«6D050400- Журналистика» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындаған
Алимжанова Айкерим Болатовнаның
«Мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялар: генезис, ерекшелік, эстетикалық қағидаттар» атты
диссертациялық жұмысына

АҢДАТПА

Жұмыстың жалпы сипаттамасы. Мультимедиалық журналистика – медиакоммуникацияның бүгінгі таңдағы жаңа салаларының бірі. Интернет пен сандық технологиялардың қатар дамуы медиаға біршама өзгерістер әкелді. Жаңа технологиялардың көмегімен аудио, видео, инфографикалық ақпараттарды тарату – мультимедиалық журналистиканың қалыптасуына жол ашты. Елімізде 2012 жылы БАҚ сандық форматқа көшіріле бастады. Дәл осы кезден бастап, елімізде мультимедиалық журналистика дәуірі басталды. Мультимедиалық журналистикадағы заманауи технологиялар интернет БАҚ-тың негізгі құралдарына айналады.

ҚР тұңғыш Президенті Н.Ә. Назарбаев «Қазақстанның үшінші жаһандық жаңғыруы: бәсекеге қабілеттілік» жолдауында цифрлы технологияны қолдану арқылы құрылатын жаңа индустрияларды өркендетуге тиіс екендігіміз айтылған. 2016 жылдан бастап әлем Web 3.0 даму сатысына көшті. Әлемдік даму сатыларынан қалмау мақсатында елімізде 2017 жылы «Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы қабылданды. Бұл құжатта IT технологияларды барлық салаларда дамыту арқылы бәсекеге қабілетті, озық ойлы ұрпақ тәрбиелеуді мақсат етіп отыр.

Компьютерлік технология саласындағы жылдам ілгерілеу заманауи ақпараттық-коммуникативтік ортаға үлкен өзгерістерді ендірді. Елімізде интернеттің дамуы бұқаралық коммуникация саласында еңбек ететін адамдарға, журналистерге, қоғаммен байланыс мамандарына талапты күшейтті. Бүгінде жаңа технологияларды меңгеру – БАҚ саласында нәтижелі еңбек етудің шартына айналды.

Жаһандану процесі мен сандық ақпараттың дамуы нәтижесінде «бүкіл планетаның бірыңғай жаһандық ақпараттық кеңістігі» қалыптасты және «жаңа технологиялар қашықтық ұғымын жоққа шығарды». Қоғамның дамуындағы осы кезең қазіргі замандағы ғылымда «ақпараттық қоғам» деген атауға ие болып отыр. Интернет – қоғамдық пікірді қалыптастырудағы, адамдар арасында байланыс орнауға мүмкіндік беретін құрал. Алайда, оның төңірегінде туындап жататын даулы мәселелер мен ұлттық қауіпсіздікке зияны тигізетін тұстары да жоқ емес.

Мультимедиа – компьютерлік графикамен, суреттермен, бейне ақпараттармен, анимациямен, мәтіндермен, жоғары сапалы дыбыстармен жұмыс істеуді қамтамасыз ететін интерактивті жүйе. Мультимедианың дамуы бейнетехникалық және дербес компьютерлік технологиялардың өркендеуі нәтижесінде жүзеге асуда. Мультимедиа статистикалық (мәтін, кесте,

графика) және динамикалық (анимация, видео), дыбыстық ақпараттарды (подкаст) талапқа сай дәрежеде ұсынуды іске асырады.

Мультимедиалық журналистиканың артықшылықтары:

– біріншіден, интернет журналист үшін ақпаратты қысқа мерзім ішінде саны жағынан ауқымды аудиторияға жариялауға мүмкіндік береді;

– екіншіден, интерактивтілік, жарияланған ақпаратқа деген оқырман көзқарасын білу мүмкіндігі. Яғни бұл жерде аудиториямен байланыс орнайды;

– үшіншіден, жеделділік. Ескірген ақпараттың құны жоқ, журналист өнімін уақытында жариялап отыруы тиіс. Ал сайттарда бұл небары бірер минуттарды құрайды;

– төртіншіден, өзара байланыс. Гипермәтіндік сілтемелерді қолдану сайттарды бір бетте топтастыруға мүмкіндік береді.

