдап, өзгеше қабылдайтын болдық. Қоғам ақпараттық жүктемелі шырғалаңда өмір сүруде. Дәстүрлі БАҚ және коммуникация жаңа медиа түрлерімен – блогтар, әлеуметтік желілер, ұялы телефон, т.б. толығып келеді. Ресейлік футуролог әрі медиасарапшы Андрей Мирошников: «адамзатты қоршаған үлкен көлемді мәтін – ақпаратты қабылдаудың мультимедиялық жаңа тәсіліне алып келеді» деп есептейді. Яғни, адамдар мәтіндік ойлау мен сөздік қабылдау түрлерінен бейнелі ойлауға ауысады. Статистика бойынша, шамамен, аудиторияның 40%-ы – көзбен, 20-30%-ы – құлақпен қабылдауға бейім [1].

Аталған қажеттіліктер ірі басылымдар (мысалы, Ұлыбританиядағы «Daily Telegraph»), ақпараттық агенттік (Ресейлік РИА «Новости») немесе телерадио арқылы хабар таратушы

компания (BBC) негізінде құрылған бұқаралық ақпарат құралдарының мультимедиялық немесе «конвергенттік» редакциясының пайда болуына алып келді.

Шетелдік медиа зерттеушілер С.Куин, Д.Фишер, А.Грант, Дж.Уилкинсон өз еңбектерінде конвергенттілік үдерісіне теориялық тұрғыдан толық сипаттама берген. Авторлар дыбыс-бейне мәтініне ерекше көңіл бөледі.

Конвергенция термині коммуникация теориясына өзге ғылыми саладан келген. Конвергенция сөзінің өзі латынша «convergo» – «жақындатамын» деген мағынаны білдіреді. «Convergence» ағылшын тілінде «бір нүктеде жинақталу» дегенді білдіреді. М. Павликова БАҚ және коммуникацияларды зерттеуші канадалық Дэнис Макуэйлаға сүйене отырып, келесі анықтама береді: «Бұл бір маңызды өнімді әртүрлі арналарға түрлі құралдармен таратуы» [2].

Алғаш рет 1977 жылы В.С. Хелемендик БАҚ қызметінің жаңа тәсілін және «бұқаралық ақпарат құралдарының жүйесі» анықтамасын енгізді. Нәтижесінде БАҚ-тың дәстүрлі жүйесі өзгерді. Қазіргі газеттер, радио, телекөрсетілім және интернет мультимедиялық ортада бір мезгілде қызмет етеді. Хелемендик бұқаралық ақпарат коммуникация координациясының негізгі принциптерін: «ерекшелік, мәтін мазмұнын жүйелі түрде өзгерту, қызметтің ортақтығы, басылым, радио және телекөрсетілімнің өзара тәуелділігімен, олардың өзара әрекеттесуін қолданысқа енгізу, ұйымдастырушылық құрылымның жалпы ақпараттық орталыққа бірігуін, олардың бұқараға әсері» деп түсіндірді [3].

Шартты түрде БАҚ-тың түрлі арналарына өнім дайындау барысында бас редакторлар мәселенің толық ашылғандығын (баспа, радио хабар тарату) – жоспарлау сатысында (шығарылымға тақырып қою, радиостанция бағдарламалары) қарастырылады. Олар өнімнің сапасы мен форматының стандартқа сай болуын қадағалайды. Соңғысы – басылған газет, радио шығарылым және интернет өнімдер.

