

ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №4 (42)



25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінде тіркелген

Қуәлік №956-Ж.

Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

Дудинова Е.И., филол.ғ.к. доцент
(Қазақстан)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Медеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)
Садуақасов А.А., аға оқытушы (ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)
Велигченко С.Н., филол.ғ.к., доцент (редактор) (Қазақстан)
Мамырова К., аға оқытушы (Қазақстан)
Антипов К.В., э.ғ.д., профессор, И. Федоров атындағы Мәскеу Мемлекеттік баспасөз университетінің ректоры (Ресей)
Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Беккер Р., э.ғ.д., Н. Коперник атындағы университеті халықаралық қатынастар факультетінің деканы (Польша)

Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)

Бекболатұлы Ж., э.ғ.к., проф.м.а, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Нұрғожина Ш.И., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Окай А., профессор, Ыстамбұл университеті (Туркия)

Сұлтанбаева Г.С., саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

КАЗАК
УНИВЕРСИТЕТИ
Б А С П А У Й І

Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы

Гульмира Шаккозова
Телефон: +77017242911
E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Редакторлары:

Гульмира Бекбердиева, Агила Хасанқызы

Компьютерде беттеген

Айгүл Алдашева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Мәлдір Омیرтайқызы
Телефон: +7(727)377-34-11
E-mail: Moldir.Omirtaikyzy@kaznu.kz

ИБ № 10388

Басуға 30.12.2016 жылы қол қойылды.
Пішімі 60x84 ¹/₈. Көлемі 20,6 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.
Тапсырыс №128. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2016

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

KazNU BULLETIN

Journalism series

№4 (42)

Алматы
«Қазак университеті»
2016

Section 3 Journalism and artistic expression

<i>Medeubekuly S., Seitzhanova Zh.</i> Visitors poets speech.....	130
<i>Bisenbaev P., Karbozov E.</i> Legend «Alpamys batyr»: historicism and typology	136
<i>Ramazanova Sh.</i> The pathos in poet's poems.....	140
<i>Bekbolatuli Zh., Mukanova G.K.</i> Editing experience national periodicals: magazine «Amanat» Rollan Seisenbayev	144
<i>Tlepbergenova A., Barlybaeva S.</i> Resources and pragmatics of interaction between traditional journalism and modern media.....	148
<i>Saudabekova E.K.</i> Genesis and evolution of semiotics means of culture	152
<i>Muhamet S., Amirgali Sh.</i> The truth and dicsion in Shokan's works.....	160

Section 4 Electronic mass media

<i>Abdraev M.K., Seitzhanova Zh.</i> Style and lanquage videomaking	166
<i>Lozhnykova O.P.</i> The modern form of radio presentation on the Internet and its development in Kazakhstan.....	172
<i>Ibragimov N.A., Niyazgulova A.A.</i> Marketing on social networks as a PR technology	176
<i>Alimzhanova A.B.</i> Development of new technologies in multimedia journalism	182

Section 6 Tribune for young scientists

<i>Kaliazhdarova Sh.</i> Internetization of Kazakhstan television: prospects of development	188
<i>Sailaukyzy A.</i> The Alash publicism: The issue of land and it democratic solutions.....	194
<i>Buyenbayeva Z.K.</i> Kazakhstan television on online	202
<i>Ormakhanova Y.N.</i> Errors usage in media discourse Kazakhstan.....	208
<i>Makulbekova S.B., Kaparova E.</i> Media education as an intellectual trend of the development of society	214
<i>Omarzhan Zh.E.</i> International issues of the day are general for the whole world	220
<i>Belgarayeva A.</i> Gender stereotypes in the media today.	224
<i>Uedraogo A.A.</i> Basic concepts of environmental journalism	230
<i>Uteyeva D.S.</i> Illegal methods of gathering information in media.....	236
Авторлар туралы мәлімет.....	241

Алимжанова А.Б.
**Мультимедиалық
журналистикадағы жаңа
технологиялардың дамуы**

Заманауи медиаортадағы технологиялар көмегімен сапалы контент жасау мен оны мультимедиалық БАҚ қызметінде басқару бүгінде басты мәселе болып отыр. Сонымен қатар контенттің аудиторияға әсер ету механизмдерін жаңа әдіс-тәсілдер арқылы қарастыру көзделеді.