– бесіншіден, үнемділік. Веб басылымдарға жұмсалатын қаржы газет-журнал басып шығару үшін жұмсалатын қаржыдан әлде қайда төмен.

Соңғы он жылда мультимедиа туралы нақты айтыла бастады. Бұл хабар жүргізу әдісі ретіндегі компьютерлік техника мен компьютерлік желілердің дамуы мен өрлеуіне байланысты болды. Осы технологиялар бір сақтаушы компакт-диск ішіне әр түрлі коммуникация құралдарын – визуалды, мәтіндік, дыбыстық және сөйлеу – біріктіруде мүмкіндік берді.

Дамыған елдерде ақпараттық қажеттіліктің үнемі өсуін және ақпараттық өнімдер мен қызметке төлем жүргізе алатын сұранысты қамтамасыз етіп отыратын нәтижелі қызмет атқарып тұрған экономикасы, ақпараттық қызметтің негізгі тұтынушысы болып табылатын қуатты орта тобы бар. Біздің елде де ірі өндіріс орындары мен тұрғындарға ақпараттық өнімдер бойынша қызмет көрсете алатын инфрақұрылым, компьютерлік білім қалыптасты және ғаламтор ұсынатын қызмет түрлері де қарқынды дамып келеді. Әлі де дамытатын тұстар жетерлік. Оның ішінде ең маңыздылары:

– заманауи мультимедиалық құралдарды дамыту саласындағы қатынасты құқықтық реттеуді жетілдіру;

– азаматтық қоғам үшін мемлекеттің ақпараттың айшықтығы, мультимедиалық құралдарды кеңінен қолдану негізіндегі мемлекет пен азаматтар арасындағы өзара нәтижелі қатынасы үшін алғышарттар жасау;

– мультимедиалық құралдарды БАҚ-қа ендіру арқылы билік органдарын, мемлекеттік және қалалық басқарманы модернизациялау;

– білім беруді, ғылымдағы кадрлық әлеуетті дамыту, жалпыға қолжетімді мәлімет қоры мен мультимедиалық орталықтар, веб-редакциялар құру.

2016 жылғы зерттеулерге қарағанда әлемде 3,5 млрд. желі қолданушысы тіркелген. Оның 2,5 млрд. қолданушысы әлеуметтік желі белсенділері. Ал мобильдік құрылғылар көмегімен жазба қалдыратындар 1,6 млрд. адамды құрайды.

Мультимедиалық журналистикада қазірге интернетте контент таратуда кеңінен танымал болып отырған блог жазу тәсілін шығармашылықты дамытуға пайдалануға болады. Бұл қоғамның еркін пікір алмасуына ықпал етеді. Еркін пікір алмасу кей жағдайда фейк ақпараттардың таралуына жол

беруде. Осы орайда «фактчекинг» және «верификация» ұғымдары журналистердің лексиконына жақында ғана енгенімен, олардың астарында журналист мамандығына тән шынайы фактілерді ұсыну және бұрмаланбаған ақпаратты жеткізу сынды негізгі шарттар бар.

Зерттеу тақырыбының өзектілігі мультимедиалық журналистика қазіргі кезеңдегі желілік БАҚ дамуының негізгі факторы. Ақпараттық жаһандану үрдісінде жаңа технологияларды меңгеру, оларды зерттеп, зерделеу, теориялық негіздерін қалыптастыру – заман талабы.

Соңғы жылдары бұқаралық ақпарат құралдары жүйесінде ақпаратты тарату мен контент жасаудағы өзгерістер интернет БАҚ дамуына бағытталып, интернетте өзіндік орынын қалыптастыруға ұмтылуда. Сондықтан зерттеу жұмысында алдымен жаңа технологиялардың бүгінгі онлайн БАҚ-тағы рөлін анықтаймыз.