Жаңа медианың дамуына сай конвергентті редакция келесідей түрлерге жіктеледі. Мультимедиялық редакция – баспаның технологиялық қабаттарына сай жабдықталған, арнайы редакторлар жұмыс жасайтын орын. Баспа өнімдері мен онлайн нұсқалар бір мезгілде дайындалып отырады. Жинақталған редакция – негізгі технологиялық қабаттарда дайындалған барлық ақпараттар біріктірілетін орын. Бұл редакцияда белгілі бір ақпараттық каналға жауапты редактор болмайды. Жаңалықтың баспада немесе сандық

бөлімдерде жарық көру қызметтерін тақырыптық бөлімнің редакторлары атқарады. Кросс-медиялық редакцияда – ақпараттар алмастырылады. Мұнда мәтінді табу, өңдеу және тарату қызметтері жүргізіледі. Түрлі тақырыптық бөлім қызметкерлері баспалық, онлайн нұсқалар үшін жаңалықтар дайындайды. Бұл веб-сайтты аудио және видеороликтермен қамтамасыз етеді [4]. Аталған жағдайда басылым беттерінде «мультимедиялық аңдатпа» жазу туралы ойлаудың өзі артық. Себебі, бұл – БАҚ-тағы шынайы конвергенция.

Норвегиялық ғалымдар Андерс Фагерйорд және Танья Сторсул медиа конвергенцияны бірнеше кезеңге бөліп қарастырады:

Желілік конвергенция, яғни ұқсас сигналдардың сандық желіге ауысуы;

Терминалды конвергенция (құрал-жабдық) біркелкі құрылғылардың (ұялы телефон, дербес компьютер, ТВ, ноутбук, интернеттің көмегімен ТВ көруге ыңғайлы, почтаны ТВ арқылы қолдануға арналған) бірігуі;

Қызметтер конвергенциясы – жаңа функционалды мүмкіндіктер;

Жанрлар конвергенциясы – жанрдың пайда болу жолы мен интернет-бағаналар т.б. [5].

Журналистикада (медиабизнесе емес) конвергенцияны пайдаланудың сенімді әрі әсерлі мысалдары америкалық БАҚ-та көптеп кездеседі. «Las Vegas Sun» газеті телевизиямен, интернетпен бірігіп Лас-Вегас қаласында құрылыста қаза тапқандардың өлімін зерттеген (зерттеу үшін журналистер Пулитцер сыйлығын алған). Үкімет құрылыс барысымен толық таныспаған, профсоюз өкілдері жұмысшылардың құқығын қорғамай құрылыс компаниялары басшыларының мәліметтеріне ғана сүйенген. Нәтижесінде газет (53 мақала және 21 редакциялық бағана жарияланған), телевизияның және интернеттің көмегімен бұл жағдай АҚШ Конгресінің тыңдалымына өтіп, тиісті шаралар қолданылған. Газеттердің басқа да медиаәріптестермен болған сәтті қызмет барысындағы сараптамалығы, дәйектілігі жеңіске жетті. Жоғарыдағы мысалдан «дәстүрлі» БАҚ, соның ішінде газеттің ұйымдастырушылық қызмет атқарғанын байқаймыз. «Los Angeles Times» қоғамдық-саяси газетінің бас редакторы Майкл Парке «өзіндік маңызға ие талдау-газеттің негізгі сапасын көрсетеді» деп есептейді.

Ол өз әріптестеріне Калифорния штатының оқу бағдарламасының құрылымын зерттеуді, сонымен қатар 3-сұраққа жауап беруді тапсырады: 1) бұл құрылым қаншалықты нашар? 2) Төмен

деңгейге түсуіне не себеп? 3) Оны шешу жолы қандай? Жұмыстың іске асуына жиырма журналист жарты жыл бойы қызмет еткен. Көлемі жиырма бетті құрайтын мақалалар тобы жарияланып, үкіметтік сайлауда өз нәтижесін берген. Бұл жарияланған дүниелер интернетте, ақпараттық сайттарда оқырмандар арасында көптеген пікір тудырған [6]. Демек, журналистикадағы конвергенттілік баспасөзден бастау алып, бүгінгі технологиялық жетістіктермен үйлесім тауып отырған дүние.

Түрлі медиа платформалардың көмегімен ақпарат таратуда, яғни конвергентті жұмыс жасауда интернеттің мінсіздігі ақпарат алмасу үшін қолданылатын құрылымдар мен жаңа журналистік жанрлардың пайда болу мүмкіндігін көрсетеді.

