**Медиа дизайн** - бұл коммуникацияның түбегейлі жаңа ортасын құру [1]. Медиа орта тақырып бойынша көпсалалы және жылжыту техникасы бойынша өзгермелі, сондықтан веб-дизайн, арт-дизайн, ландшафт дизайны, теледидар дизайны медиа дизайнның профильдік қатарына енеді. Қазіргі медиа кеңістіктің ұтқырлығы қоғамда резонанс тудыруы мүмкін жаңа қарым-қатынас пен өзара әрекеттесу орталарын ұйымдастырудың соңғы әдістері мен технологияларын қолдануға мүмкіндік береді.

 Қазіргі медиа саласы бірқатар дәстүрлі элементтерді қамтиды. Оның арналары теледидар, радио, газет, журнал, кітап, кино және музыкалық жазбаларды біріктіреді. Алайда, жаңа технологиялардың дамуымен бұл сала кеңейіп, қазіргі уақытта интернет, бейне және компьютерлік ойындар, мобильді құрылғылар мен смартфондарды қамтиды. Сала интерактивтіліктің жоғары деңгейімен сипатталады. Медиа-дизайн мамандары кез-келген бағытта дизайн жасай алады және жетілдіре алады: Медиа-дизайн жасау үшін тұжырымдамалар жасау; осы байланыс үшін қолайлы ортаны ұйымдастыру; жарнамамен жұмыс істеу кезінде имидждік әсер жасау; БАҚ, аудио, бейне және полиграфиялық өнімдермен жұмыс істеу.

 *Волкова В.В.* Специфика медиадизайна // Вестник МГУ : журнал. — 2014. — № 4. — С. 5-21

**Анастасия Валеева: Дата–журналистика деген не?**

**Дата–журналистика**, яғни **деректер журналистикасы**деген не екенін білгіңіз келе ме?

Бұл сұраққа әр дата журналистің өз жауабы бар. Сондай–ақ мифтер мен жаңсақ пікірлер де көптеп кездеседі. Кері дәлел жасап көрелік. Дата–журналистика үлкен деректі немесе цифрларға толы хикаялар болуы міндетті емес; деректер журналистикасы үнемі инфографика немесе күрделі бола бермейді. 

Десек те, деректер журналистикасында цифрлар да, инфографика да бар, онда үлкен деректер қолданылуы мүмкін. Сондай–ақ ол шынымен өте күрделі.

Бірақ басқа нәрсе маңызды: деректер журналистикасы – ең алдымен, **деректерді қолданатын журналистика**.

Ең [кең қолданылатын анықтама](https://towcenter.columbia.edu/news/art-and-science-data-driven-journalism) былай дейді: Дата–журналистика – “журналистік материалдарды жасау үшін деректерді жинау, тазалау, ретке келтіру, талдау, визуализациялау және жариялау ”. Бұл анықтамада деректер хикаясын жасаудың негізгі қадамдары келтірілген. Мұның бәрін рет–ретімен түсіндіріп көрелік.

**№1 кезең. Деректерді жинау**

Деректер хикаясын жасаудың бірінші кезеңі – деректер жинау. Бірақ қандай деректі жинау керегін қалай түсінесіз? Мұның екі жолы бар: о баста деректерден жауабын тапқыңыз келетін сұрағыңыз болады немесе ішінен қызықты жайттарды тапқыңыз келетін деректер қолыңызға түседі.

Бірінші тәсіл үшін шабыт кез келген нәрседен туындауы мүмкін. Мысалы, күн тәртібінен. Жаңалықтар сайтын аштыңыз да, қалаңызда жаңа мектеп салынады деп уәде берілгенін оқыдыңыз. Мұны сұраққа айналдырып, жауабын деректерден іздей аласыз. Мысалы: қалада қазір қанша мектеп бар, оларда қанша оқушы оқып жатыр және мектептердің жетіспеушілігін бір жаңа мектеп шеше ала ма? Демек мұндай сұрақтарға жауап беру үшін орта мектеп білімі статистикасы бойынша деректерді жинауыңыз керек.

Ал кейде деректер қолыңызға өзі түседі. Мысалы, Білім және ғылым министрлігі елдегі жоғарғы оқу орындарын бітірушілердің саны туралы деректерді жариялады. Оларға қарап отырып, келесідей сұрақтау туындауы мүмкін: елде қандай мамандарды ең көп оқытып шығарады? Бұл жаңа үрдіс пе әлде жыл сайын қайталанып отыра ма? Мұндай мамандар үшін нарық бар ма? Деректердің бір бөлігі қолыңызда тұр, бірақ мамандықтар бойынша жұмыс орындарының саны сияқты қосымша деректер қажет болуы мүмкін.

