

ӘОЖ 004:050
FTAMP 19.01.11

**ҚАЗІРГІ АҚПАРАТТЫҚ-КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ
БАҚ ДАМУЫНА ӘСЕРІ**

Л.Т. Қожахметова¹

*¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Нұр – Сұлтан, Қазақстан*

**ВЛИЯНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ СМИ**

Кожихметова Л.Т.¹

*¹Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Нур – Султан, Казахстан*

**IMPACT OF MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION
TECHNOLOGIES ON MEDIA DEVELOPMENT**

L.T. Kozhakhmetova¹

¹Eurasian national University named after L.N. Gumilev, Nur Sultan, Kazakhstan

Аңдатпа

Журналистиканың трансформацияға ұшырауына цифрлану, яғни технологиялық фактор мен ғаламдық интернет желісінің пайда болуы әсер етіп отыр. Коммуникацияның жаңа арнасының пайда болуы журналистика функциясына да өзгерістер әкелді. Бұқаралық коммуникациядағы технологиялық жаңалық журналистиканың әлеуметтік функциясына да әсер етті. Жаңа технология бұқаралық ақпарат құралдарын ғана емес, Қазақстан қоғамын да жүйелі түрде жаңа деңгейге көтерген механизм болды.

Дегенмен, жаңа коммуникациялық технологияның әсері бір жақты емес. Жаңа және дәстүрлі құралдардың қақтығысы журналистика құндылықтарына жаңа көзқарас қалыптастырды. Материалдық, заттық тасымалға негізделген бұрынғы журналистикаға қарағанда цифрлық дәуірде өзгерістердің әсері анағұрлым терең. Технологиялық төңкерістің бұрынғылардан айырмашылығы ақиқаттың виртуалды әлемге көшуі, интерактивтілік пен жаһандық сипат алуы. Бүгінде ақпарат тарату әдістері ғана емес, оны қолданушы орта да ауысты. Жаңа жағдайға бейімделген Қазақстан журналистикасы ақпарат таратудың кез – келген түрлеріне эксперимент жасауда.

Мақалада цифрлық технологияның қазақ баспасөзіне әкелген жаңалығы талданған, бүгінгі күн тұрғысынан баға берілген.

Түйінді сөздер: интернет, цифрлық технология, БАҚ, онлайн, сайт, баспасөз.

Аннотация

На трансформацию журналистики влияет цифровизация, то есть технологический фактор и появление глобальной сети интернет. Появление нового канала коммуникации привело к изменениям и в функции журналистики. Технологическая новизна в массовой коммуникации также повлияла на социальную функцию журналистики. Новые технологии стали механизмом, последовательно поднимавшим на новый уровень не только средства массовой информации, но и казахстанское общество.

Однако влияние новых коммуникационных технологий не является односторонним. Конфликт новых и традиционных средств сформировал новый подход к ценностям журналистики. Влияние изменений в цифровую эпоху гораздо глубже, чем прежняя журналистика, основанная на материальных, вещевых перевозках. В отличие от предыдущих технологических революций переход истины в виртуальный мир, интерактивность и глобальный характер. На сегодняшний день сменились не только методы распространения информации, но и среда ее пользователей. Казахская журналистика, адаптированная к новым условиям, экспериментирует любые виды распространения информации.

В статье проанализирована новизна цифровых технологий, приведенная в казахскую прессу, дана оценка на сегодняшний день.

Ключевые слова: интернет, СМИ, Интернет, пресса, онлайн, цифровые технологии, сайт.

Abstract

The transformation of journalism is influenced by digitalization, that is, the technological factor and the emergence of the global Internet. The emergence of a new communication channel has led to changes in the function of journalism. Technological innovation in mass communication has also influenced the social function of journalism. New technologies have become a mechanism that has consistently raised not only the media, but also Kazakhstan's society to a new level.

However, the impact of new communication technologies is not one-sided. The conflict of new and traditional means has shaped a new approach to the values of journalism. The impact of changes in the digital age is much deeper than the previous journalism, based on material, clothing transportation. Unlike previous technological revolutions, the transition of truth to the virtual world is interactive and global. To date, not only the methods of dissemination of information, but also the environment of its users have changed. Kazakhstan journalism, adapted to the new conditions, experiments any kind of information dissemination.