Түйін сөздер: мультимедиалық журналистика, контент, жаңа технологиялар, сторителлинг.

Alimzhanova A.B.
**Development of new
technologies in multimedia
journalism**

The most urgent problems of modern media environment cannot be solved without adequate content modelling and managing technologies applied in mass multimedia and without revealing the specifics of content synergy impact on the audience.

Key words: multimedia journalism, content, new technology, storytelling.

Алимжанова А.Б.
**Развитие новых технологий
в мультимедийной
журналистике**

Основные проблемы современной медиасреды заключаются, во-первых, в поиске технологий моделирования качественного контента и его управления в мультимедийных СМИ, а во-вторых, в выявлении специфики механизма синергетического воздействия контента на аудиторию.

Ключевые слова: мультимедийная журналистика, контент, новые технологии, сторителлинг.

МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ ЖАҢА ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ДАМУЫ

XXI ғасырда ақпараттық-коммуникативті технологиялар қоғам мен БАҚ-тың дамуына әсер ететін маңызды факторлардың біріне айналды. Соңғы жылдары ҚР БАҚ жүйесі айтарлықтай өзгеріске ұшырауда. Компьютерлік технология саласындағы жылдам ілгерілеу, ғаламтордың пайда болуы мен дамуы, заманауи ақпараттық-коммуникативтік ортаға үлкен өзгерістер әкелуде. Ғаламтор ҚР қоғамдық өмірінің белгілі деңгейін қамтитын қуатты ақпараттық ортаға айналды. Жаңа ортада ғаламторлық БАҚ белсенді дамып, айтарлықтай орынға ие болды. Елімізде мультимедиалық журналистиканың пайда болуы және дамуымен бірге, бұқаралық коммуникация саласында еңбек ететін адамдарға, журналистерге, қоғаммен байланыс бойынша қызмет етушілерге де талап күшейді. Бұл сала ертеректе тек гуманитарлық бағытқа жатқан болса, қазіргі уақытта компьютерлік және ғаламторлық технологияларды білу жүйелік БАҚ салаларында нәтижелі еңбек студия шартына айналды.

Қазіргі заманда ақпараттық ілгерілеудің жаһандануы, ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы мен басымдығының арқасында ақпараттың маңызы бұрынғыға қарағанда арта түсті. Осы ақпараттық тасқында Қазақ журналистикасы жаңа заманның технологияларын қаншалықты меңгере алып жүр? Жаһандану процесі мен ақпараттық төңкеріс нәтижесінде «бүкіл планетаның бірыңғай жаһандық ақпараттық кеңістігі» қалыптасты және «жаңа технологиялар қашықтық ұғымын жоққа шығарып жатыр». Қоғамның дамуындағы осы кезең қазіргі замандағы ғылымда «ақпараттық заман» деген атауға ие болып отыр.

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. Дамыған мемлекеттерде өндіріс орындары мен тұрғындарға ақпараттық өнімдер бойынша қызмет көрсете алатын инфрақұрылым, компьютерлік білім қалыптасты және ғаламтор ұсынатын қызмет түрлері де қарқынды дамып келеді.

Оның ішінде ең маңыздылары:

Заманауи мультимедиалық құралдарды дамыту саласындағы қатынасты құқықтық реттеуді жетілдіру;

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

Мультимедиалық журналистиканы дамыту арқылы билік органдарын, мемлекеттік және қалалық басқарманы модернизациялау;

Білім беруді, ғылымдағы кадрлық әлеуетті дамыту, жалпыға қолжетімді мәлімет қоры мен электронды кітапханаларды демеу, мультимедиалық орталықтар құру;

Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды, мультимедиалық құралдарды ендіру арқылы тәуелсіз БАҚ-тың дамуына қолдау көрсету.