Қазақстанда тіркелген интернет сайт домендері бүгінде 150 мыңға жетіп отыр. Дәстүрлі БАҚ форматын толықтай интернетке көшірген басылымдар оқырмандарын азайтып алды. Өйткені, визуалды дүниелерге көбірек көңіл аударған жұрт назары ұзақ мәтіндер оқуға қауқарсыз болып қалды. Заманауи қолданушылар ақпаратты фрагметті қабылдап, аудио-визуалды ақпараттарды тыңдап, көруге бейімделгенін байқаймыз. Бұл жағдайлар коммуникацияда эффективті форматтарды дамыту қажеттілігін туындатып отыр. Аудиторияның назарын аудару, жедел және сапалы ақпаратты ұсыну интернет БАҚ арасында бәсекелестікті туындатуда. Дәстүрлі формалардағы фотография, графикалық иллюстрация, видео және аудио материалдар, бүгінгі журналистикада аздық етеді. Онлайн желіде оқиға орнынан тікелей трансляция ұйымдастыру, мәтінге мультимедиалық сервистер көмегімен эффективті құралдарды қолдану мүмкіндіктері медианы интербелсенді деңгейге жеткізеді. Мультимедиалық журналистика әлем елдерінде қалыптасқан сала. Мультимедиалық редакция қызметі жолға қойылған.

Зерттеу жұмысында интернет журналистиканың дамуымен пайда болған мультимедиа ұғымының мәнін ашу, қалыптасу кезеңдерін анықтау, жаңа технологиялардың ерекшеліктері мен қызметін саралау арқылы бүгінгі медианың қызметі жүйеленді.

Жаңа технологиялардың ақпарат таратудағы орны анықталды. Бүгінгі ақпараттық-танымдық сайттардың жай-күйіне сараптама жасалады. Жанрлық, пішіндік жағынан өзгерістер сарапталды.

БАҚ-тың цифрлы форматқа көшуі – жаңалықтарды алу мен таратудың жаңа шарттарын қалыптастырды. Интербелсенді деректі берудің цифрлы тәсілі қалыптасты. Мұндай формат мультимедиалық контент арқылы ақпарат таратудың жаңа нысандары мен тәсілдерін жасап, хабар тарату мүмкіндігін кеңейтті. Эксперименталь дформалар – видео, графика, визуалды құралдар пайда болды. Жаңа технологиялардың дамуы журналистердің жұмыс істеу жүйесін өзгертті.

Журналист → журналистік ұйымдар → қоғамдық топ → аудитория арасындағы байланыс жаңа жүйенің қалыптасуына негіз болды.

Бүгінде смарт технологиялар – ақпаратты таратуда тиімді пайдалану құралы. Бұл дәстүрлі журналистика жоғалады деген сөз емес. Өйткені ол үйдің іргетасы секілді, журналистиканың негізі.

Қазақстандық интернет БАҚ аудиториясына салыстырмалы-салғастырмалы контент анализдер жүргізе отырып, нәтижелерге қол жеткіздік.

Желі қолданушылары орташа есеппен күніне 6 сағат интернетте өткізсе, оның кем дегенде 2 сағаты мобильді құрылғымен отыратыны анықталған. Әлеуметтік медиа мен мобильді қосымшалар көмегімен қолданушы бүгінгі күннің кез келген ақпаратына қол жеткізе алады. Кілтті сөздермен ақпаратқа қол жеткізу үшін жиырма жылдай уақыт кетті. Демек, технологиялар жыл өткен сайын жаңарып отырады.

Іздеу жүйелері пайдаланушылардың сұрауларына жауап беру үшін үздік алгоритмдерді үнемі жетілдіріп отырады. Олардың міндеті – пайдаланушының іздеу нәтижелерінің жұмысын қадағалау арқылы жүзеге асады. Желі қолданушыларының қай сайттарды жиі пайдаланатынын және қанша уақыт отыратынын Google Аналитика және Яндекс Метрика мультимедиалық құралы арқылы бақылауға болады. Аудиторияның жас мөлшерін, қай аймақтардан қарағандығын бәрін анықтауға болады.

Зерттеудің нысаны. Мультимедиалық өнімдер, сервистер, ұтқыр құрылғылар.