The article analyzes the novelty of digital technologies, given in the Kazakh press, the assessment to date.

Key words: Internet, mass media, Internet, press, online, digital technologies, website.

Кіріспе

Интернет ұдайы өзгеріп отыратын құбылыс. Әлеуметтік желілер мен мобильді технологиялар интернеттің қарқынды дамуына жол ашты. Интернеттегі эволюция адамдардың қарым – қатынасына жаңа тәсілдер енгізді. 2004 жылы дүниеге келген Facebook 2230 миллион белсенді қолданушысы бар бүкіләлемдік желіге айналды. Мобильді технологиялар интернет таралымын арттырып, қолданушыларды көбейтті.

Интернет бұқаралық коммуникация құралдарының ішіндегі ең еркін ақпарат көзі болып отыр.

Цифрлық технологиялар мен интернет желісінің әсерінен бүгінгі күннің шындығы да жаңа сипат алды. Ақпарат тарату пішіні ғана емес, әлеуметтік жүйе өзгеруде. БАҚ арқылы әлеуметтік мәселелерді реттеу пішіндері өзгеріп жатыр. Ақпарат тарату мен БАҚ – тың аудиторияға әсер ету пішіндері жаңғырып, жаңа түрлері пайда болды. Қаржы көздері де жаңа ақпараттық технологияның пайдасына қайта қарастырылуда. Жоғарғы технология мен коммуникация саласындағы бизнесті ұйымдастыру пішіні мен құрылымы өзгерді. Журналистердің кәсіби қызмет әдістемесі, аудитория құрылымы мен бұқаралық – ақпараттық контент жаңғыруда.

Халықаралық Internet World Stats веб – сайтында жер бетіндегі аймақтар мен әлемнің 243 – тен астам елінде интернетті қолдану, әлеуметтік желілердегі статистикалық деректер, интернет – нарықты зерттеу туралы ең соңғы деректер ұсынылған.

Сондай ақ, Internet World Stats сайты – халқаралық онлайн–нарық, әлемдегі халық саны туралы статистикалық зерттеулер, телекоммуникация туралы ақпараттық хабарламалар мен әлем елдерінің Facebookті қолдану статистикасы салынған пайдалы дерек көзі.

Мәселен, www.internetworldstats.com сайтында 1995 – 2018 жылдар аралығында әлемдегі интернет қолданушылардың саны мен өсу пайызы көрсетілген.

Кесте 1 Әлемдегі интернет қолданушылардың саны мен өсу пайызы

Дата	Қолданушылар саны	Әлем халқының саны %	Ақпарат көзі
1995 ж. желтоқсан	16 миллион	0,4%	IDC
2005 ж. желтоқсан	1 018 миллион	15,7%	Әлемдік интернет-статистика
2015 ж. желтоқсан	3,366 миллион	46,4%	Әлемдік интернет-статистика
2017 ж. желтоқсан	4 156 миллион	54,4%	Әлемдік интернет-статистика
2018 ж. маусым	4 208 миллион	55,1%	Әлемдік интернет-статистика

1 – Кесте <https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> сайтынан алынды.

Кестеде көрсетілгендей, 1995 жылдың желтоқсан айында әлемдегі халықтың 0,4 пайызы интернет қолданған. Яғни 16 миллион қолданушы интернетке қосылған. 2005 жылы қолданушы 1 миллиардқа артса, 2015 жылы 3 миллиардтан асқан. Ал, 2017 жылдың желтоқсанында әлемдегі халықтың 54,4 пайызына интернет қолжетімді болған. 2018 жылдың маусым айындағы дерек бойынша бүгінде 4 миллиард 208 миллион қолданушы интернет тұтынады. Жер бетіндегі халықтың 55 пайызы интернетке қосылған.

Жаһандану процесі Қазақстанды да айналып өткен жоқ. Қазақстан Орта Азияда телекоммуникация секторы бойынша алдыңғы қатарға шыққан ел. Елде 4G технологиясы кең құлаш жайған. Азиядағы басқа елдермен салыстырғанда Қазақстанда кең жолақты интернет қолжетімді, мобильді интернет белсенді қолданылуда. «Цифрлы Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы 2017 – 2021 жылдар аралығында ұлттық цифрлану инфрақұрылымын бәсекеге қабілетті етуге бағытталған. Мұны төменде келтірілген кестедегі деректер де айғақтап тұр.