Multimedia лат. Multum – көп және media-medium – құрал деген сөздерінен шыққан. Ақпараттың бірнеше түрін: мәтін, фото, графика, дыбыс, бейне, анимация – электронды тасымалдаушы [1, 15].

Мультимедиалық журналистика – журналистиканың ерекше түрі. Сондай-ақ, интернетте тәуелсіз журналистиканың дамуына үлкен әсер ететін мықты механизм. Негізгі артықшылықтарына сараптама жасап көрейік.

Біріншіден: көптеген басылымдар өздерінің интернеттегі баламасын жасап жатыр, біреулері интернет-сайт, блог ашуда. Тәжірибе көрсеткендей, жүйедегі БАҚ-тың танымалдылығы да жоғары болуда. Бірақ мультимедиалық редакцияларды әлі де құруға қауқарсыз. Өйткені жаңа технологияларды меңгерген мамандар жеткіліксіз.

Екіншіден: интернет-технологиялардың базасында функцияланатын БАҚ дәстүрлі БАҚ-тан біршама өзгерістерге ұшырауда. Олар жер шарының кез келген нүктесіне тарайды, ақпарат жедел түрде таратылып, жарияланады. Осы ретте екінші бағыт, бұқаралық ақпарат құралдарындағы плюрализмнің дамуы заңды құбылыс.

Үшіншіден: БАҚ интернетте заңдық нормада бақыланбайды. Сондықтан пішіні және мазмұны бойынша дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына жариялауға сай келмейтін материалдарды интернетте жариялауға мол мүмкіндік бар. Яғни цензураны орнатуда публицистиканың альтернативті әдістерін көрсетеді.

Төртіншіден: журналистер мен ақпараттық қоғам арасында байланысты одан әрі күшейтеді.

Тіпті, олардың арақашықтықтарына да қарамастан байланыстырады. Яғни шетелде тұрып, отандық сайттарға мақала жазу, ақпарат беруге болады.

Бүгінде интернет сайттар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының бір бөлігі іспеттес. Алайда, екеуінде де ұқсастықтар бар. Ортақ міндеттері ақпарат тарату. Дегенмен, қоғам дамыған сайын ақпараттық ортаның дамуы да заңды нәрсе. Мысалы, XX ғасырда журналистикаға жаңа сипат – интернет журналистика еңсе, XXI ғасырда интернет журналистиканың жаңа қыры – мультимедиалық журналистика дамуда. Яғни әлемде ақпарат таратудың жаңа үлгісі қолданылуда. Сондықтан заманауи ағымның ығына сай ақпарат алу, қолдану қазіргі таңдағы тұтынушының да талабы.

Мультимедиалық журналистикада бүгінде *сторителлинг* әдісін қолдану тиімді болып отыр. Сторителлинг – ақпаратты оқырманға мәтін, графика, анимация арқылы кезең-кезеңмен жеткізудің ерекше түрі [2]. Яғни, оқиғаны нақты фактілермен, қызықты мәліметтермен сипаттау арқылы оқырман есінде сақталып қалады. Алғаш бұл тәсілмен АҚШ-та «Armstrong International» корпорациясының басшысының New York Times газетінде жариялаған материалы миллиондаған аудитория жинады. Ол өз компаниясының жұмысын таныстырып, жаңадан келгендерді қалай үйрететінін баяндаған. Кейіннен осы әдістің арқасында қандай жетістіктерге жеткенін кітап ретінде жазып қалдырады.

Сторителлинг әдісімен мультимедиалық материал дайындау үшін неге мән беруіміз қажет деген орынды сұрақ туындайды.

Контент дайындау. Оқырман үшін қызықты және қажетті материал құнды болмақ. Сондықтан оқыған адам өзіне қажеттісін ала алатындай болуы қажет. Ол пирамида әдісімен құрылғаны жөн. Сонымен қатар түрлі көзқарастардың тақырыпты ашуға пайдасы болуы мүмкін. Эксперттің сөзі визуалды фото, графика, анимация түрде берілсе сенімдірек болады. Оқиғаны немесе зерттеуге алынған тақырыпты тарихынан бастаған жөн. Контентті дайындауда фотосессия, эмбиент-видео, иллюстрация және инфографиканы қолдану арқылы көптеген мәліметтерді жинақы түрде беруге болады.