Зерттеу пәні. Мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялар

Зерттеудің хронологиялық кезеңі: 2009-2019 жылдар арасындағы Қазақстандық интернет БАҚ аудиториясын қамтиды.

Зерттеу жұмысының дереккөздері. Зерттеу жұмысында тұжырымдар мен қорытындылар, кепілдемелер отандық және шетелдік дереккөздеріне негізделген.

Деректердің қайнар көзінің бірінші тобына тақырыпқа қатысты ғылыми еңбектер, диссертациялар, оқулықтар, оқу құралдары кіреді.

Екінші тобына БАҚ туралы заң, «Қазақстанның бәсекеге қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясы», «Қазақстан –2050», «Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы, e-gov.kz, stat.kz, akorda.kz т.б. ресми сайттарда жарияланған статистикалық мәліметтер мен «Alem Media Monitoring» зерттеулер орталығына тіркелу арқылы қол жеткізген мониторинг нәтижелері.

Үшінші тобына «Қазконтент» АҚ-ның сайттары: Bnews.kz, Baq.kz, El.kz, Adebiportal.kz, E-history.kz, Strategy2050.kz, ruh.kz т.б. мәліметтері т.б. мәліметтері деректік негіз ретінде алынды. Орта Азияда жаңа медиа саласында білім беріп жүрген MediaNet, Cabar.Asia, Internews медиа мектептеріне қатысу арқылы қол жеткізген деректік мәліметтер қоры пайдаланылды.

Зерттеу жұмысының әдістері. Зерттеу жұмысында бүгінгі интернет БАҚ-тағы мультимедиалық бағыттарды дамыту қажеттілігін көрсету үшін жүйелі кешенді талдаулар жүргіздік. Контенттік-сараптама, типологиялық салыстыру, жүйелеу, мониторинг жасау әдістерін қолдандық. Инновациялық әдістер факчекинг, сторителлинг, жүйелеу, математикалық (сандық, сапалық сараптамалар, big data, геодеректерді) анықтау, сондай-ақ әлеуметтік әдістер

және отандық мультимедиа зерттеуде қолданылатын аудиторияны зерттеу әдістері қолданылды.

Зерттеудің әдіснамалық негізі. Зерттеу жұмысында тұжырымдалған қорытындылар мен ұсыныстар отандық және шетелдік дереккөздеріне негізделген. Мультимедиалық журналистикаға дейінгі тарихи методологиялық аспектілер мен жанрлық өзгерістерді отандық ғалымдар Т. Қожекеев, М. Барманқұлов, С. Қозыбаев, К. Қамзин, С. Медеубекұлының еңбектері негізінде тұжырымдадық. Сонымен қатар Ғ. Ибраева, Г. Сұлтанбаева, Н. Шыңғысова, С. Барлыбаева, А. Бейсенқұлов, Қ. Сақ, Қ. Мысаева, А. Альжанова, Г. Мұқанова, М. Абдраев, Р. Жақсылықбаева, А. Құрманбаева, Ғ. Майкотова, М. Сауытбаев, З. Бүйенбаева тағы басқа зерттеушілердің еңбектеріндегі жаңа медиа технологиялар туралы тұжырымдары мен пікірлеріне сүйендік.

Орыс ғалымдары Л. Калмыков, Л. Коханова, В. Березин, М. Лукина, А. Амзин, В. Кихтан, Я. Засурский және С. Кузнецова, А. Качкаева, Е. Прохоров, А. Носиктің еңбектері қаперге алынды.

Сондай-ақ, шетелдік зерттеушілер Г. Маклюэн, Р. Дэвид, М. Кастеллс, О. Тоффлер, А. Маслоу, А. Булл, С. Куин, М. Бригс, Ж. Бейнбриж, Н. Гок, Л. Тайнан, П. Уоллейс еңбектеріне жүгіндік.