Цифрлық технология көрші Ресейдегі медиаға да өзгеріс әкелді. Жаңа медианы сәтті қолданған басылымдар монетизация тәжірибесін қолданып пайда табуда. АКАР ұсынған мәлімет бойынша ресейлік баспа басылымдардың жарнамадан түсетін түсімі 2018 жылдың тоғыз айында 10 пайызға қысқарған. Ал, интернет – медиа, оның ішінде басылымдардың онлайн нұсқалары 2017 жылы жарнамадан 12 млрд рубль пайда көрген. Бұл жағдайда газет – журналдар оңтайланып, кейбіреулері жабылып, кейбіреуі басқа нұсқаға көшуде.

2018 жылы Ресейдегі ірі ақпараттық агенттік РБК аудиторияға жарнама көргіңіз келмесе төлеңіз деген ультиматум қойды. Яғни жарнаманы бұғатайтын қолданушылар үшін сайтқа кіруге тыйым салынды, ақылы жазылу ұсынылды.

Ресейде танымалдылыққа ие болған бизнес жобалардың бірі краудфандинг. «Медиазона» мен «Такие дела» басылымдары оқырмандардан түскен қайырымдылық қаражат есебінен өмір сүреді. Тіпті «The New Times» пен «7×7» интернет – журнал Роскомнадзордың айыппұлын төлеуге қаражат жинап алды. Бұл бірінші жағдайда 22 млн рубльді, екінші оқиғада 840 мың рубльді құрады.

Мобильді құралдардың таралуы мен мобильді интернеттің жеделдігі медиатұтыну ісіне жаһандық өзгеріс әкелді. Media Consumption Forecasts жүргізген зерттеуге сүйенсек, 2018 жылы Ресейде халық гаджеттерге уақытының 24 пайызын жұмсаған. Ал

2011 жылы ол 5 пайыз ғана болатын. 2020 жылы медиатұтынудың 28 % мобильді интернетке арналады деп болжайды Zenith.

2018 жылы мобильді құралдардағы Рунет аудиториясы тұңғыш рет десктопты аудиторияны басып озды деп мәлімдейді Mediascop зерттеу компаниясы. Мобильді аудиторияның танымал ресурстары «ВКонтакте», мессенджер Whatsapp, Google, Яндекс пен Instagram. 20 % астам ресейлік осылардың әрқайысын қолданады [1].

Ресей мемлекетіндегі ақпараттық кеңістіктің Қазақстанға ықпалы күшті екендігін ескерсек, көрші елде орын алған үрдістердің көп уақыт өтпей Қазақстанда қайталану мүмкіндігі жоғары.

«Қарыштап дамып жатқан виртуалды кеңістік технологиясының журналист кәсібіне тағы қанай өзгеріс әкелетіндігін елестету мүмкін де емес. Дегенмен, кәсіптің ішкі негізі, оның әлеуметтік маңызы тұтасымен өзгерген жоқ. 2010 жылдары робот – журналистер ғылыми фантастика болып елестесе, 2015 жылы шындыққа айналды. 2010 жылы онлайн – басылымның оқырмандарының әрекетін шынайы уақытта бақылау ойға да келмесе, 2012 жылы әріптестеріммен бірге «РИА – Новостиге» Chartbeat технологиясын енгізумен айналыстым. Бұл технология ақпараттық сайт қолданушысының әрекеті туралы «тікелей эфир» жасайды. Өткен бесжылдық көрсеткендей, технология бар – жоғы қызмет көрсету функциясын орындайды, әрі олар адамдар тарапынан болатын әсерді күшейтеді не әлсіретеді. Қандай технология болмасын шындыққа, шынайылыққа, түсіндіру қабілетіне, тәуелсіз талдауға, уайымдау мен оны беруге деген қарым қатынасты өзгерте алмайды. Бұл журналист кәсібіне жаңа «цифрлы шынайылық» ұсынып отырған ең басты сабақ, ең басты «алтын ереже болар», – дейді ресейлік ғалым С. Шомова [2].