Тақырып таңдау. Тақырыпты қоюда ең алдымен қысқа және нұсқа, түсінікті болуға мән беру керек. Өйткені афоризмдермен, фразеологизмдермен, мақал-мәтелдермен тақырып қою жаңа медиада кездеспейді. Өйткені әлемдік стандарттарда ақпарат беруде бес

сөзден аспайтын тақырыптар тиімді саналады. Ал сұхбат жанрында цитаталармен тақырып қою кездеседі. Сандық көрсеткіштермен берілген тақырыптар көп оқылады. Тақырып тартымды болмаса, бүгінде оқырман жазған еңбекті, контексті бағаламауы, тіпті оқымауы мүмкін.

Жобалау. Мультимедиалық редакциялар аудиторияның қажеттілігін зерттеп, оқырмандардың қажеттілігіне анализдер жасап отыру керек. Өйткені қажет емес ақпараттар адамның жүйкесін ауыртып, интернет журналистикаға күмәнмен қарауға мәжбүрлеп отыр. Сондықтан дұрыс жобалап заңдық тұрғыдан жазбалар жарияланғаны жөн. Сторителлинг әдісін қолдану да жобалау тұрғысынан тиімді тәсіл. Берілетін материалдар әртүрлі жанрда тартымды болса ғана аудиториясы тұрақты болады. Сторителлинг әдісін әртүрлі салада қолдануға болады. Әсіресе салалық сайттарда бизнес, әлеуметтік сала, өндіріс өнімдері туралы таныстырылым сайттарында, психотерапияда, медицина саласында кеңінен пайдалануға болады. Бірақ өкінішке орай қазақстандық салалық сайттар өз бағыттарын айқындай алмай, веб-редакторлары жаңа технологияларды меңгермей аудиторияларын жинай алмай отыр. Сондықтан елімізде тек көп қаралатын сайттар қатарына ақпараттық порталдар ғана кіріп отыр.

Қазақстандық сайттардың ішінде қай сайт сторителлинг әдісін қолданатынын зерттеп көргенімізде тек massaget.com, szh.kz сияқты жастардың танымдық сайттары ғана қолданып жүргенін байқадық. «Қазақ хандарын білесіз бе?», «Сіз оқуға тиіс 10 кітап», «Қазақ киносының үздіктерін таңдаңыз» т.б. осындай материалдар адамның рухани санасын дамытып, танымын арттырады. Қысқа әрі тұщымды дүниелерді жаңа технологиялар арқылы оқырманға ұсыну заман талабы.

Әрине, жаңа жаһандық жүйенің өзіне тән ерекшелігі де болары хақ. Заманауи мультимедиалық редакциялардың ерекшеліктері төмендегідей талаптарға сай болу керек:

- ақпараттың үнемі жаңарып тұруы;
- сайттарды тұтынудың жоғарылығы;
- тұтынушылардың өздері баға беріп отырады, басқа сайттармен салыстыра алады;
- веб-басылымның беделдігі, ақпараттық жобаның танымал болуы;
- кәсіби дизайн (сапалы, мазмұнды);
- аудиторияның әр алуандығы;
- өзектілігі және таңдау мүмкіндігі;
- мұрағаттау мүмкіндігі;
- интерактивтілігі;

- мультимедиалығы;
- аудиториямен тығыз байланыс, тұтынушы тікелей байланысқа шыға алуы;
- ақпарат алудың жаңа мүмкіндіктері [3];