Зерттеу жұмысының мақсаты – мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялардың генезисін, спецификасын, эстетикалық қағидаттарын анықтау. Осы мақсатқа жету үшін төмендегідей **міндеттер** қойылды:

– мультимедиалық журналистиканың пайда болу кезеңдерін, генезисін теориялық тұрғыдан жүйелеу; мультимедиа түсінігінің ақпараттық дәуірдегі әлеуметтік факторларын саралау;

– мультимедиалық журналистиканың пайда болу кезеңдерін жүйелеу; озық ақпараттық-компьютерлік технологиялардың, даму эволюциясын зерттеу;

– еліміздегі интернет БАҚ-тың динамикалық өсуін анықтау; ұтқыр қосымшалар мен мобильді сервистердің қоғамның әлеуметтік дамуына ықпалын айқындау;

– жаңа технологиялардың контент трансформациясына тигізген ықпалын зерттеу; туындайтын мәселелерді анықтау және іздеу жүйесін оңтайландыру жүйесінің ерекшеліктерін бағамдау;

– шығармашылықты дамытудың заманауи жолдарын ұсыну; лонгрид – ұзақ мәтінді оқудың тиімді форматы ретінде ерекшеліктерін зерделеу; жанрлық, пішіндік өзгерістерді саралау;

– эстетикалық құндылықтарды насихаттаудың тиімділігін арттыру; сторителлинг визуалды форматын қолданудың мүмкіндіктерін айқындау;

– пост-шындық дәуіріндегі медиа және ақпараттық сауаттылық мәселелері мен мүмкіндіктерін анықтау; факчекинг ұғымының мәнін ашу;

– БАҚ аудиториясын анықтау; әлеуметтік ортаның жаңа технологияларды қолдану деңгейіне сараптама жасау;

– Мультимедиалық журналистикадағы Big Data және Immersive технологияларды ақпаратты жеткізудің тиімді тәсілі ретінде қарастыру; инновациялық мәнін ашу.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы. Мультимедиалық журналистика жеке сала ретінде елімізде ғылыми айналымда алғаш рет зерттелінді. Қазақ интернетінің даму кезеңдерінің хронологиясы жасалынды. Сонымен қатар:

Біріншіден, бүгінгі журналистика құрылымындағы өзгерістер анықталды. Заманауи веб-редакция қызметі, мультимедиалық технологиялар, ұтқыр мобильді қосымшалар, аудио-видеоның сайттарға бейімделуі, тиімді мультимедиалық өнімдер сараланды. Латын графикасына байланысты технологиялық мәселелердің шешуші жолдары ұсынылды.

Екіншіден, мультимедиалық журналистиканың шығармашылық бағыттары теориялық тұрғыдан жүйеленді. Блоггинг, лонгрид, сторителлинг, фактчекинг сынды жаңа форматтар мен журналистік зерттеудің тың әдіс-тәсілдері теориялық тұрғыдан жинақталды. Қазақ тілінде мультимедиалық журналистиканың терминдерінің түсіндірме сөздігі жүйеленді.

Үшіншіден, мультимедиалық журналистиканың технологиялық мүмкіндіктері анықталды. Визуалды медиа контент, иммерсивті фото-видео технологиясы, үлкен деректер қорының бүгінгі әлеуеті анықталып, теориялық тұжырымдар жинақталды. Сонымен қатар медиасауаттылық мәселелерін шешу жолдары арқылы жаңа технологияларды қолдану мүмкіндіктері айқындалды. Зерттеу нәтижелері бойынша «Блогтық журналистика» оқу құралы жарық көрді.

Зерттеу жұмысының теориялық маңыздылығы және тәжірибелік мәні.

Диссертациялық жұмыстың теориялық тұжырымдамаларын журналистиканың жаңа секторы мультимедиа журналистикасында, әлеуметтік, гуманитарлық білім салаларында ақпараттың жасалуын және жеткізілуін қамтамасыз ету мақсатында қолдануға болады. Мультимедиа технологияларын әлемдік технология негізінде зерттеу отандық заманауи тенденцияларды нақтылау зерттеудің теориялық және тәжірибелік маңызын арттырады. Диссертация нәтижелерін «Мультимедиалық журналистика», «Заманауи медиатехнологиялар» пәндеріне енгізуге болады. Сондай-ақ, журналистика саласындағы білім алушылар мен оқытушыларға теориялық нұсқау бола алады.