Chartbeat технологиясы деректерді талдау саласындағы үздіктердің бірі. Ресейде 2012 жылы қолданысқа енген аналитикалық құралдар қолданушылардың сайт ішінде, сайттың жеке парақшасына және сайттың нақты элементтеріне қаншалықты уақыт бөлетінін қадағалауға мүмкіндік береді. Мұндағы өлшемдер негізгі екі параметр бойынша жасалады: recirculation (қайта оралу, сайт парақшаларына өту, парақшалардағы элементтермен өзара әрекеттесу) және engaged time (қолданушылардың сайтта өткізетін белсенді уақыты, сессияның ұзақтығы). Сервисті әлемнің 60 – тан аса еліндегі USA Today, CNN, The New York Times, Vox, Fox News Channel, The Washington Post, MSN, BBC, Le Monde, Ringier, The Independent, El Tiempo, Caracol Television, Nikkei America, Media Prima сынды БАҚ қолданып отыр.

Қазақстандық БАҚ – та 2018 жылы Chartbeat – тің аналитика құралдарын қолдануға мүмкіндік беретін жоба қолға алынды.

«Жоба аясында 25 қазақстандық онлайн – басылым әлемдегі жетекші БАҚ қолданып отырған жаңа құралдарға қол жеткізеді. Жобаның операторы – Қазақстан Баспасөз клубы. Жоба Қазақстандағы АҚШ Елшілігі арқылы Инновациялар қоры есебінен қаржыландырылады. Chartbeat – ті редакция жұмысына ендіру отандық БАҚ – қа аудиториясын дұрыс талдап, жақсырақ түсінуге, онлайн – өлшеудің барынша дәл әдістерін қолдануға және де контент сапасын көтеруге көмектеседі. Жоба редакциялық саясатта метрикалардың қолданылуын кеңінен тарату арқылы онлайн – нарықтың жалпы кәсіби деңгейін көтереді. Заманауи әдістерді қолдану отандық БАҚ – тың оқырмандар аудиториясын кеңейтіп, жарнамадан түскен табысты ұлғайтуға мүмкіндік береді. Жоба аясындағы байқау негізінде қазақстандық 25 онлайн – басылым іріктеп алынып, олар Қазақстан нарығында бірінші болып Chartbeat құралдарын тегін

қолдануға мүмкіндік алады. Сондай – ақ, жоба қатысушылары оқудан өтіп, компания өкілдерінен тегін кеңес ала алады», – деп хабарлайды қазақстандық ақпарат көзі [3].

Журналистиканың кәсіби сипаты өзгеріп жатыр. Әртүрлі медиақұралдардың топтасуы конвергенттік редакцияны дүниеге әкелді. Аудитория баспасөзде көтерілетін тақырыпқа, ақпараттық саясатты қалыптастыруға әсер ете бастады.

Ақпараттық нарыққа енген жаңа цифрлық технология дәстүрлі медиа тұтыну пішіндерін өзгертті, көптеген бұқаралық ақпарат құралдарын оқырманды ұстап қалу жолдарын өзгертуге итермеледі.

Ғаламтор ақпарат таратуда жедел әрі арзанға түсті. Баспа басылымдар секілді қағазға, баспаханаға, оны таратуға шығындалмайды. Бүгінде оқырман ақпаратты газеттен емес, интернеттен алуға дағдыланған. Газет оқитындар саны күрт азайды. Көптеген газет басылымдары интернетте сайттарын ашты. Алайда, сайт ашу газетті құтқарып қала алмады. Нарықтағы бәсекелестік бұл сайттарды мультимедиялық порталға айналдыру қажеттігін ұқтырды. Сайтта подкаст, видеороликтер, фотогалерея, анимация, слайд – шоу, радиосұхбат, видеорепортаж, видеоблог, инфографика, дауыс беру, рейтинг, бағалау, флеш ойындар, т.б. секілді түрлі пішіндерді қолдану арқылы ғана аудиторияны ұстап қалуға болады. Аудиторияға ақпаратты әртүрлі цифрлық құралдарды біріктіре отырып беруді – медиаконвергенция деп атайды. Дигитализация – мәтіннің, дыбыстың, видеоның көмегімен мультимедиялық өнім жасау. «Жаңа интеграцияланған нарық құрылады, онда мультимедиялық қызметтер, желілік қызмет көрсету, бағдарламалық өнімдер жасау ажырамайтын байланыстармен бекітіледі» [3]. Ғалым Е.А. Баранованың пікірінше конвергенция, бір рет дайындалған контенттің цифрлық құралдар арқылы бірнеше рет тираждалып әртүрлі медиаплатформаларға ұсынылуы [4]. Бұл ақпаратты берудің түрлі пішіндерін табуға мүмкіндік береді. Мұнда мәтіннен бөлек, фотолар, видерепортаж, инфографика, радиокомментарий болады. Мультимедиялық журналистикада шектеу жоқ.