Мультимедиа – журналистикаға бұрынғыдан өзгеше қалып, жаңаша мән әкелді. Финляндияның ірі басылымының бірі – «Хельсингин Саномат» газетінің шолушысы Пентти Садениеми мультимедиа дәуіріндегі журналистің қызметіне былай деп сипат береді: «Жаңа технологиялар журналистің жұмысын жеңілдетеді әрі жайландыра түсті. Барлығында жеке компьютері бар, бұрынғысынша жүгіру, жан-жаққа телефон шалу, мекен жайларды іздеудің қажеттігі жоқ. Әріптестерімізбен электронды пошта арқылы байланыс орнап тұрғандықтан, сұрау саламыз да, арғысына көп мазасызданбаймыз. Әсіресе, шетелдегі журналистермен қарым-қатынас жасау аса қолайлы». Осыдан келіп, еңбектің авторы интернетпен қоса пайда болған журналистиканың сапасына аландаушылығын да жасырмайды.

Бүгінгі БАҚ-тың қоғамдық міндеттерінің азайып, ендігі оның коммерциялық мақсатта көбірек қолданылуы да оның сапасына әсер етуде. Сондықтан көп кешіктірмей мультимедиалық редакцияларды, орталықтарды дамытуды қолға алып, әлемдік жаңа технологияларды меңгере алатын жас журналистерге мүмкіндіктер берілуі тиіс. Оларға мемлекет тарапынан қаржылар қарастырылуы қажет. «Қазконтент» сияқты ірі компаниялар жаңа технологияларды оқыту курстарын ашып, маман даярласа мультимедиалық журналистика өз алдына жеке сала болып дамытынына күмәніміз жоқ. Сонда әлемдік мультимедиа саласында қолданылатын сторителлинг сияқты әдіс-тәсілдердің алуан түрлері заманауи БАҚ-та қолданылары сөзсіз.

Кез келген интерфейстің негізгі мақсаты – пайдаланушы үшін компьютерде орындалған материалды неғұрлым түсінікті жасау. Оны ақпарат ретінде тарату.

Мультимедиалық журналистикадағы технологияларды төмендегідей сараптауымызға болады.

1. Ақпараттық технология – блогтар, жаңалықтар лентасы.

2. Интерактивті технология – түрлі чаттар, сауалнамалар, форумдар.

3. Фото-аудио-видео технологиялар – журналист өнімін жариялаудағы қосымша мүмкіндіктері.

4. Флэш технология – мақалада флэш-сызбаларды, диаграммаларды қолдану.

Ал онлайн-режимдегі мультимедиа 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 небәрі бірер минуттарды құрайды.

Төртіншіден, өзара байланыс. Гипермәтіндік сілтемелерді қолдану сайттарды бір бетте топтастыруға мүмкіндік береді [4].

Қорыта айтқанда, мультимедиалық журналистика дамуы үшін графикалық интерфейсті меңгере отырып, инфографиканың қолданысын, қажетті онлайн бағдарламаларды білу маңызды болмақ. Мысалы, Hohl Builder, Creately, Infogr.am, Piktochart сияқты визуалды инфографика жасауға мүмкіндік беретін тегін онлайн құралдар қызметін пайдалану нәтижелі болмақ.

Әдебиеттер

- 1 Что такое мультимедийная журналистика? Плоды медиареволюции [Электронный ресурс].- <http://yenot-online.com/multi-media/> (дата обращения: 06.03.2015)
- 2 Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. – М., 2013. ISBN 978-5-91657-507-1
- 3 Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б. Мультимедиалық журналистика. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 126 б.
- 4 <http://it-tirlik.kz>

References

- 1 Chto takoe mul'timedijnaya zhurnalistika? Plody mediarevolyuicii [Elektronnyj resurs].- <http://yenot-online.com/multi-media/> (data obrashcheniya: 06.03.2015)
- 2 A.Simmons. Storitelling. Kak ispol'zovat' silu istorij. M.; 2013 ISBN 978-5-91657-507-1
- 3 Sultanbaeva G.S., Alimzhanova A.B. Mul'timedialyk zhurnalistika. – Almaty: Kazak universiteti, 2016. – 126 b.
- 4 <http://it-tirlik.kz>