**№2 кезең. Деректерді дайындау және талдау**

Хикаяға қажет барлық деректер жиналғанда, оларды талдауға және өңдеуге дереу кіріскіңіз келуі мүмкін. Бірақ тым асығудың қажеті жоқ, себебі көп қате жіберіп қойсаңыз, бәрін басынан бастауға тура келеді.

Дата журналистикадағы негізгі әрі ең күрделі процестер – деректерді тазалау және ретке келтіру. Әдетте мұндай жұмыс MicrosoftExcel не басқа кесте өңдеушілерінде орындалады. Оны [онлайн](https://datajournalism.com/watch/cleaning-data-in-excel) не деректерді өңдеу тренингтерінде үйреніп алуға болады. Нәтижесінде деректеріңіз «таза», яғни компьютермен талдауға жарамды болады.

Компьютер деректерді қалай талдай алады? Біріншіден, бұл – жай ғана қорытындысын және орташа мәнін табу, үлесін немесе көрсеткіш өзгерісін шығару сияқты қарапайым математикалық операциялар. Айырмшалығы компьютермен мұны калькуляторға қарағанда жылдамырақ істейсіз және үлкен көлемді көрсеткіштермен есептей аласыз.

Бірақ мұнда маңыздысы журналистика болып қалады; яғни бұл есептердің хикая үшін сұрақтарға қалай жауап беретіні. Мысалы, қалаңыздың мектептерінде әр сыныпта орта есеппен қанша бала оқитынын біл үшін қаладағы барлық оқушылардың санын барлық сыныптар санына бөлу керек.

Қай сыныпта ең көп оқушы оқитынын білу үшін әр сыныптағы балалар санын анықтап, бұл мәндерді ең үлкенінен ең кішісіне дейін сұрыптау керек.

Есептеу неғұрлым күрделі болса, соғұрлым қызықты мақаланы жасай аласыз. Мысалы, статистикалық талдау әдістерімен арақатынасты немесе бір көрсеткіштің екіншісіне тәуелділігін шығара аласыз. Ұлттық мектеп сынағының нәтижелері сыныпта қанша оқушы болуына тәуелді ме?

**№3 кезең. Деректер коммуникациясы**

Өз талдауыңызды аяқтап, өз аудиторияңызға мұны айтуға дайын болғанда, ең дұрыс сөздерді, суреттерді және мақаланың кейіпкерлерін таңдап алатын уақыт келеді.

Деректерді қызықсыз етіп жеткізуге болмайды, есептеулеріңізге сілтеме беру арқылы математиканы жасырын қалдыруыңызға болады. Ал хикаяның өзінде деректерден тапқан нәрсеңіз өмірде қалай көрініс табатынын және қандай салдарға әкелетінін сипаттап беріңіз.

Өз материалыңызда көтергіңіз келетін мәселені көрсету үшін сізге қандай сарапшылар мен кейіпкерлер керегін ойластырыңыз. Мүмкін ол ата–анасы бала саны азырақ мектепке ауыстырғанша, сыныбында ең нашар оқыған бала болатын шығар?

Хикаяңызды баяндап берудің бір жолы – деректер визуализациясы. Мұнда дизайнның негізгі принциптерін біліп, аудиторияға жеткізгіңіз келетін ақпаратқа үйлесетін график түрін дұрыс таңдай алуыңыз керек. Деректерді санаты бойынша салыстыруға арналған бағанды диаграмма және үрдісті көрсетуге арналған сызықтық график ешқашан сәннен шықпайды. Ал егер біраз тәжірибе жасап көргіңіз келсе, қажетті график түрін таңдауға көмектесетін көптеген [каталогтар](https://datavizcatalogue.com/) мен [онлайн ресурстар](https://ft-interactive.github.io/visual-vocabulary/) бар.

Визуализация жасау үшін көптеген онлайн құралдар бар, олардың арасында тегіндері де кездеседі. Жаңадан бастаушыларға [Датараппер](https://www.datawrapper.de/) (сайтта [нұсқаулықтары бар блог](https://academy.datawrapper.de/) берілген), [Инфограм](https://infogram.com/) ұсынылады, ал жақсы білетін пайдаланушылар [Флориш](https://flourish.studio/) және [Табло](https://www.tableau.com/) құралдарымен танысқаны жөн.

**Кеңестер:**

\*сандардан қорықпаңыз

\*жұмысты идеядан бастап визуализацияға дейін кезең–кезеңімен ұйымдастырыңыз

\* жаңалықтарды оқыңыз және деректерден жауабын іздейтін сұрақты жаңалық себебіне айналдырыңыз

\* аналитикалық есептер мен зерттеулерді оқыңыз және осы тілді түсінуге тырысыңыз

\* Microsoft Excel функцияларымен танысыңыз

\* егер деректер визуализациясын жаңадан үйреніп жатсаңыз, “Datawrapper” қызметінен жүктеп алып көріңіз