«Деректер мен пікірлер жинақталғанда ақпаратты оқырманға қандай пішінде беру керектігі анықталады. Түсіндіру қажет болса сөзбен, көрсету керек болса карта, диаграмма, кесте, слай – шоумен беруге болады. Ал оқырмандар пікірін білу керек болса пікір қалдыратын пішін ойлап табады. Мультимедиялық редакцияда журналист пен редактор оқырман назарын аударушы режиссер» [5].

Дегенмен, қазақстандық редакциялардың барлығы дерлік конвергенттік режимге көшуге дайын емес. Жас басылымдар жаңалықты жеңіл қабылдады, ал дәстүрі қалыптасқан, ұзақ жылдық тарихы бар басылымдарға мультимедиаға көшу оңай болған жоқ.

Бүгінде көптеген басылымдар жаңа платформаларды өз контентін таратуға қолдана бастады. Бәсекелестік басылымдардың интернет сайттарын ашуға, оларды мультимедиялық порталға айналдыруға мәжбүрледі. Баспа басылымдарға деген сұраныстың төмендеуі редакциялардың конвергенттік тәсілде жұмыс жасауына жол ашты. Республикалық «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская правда» газеттерінде QR – кодты енгізу арқылы «басылым нұсқасы – электронды баспа» тізбегі құрылды, ол гаджеттің тиісті қосымшасы арқылы оқырманға газеттің электрондық нұсқасына өтуіне мүмкіндік береді.

«Егемен Қазақстан» газетінің сайты 3 нұсқада қызмет етеді, сондай – ақ PDF үлгісінде: кириллица, араб графикасы, латын нұсқасы негізінде Түркия және Еуропадағы қазақ диаспоралары үшін арналған. Араб графикасы бар сайттың нұсқасы Қытай Халық Республикасындағы қазақ диаспорасына бағытталған. Сондай – ақ

Android, iOS, Windows Phone үшін қосымшалар құрылған. Дегенмен елдегі сайттардың рейтингін ұсынатын ЗЕРО.кз сайтында рейтингі жоғары алғашқы жиырмалыққа бірде бір баспа БАҚ – тың электронды нұсқасы кірмеген. Кейбір редакциялар онлайн–режимге көшті, кейбіреулері жабылып қалды. 2016 жылы «Алаш айнасы» газет нұсқасын жауып, сайтқа айналды, «Дала мен қала» мен оның орысша нұсқасы «Страна и мир» жабылды. Алайда бұл ауылда тұратын оқырмандар үшін тиімсіз. Ауылдық жерлерде интернетке қолжетімділік төмен екендігін ескерсек, бұл оңтайландырудың тиімсіз болғанын көреміз. Астана мен Алматыға газеттердің – 35 %, өңірлерге – 65 % келеді. Көріп отырғанымыздай, Қазақстанның өңірлерінде газеттер әлі де сұранысқа ие. Бұл дерек басылымдарды желіде танымал ету үшін редакциялардың жұмыс сапасын жетілдіруі қажеттігін байқатады.

ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігі «Қазконтент» АҚ бірігіп, 2016 – 2020 жж. отандық БАҚ интернет – ресурстарын модернизациялау жоспарын әзірледі. Осылайша, «Қазконтент» АҚ интернет жобасы жаңа үлгіде жұмыс істейді. Мысалы, «e–history.kz» сайты «National Digital History» атты уникалды тарихи контентті және жаңа интерактивті мүмкіндігі бар, кең көлемді порталға трансформацияланды. Сайттың жаңа дизайны және логотипі әзірленді, жаңалықтарды шығару және беру жақсарды, «Қазақстаника» бөлімі қосылды.