«БАҚ-тағы конвергенция», «конвергентті медиа», «мультимедиялық журналистика» терминдерінің әртүрлілігін ақпараттық капитализмнің ықпалды теориясының авторы М. Кастельс: «медиа революция – адамзаттың көз алдында өзгеріске ұшырайды, ал бөлек форматтағы басылым, радио, телевизияның жақындасуы әртүрлі жолмен жасалады» деп түсіндіреді [7].

Егер, қандай да бір оқиға барысында журналист сарапшыға қоңырау шалып, оған сұрақтар қойса, сол уақытта сұхбатты аудио-файлға сақтап отырады. Жазба интернет үшін үлкен көлемді контент болса, радио-эфирге шығарылса, газетте мақала жазылады. Демек, конвергенттілік заңы бойынша бір ақпарат үш негізде түрленеді.

Соңғы жылдарда конвергентті редакция журналистиканың дамушы әрі сұранысқа ие, ақпараттық қоғамның жаңалығына айналды. «Жаһандық ақпараттық қоғам» ең алдымен саяси, экономикалық және мәдени-әлеуметтік тұрғыдан алғанда, ақпарат пен білімнің рөлі үздіксіз артып отыруына байланысты дамитын аса ауқымды біртұтас ақпарат индустриясы деген ұғым болса, демек, конвергенттік редакция қамтитын – теле, радио, онлайн және баспа секілді біріккен революциялық технологиялар бүгінгінің талабы. Бұл – қысқалықтың, видеоның, фотоның көрінісі. Бұл редакция – мақалалар оқылып, фото мен видеоны көріп қоя салатын жер емес, оқиғалар мен идеялар талқыланатын аренаға, пікірлестердің басын қосатын форумға айналады.

Әдебиеттер

- 1 Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М., 2010.
- 2 Павликова М. Сетевые технологии и журналистика: Эволюция финских СМИ. – М.: РИП – холдинг, 2001. – С. 11.
- 3 <http://yvision.kz/post/227804>
- 4 Уикипедия: https://ru.wikipedia.org/wiki/конвергентная_журналистика
- 5 Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ. – М.: Аспект Пресс, 1999. – С. 86.
- 6 Силантьева О. Газетно-журнальный холдинг: Как поставить традиционную редакцию на мультимедийные рельсы [3, с. 79–101]. 7 «Las Vegas San»: горячие новости, «вечнозеленый контент» и премия Пулитцера [8, с. 79]. 8 Парке М. «Лос-Анджелес Таймс» и инновации ценой в две тысячи долларов» [8, с. 35].
- 7 Хелемендик В.С. Союз пера, микрофона и телекамеры. – М.: Мысль, 1977. – С. 96.

References

- 1 Kačkаeva A. G. Jwrnalistika i konvergenciya. Počemw i kak tradicijonnie SMĭ prevraščayutsya v mwltimeđijnie. – M., 2010.
- 2 Pavlikova, M. Setevie texnologii i jwrnalistika: Évoluciya finskix SMĭ. – M.: RĭP – xolding, 2001. – S. 11.
- 3 <http://yvision.kz/post/227804>
- 4 Wikipediya: https://ru.wikipedia.org/wiki/konvergentnaya_jwrnalistika
- 5 Vartanova E.L. K čemw vedet konvergenciya SMĭ. – M.: Aspekt Press, 1999. – S. 86.
- 6 Silanteva O. Gazetno-jwrnalny xolding: Kak postavĭ tradicijonnwyu redakciyu na mwltime-đijnie relsi [3, s. 79–101]. 7 «Las Vegas San»: goryačie novosti, «večnozeleniy kontent» i premiya Pwlitcera [8, s. 79]. 8 Parke M. «Los-Andjeles Tayms» i inovacii cenoy v dve tisyacı dollarov» [8, s. 35].
- 7 Xelemendik V. S. Soyuz pera, mikroфона i telekameri. – M.: Mysl, 1977. – S. 96.