Қорғауға ұсынылатын негізгі тұжырымдар.

Біріншіден, мультимедиалы ақпараттық фактор журналистиканың нарықтық механизмдерін түрлендірді. Бәсекелестік түрлері өзгеріп, жаңа принциппен жұмыс жасайтын ақпараттық нарық қалыптасты. Халықаралық, ұлттық, аймақтық, жергілікті нарықтары қалыптасты. Осы орайда мультимедиалық журналистиканың теориялық және тәжірибелік ортасы қалыптасты.

Екіншіден, мультимедиалық журналистиканың негізгі секторы интернеттегі ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, олар білім мен ақпараттың жасалуын, жеткізілуін, пайдаланылуын талғамдық өңделуін

қамтамасыз етеді. Мұның бәрі коммуникация және ақпарат арналары туралы дәстүрлі түсініктерді түбегейлі өзгертті. Түрлі БАҚ-тың жақындасуы, әртүрлі арналар үшін мазмұнды ортақ өнімдердің пайда болуы жаңа интеграцияланған жанрлар мен пішіндерді туындатты. Инфографика мен визуалды онлайн платформалар көмегімен соны сипаттағы контент жасау жолға қойылды.

Үшіншіден, мультимедиалық журналистика – жүрдек заман сұранысы. БАҚ-тың қазіргі индустриясы интернет коммуникация мен ақпараттық-компьютерлік технологияларды интеграциялауға бет бұрып келеді. Нәтижесінде бәсекелес компьютерлік компаниялар, кабелді телестанциялар, спутниктік телевизия қызметі жаңа нарықтағы қауіпті төмендету үшін бірігеді, жаңа технологияларды меңгерген қоғамдық арналар пайда болады. Интерент радио, интернет телеарналар, жеке қоғамдық телестудиялардың пәрмені арта түспек. Мультимедиалық, желілік, бағдарламалық өнімдерді өндіру қызметтері де бір жүйеге біріктіріледі.

Төртіншіден, блогосфера қызметінің қоғамдық пікірді қалыптастыруда ықпалы жоғарлады. Тәуелсіз авторлардың платформалары қалыптасты. Лонгрид – ұзақ мәтіндерді визуалды құралдар көмегімен жеткізу және сторителлинг – тарихи сараптамалық материалды жазу форматтары қалыптасты. Ақпараттың жалған, растығын дәлелдеуге арналған мультимедиалық зерттеудің түрі – фактчекингтің өрісі кеңейеді.

Бесіншіден, мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологияларды пайдалану барысында медиа және ақпараттық және цифрлық сауаттылықты арттыру журнлистиканың өрісін кеңейтеді. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, қоғамды сауатты ақпараттардыру стратегиясының басқа елдерден ерекшелендіретін қадамы мемлекеттің жас ұрпаққа ғана емес, халықтың барлық топтарына бағдарлануы болды. Демек, үлкен дерек қорлары мен ашық ақпарат базалары және виртуалды шындық әлеміндегі технологиялар журналистиканың жаңа бағытта дамуына жол ашты.

Зерттеу жұмысының жариялануы мен мақұлдануы. Зерттеу жұмысының басты нәтижелері бойынша 14 мақала жарияланды. ҚР Білім және ғылым саласындағы бақылау комитеті ұсынған журналдарда 4 мақала жарияланды. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік отандық конференцияларда 4 мақала, шетелдік конференцияларда 4 (Канада, Моңғолия, Польша, Түркия) мақала жарық көрді. Сонымен қатар, Скопус (Scopus), базасына енетін нөлдік емес, импакт-факторы бар халықаралық басылымда 1 мақала, Томсон (Tomson Reuters) жоғары рейтингілі басылымдар енетін журналда 1 мақала жарияланды. Диссертациялық жұмыс әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасында талқыланып, сараптамадан өтті және қорғауға ұсынылды.

Зерттеу жұмысының құрылымы. Диссертациялық жұмыс кіріспеден, үш тараудан, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен тұрады. Диссертация жұмысының көлемі 130 бетті құрайды.