«Казконтент» АҚ құрамына кіретін «Bnews.kz» сайты өз жұмысының сарапшылық – аналитикалық маңызын кеңейтті, «Әдебиет порталы» сайтының редизайны жүргізілді. Оның мобильдік қосымшасын қосу жоспарлануда, оның көмегімен кітаптарды офлайн режимінде оқуға, сондай – ақ адиокітаптарды тыңдауға рұқсат беріледі. Сайт мәдениетті және мемлекеттік тілді дәріптеу үшін платформа болады.

«Казинформ» халықаралық ақпараттық агенттігінің модернизациясы оның техникалық инфрақұрылымын – компьютерлік парк, бағдарламамен қамтамасыз ету және блэйд – серверлік құралдарды жаңартудан басталды. Сайттың аудиториясы тәулігіне 45 мың қолданушыны құрайды. Бұл санды екі есеге көбейту жоспарлануда, ол агенттікке елдің ақпараттық нарықтағы лидерлердің бірі болуға мүмкіндік береді. Ресурс мобильдік қосымшаны әзірлеуді, сондай–ақ жеке жобаларды енгізуді жоспарлауда.

«Алайда, бұған қарамастан, Қазақстандағы желілік және Интернет басылымдардың үлесі шамалы, БАҚ – тың жалпы санынан не бары 7 %» [6].

Газеттің тиражын көбейту үшін Д. Пулитцер бір ғасыр бұрын ұсынған формула қазақстандық журналистикада енді кеңінен қолданысқа енуде. Әйгілі журналист саяси скандал, зерттеу, түрлі сенсация, спорт, әйелдер тақырыбы, иллюстрация, әзіл, жарнама үлкен тиражды қамтамасыз етеді деп есептеген. Қазақстандық ақпараттық кеңістікке баса көктеп енген интернет технология мен абсолюттік еркіндікке отандық баспасөз дайын болмады. Аудиторияның контентті қолдануы ғана емес, контент жасау еркіндігі де отандық баспасөзді тығырыққа тіреді. Цифрлық дәуірде контент мәтіні мен журналистика жанрлары өзгеріске ұшырады. Этикалық нормалар сақталмады, сленгтерге басымдық берілді. Бұл аудиторияның ойлау және сөйлеу сипатының өзгеріске ұшырағандығын көрсетеді.

Әлеуметтік желілер арқылы тілдік, моральдік нормаларды сақтамай ақ танымал болу бұқара үшін күтпеген мүмкіндікке айналды. Бұл контентті тұтыну заңдылығына да әсер етті. Бұл қазақ журналистикасы үшін күтпеген жағдай еді. Интернет дәуіріне дейін мәдени, тілдік, әлеуметтік, идеологиялық, ағартушылық, т.б. нормалар БАҚ

арқылы қалыптасты. Енді ақпараттың мазмұны мен құрылымын бұқара өзі анықтайтын болды. Цифрлану Қазақстан журналистикасы үшін қоғамға деген қарым – қатынасты өзгертті. Автор мен аудитория арасындағы шекара жойылды.

Web 2.0 желісі арқылы әлеуметтік желілерден, блоггерлерден, публикацияға қалдырылған пікірлерден шексіз ақпарат құйылып жатыр. Енді ақпарат жаңалықтар агенттігінен ғана емес, аудиторияның өзінен де түсіп жатыр. Бүгінде аудиторияға бәрібір, жаңалықты кездейсоқ куәгер жариялады ма, әлде кәсіби тілші ме.

«Біздің ақпараттық ғасырда танымалдық оның жасаған ісімен емес, жәй ғана әйгілі, танымал болғандығымен анықталады» деген болатын М. Маклюен [7].

Интернет қолданушылар ақпараттық кеңістікте белсенді бола түсті. Осылайша әлеуметтік желіге деген ерекше қызығушылық аудиторияның журналистикаға деген көзқарасын өзгертті.

Азаматтық журналистика ақпарат таратуда жеделдікке ие. Алайда, ақпаратты тексеру – fact checking, оқиғаны бағалау, іріктеу кәсіби журналистердің еншісінде қалып отыр.

Жаңа медианың жеделдігі бірде бір дәстүрлі БАҚ – пен теңесе алмайды. Кез келген маңызды оқиға сол сәтте тарап, редакторлық өңдеусіз ұсынылады. Газеттердің тиражын тәркілеп, басылымды жабуға болса, ал сайттарды бұғаттағанмен, тыйым салынған сайттарға кіру үшін, оларды айналып өтетін тәсілдерді де табады. Мәселен, 2019 жылдың 1 қаңтарында Қарағанды қаласында армян ұлтының өкілі иелік ететін «Рим» мейрамханасында болған төбелес Facebook пен Ватсап арқылы Қазақстан халқына жедел тарады. Мейрамханада жаңа жылды қарсы алған қазақ жастары мен мейрамхана қызметкерлерінің арасындағы қақтығыстан бір адам қаза болды. Бұл оқиға қазақстандықтардың ашу – ызасын тудырды. Жүздеген адам көшеге шығып, кінәлілердің жазалануын талап етті. Ақпараттың әлеуметтік желі арқылы таралуының басты себебі 1, 2 қаңтар мереке болғандықтан баспасөз бен телеарна арқылы ақпарат тарату мүмкін болмады. Оқиға орнынан жасалған видетүсірілімдер, суреттер, пікірлер әлеуметтік желі арқылы үлкен резонанс тудырды.

«Елді дүрліктірген оқиға 1 қаңтарда болғанымен депутаттар 9 қаңтар күні ғана мәлімдеме жасады. Осы аралықта бұл оқиға туралы ақпараттық кеңістікте 140 материал шыққан. Олардың 95 – ін қазақстандық, 45 – шетелдік БАҚ ұсынған. 108 материал түпнұсқа болса, 32 материал сілтеме жасалып қайта жарияланған. 8 қаңтардағы ПМ ресми баспасөз мәслихатына дейін бірде бір қазақстандық БАҚ – та «армян» деген сөз жарияланбады. Баспасөзде төбелеске қатысқандардың ұлттары көрсетілмеді. ҚР ПМ мәлімдемесінен кейін Армения азаматтары деген термин қолданды. 6 қаңтар күні ел алдына шыққан Қарағанды облысының әкімі Ерлан Қошановтың сөзінде ғана эмоция байқалды [8]. Ал әлеуметтік желілерде төбелескендердің, күдіктілердің ұлты ашық жарияланып, бұл оқиғаны ұлтараздық қақтығысқа теңеп жатты. Толық әрі жан жақты ақпараттың болмауынан өсек – аяң өрбіп, асқынып кетті. Сол себепті Прокуратура жалған ақпарат таратушылардың қылмыстық жауапкершілікке тартылатындығы туралы ескерту жариялады.

Бұдан шығатын қорытынды, Қарағандыда болған оқиға туралы қазақстандық БАҚ ресми мәлімдемені жариялаумен шектелді. Зардап шеккендердің, қақтығысқа қатысушылардың, эксперттердің бағасы берілмеді. Осылайша, дәстүрлі журналистика әлеуметтік желіден жеңілгенін көреміз.

Жаңа медиа кез келген оқиғаға «халықтың жеке пікірін» қалыптастырады. Солтүстік Африка мен Таяу Шығыста соңғы бес жылда болған «араб көктемі» секілді бассыздықтардың орын алуына бұқаралық коммуникацияның ықпалы болғаны сөзсіз.

Ақпаратың бақылаусыз таралуы елдегі тұрақтылыққа қауіп төндіреді. Соңғы жылдары қоғамдық формацияға сыртқы және ішкі ықпалдың күшеюі қазақстандық биліктің ақпараттық нарық пен БАҚ – қа жаңа талап қойып, қоғам алдындағы жауапкершілікті жүктейтін жаңа заң нормаларын енгізуге мәжбүрледі. Қазақстан жаңа медиа арқылы толассыз келіп жатқан ақпараттарды шектеуді заң жолымен реттеуге күш салды. Бұл жағдайда мемлекет әлеуметтік желіні БАҚ – пен теңестіретін даулы заң нормаларын қабылдауға ұрынды.

Қорытынды

Интернет туралы қабылданған жаңа заң интернет қауымдастыққа ғана емес, масс–медиаға да жаңа шектеулер енгізді. Заңда барлық интернет сайттар, блогтар, чаттар мен форумдарды қосқанда бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілді. Енді сот органдары сайт қожайындарынан заңға қайшы материалдарды алып тастауды талап ете алатын мүмкіндікке ие болды. Сот шешіміне бағынбаса сайт бұғатталады, ал оның қожайыны өз домені мен ұқсас тақырыптағы домен атауларын үш айға дейінгі мерзімге қолдану құқығынан айрылады (соттың ақпарат таратуды тоқтату туралы шешімі) бір жылға дейін (ақпарат таратуды тоқтату туралы шешім). Заң аясына интернет ресурстарға жарияланған материалдар ғана емес, оларға жазылған пікірлер де кіреді. Блогерлер де өз парақшаларында жарияланған ақпарат пен пікірлер үшін жауап береді. Ал чатта айтылған бейәдеп сөздерді модератор өшіріп отыруы тиіс. Бір қызығы сотта қазақстандық интернет ресустарына ғана емес кез келген елдің ресурсына шағымдануға болады.

Медиа қоғамға әсер ету, көзқарас қалыптастыруда түрлі PR – технологияны, маркетинг құралдарын қолдануды меңгерді. Журналистикада ақпарат деген ұғымның сипаты өзгерді. Дәстүрлі журналистикада ақпараттың шынайылығы – құндылық болып есептелетін. Бүгінде ақпараттың шынайылығы емес, эксклюзив болуы алдыңғы орынға шықты. Сол себепті фейк жаңалықтардың заманы туды. Бұл жағдайда аудитория қалауын дөп басу үшін сапасыз контентке басымдық беруі Қазақстандағы журналистиканың дағдарысқа ұшырауының көрінісі болып отыр. Дегенмен, контентті қолдану құрылымының өзгеруі жаңа әдістемелерді дүниеге әкелді.

Ақпарат тарату технологиясындағы өзгерістер қоғамда, оның ішінде Қазақстан журналистикасында ғаламдық әлеуметтік процестердің орын алуына жол ашты. Журналистика – қоғамның өзгеріске дайын екендігінің айқын көрінісі. Бұл өзгерістер технологиялық қана емес, әлеуметтік себептерге де байланысты жүзеге асады. Жаңа ақпараттық қоғамға көшу қоғамдағы әлеуметтік процесстердің, жүйелер мен қарым – қатынастардың, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының жаһандануының көрінісі болып табылады. Қазақстандық медиа жаңа цифрлық технологияға жеңіл бейімделді дей алмаймыз. Дегенмен, қазақстандық медиа үшін коммуникацияның жаңа инновациялық құралдары төңкеріс жасады.

Әдебиет:

1. Медиарынок 2018: продажа Forbes, бум спортивного контента и победа мобильного трафика [Электр. ресурc] – URL: http://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2018-34710.html?fbclid=IwAR3r6V38e3oVKdnIvwRM4c-_3W9LLeCdhF-YFoN_vbkWK6MPuCNfK-fxUPI (опубликовано в 06.12.2018).

2. Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – (Учебники Высшей школы экономики). – с. 413.
3. ҚР Ақпарат және коммуникация министрлігінің сайты <http://mic.gov.kz>.
4. Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Развитие информационного общества в России. Т. 1: Теория и практика. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2001. – С. 157–164.
5. Баранова Е.А. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции: Автореф. канд. дис. – М., 2011. С.9, 16.
6. Мамбетова И.К. Актуальные проблемы прессы Казахстана, 1991 – 2016 гг. : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / Мамбетова, Индира Куанышевна; [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. – Москва, 2016. – С.105, 106.
7. ҚР Ақпарат және коммуникация министрлігінің сайты <http://mic.gov.kz>.
8. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешнее расширение человека. – М.: «Гиперборея», 2007. – С. 301.
9. Как СМИ освещали убийство и массовую драку в Караганде? [Электр. ресурс] URL: <https://newreporter.org/2019/01/11/kak-smi-osveshhali-ubijstvo-i-massovuyu-draku-v-karagande/> (опубликовано в 11.01.2019).