

Начало формы



Конец формы

Сараптама • 31 Қаңтар, 2024

**Цифрлық дәуірдегі медиа әлем**

Кейінгі жылдары цифрлық медиаға қатысты зерттеулердің өзектілігі артып келеді. Себебі цифрлық технология медиаиндустрияға көп өзгеріс әкеліп, барлық салада бірінші орынға шықты. Бұл мәселеге қатысты медиа мамандар мен зерттеушілердің ой-пікірлері сан алуан. Жаңа медианың бүгінгі сипатына қатысты деректер мен болжамдарды «Reuters» журналистика институты «Журналистика, медиа және технология трендтері мен 2024 жылға арналған болжамдар» атты зерттеу есебінде де жариялады.

Зерттеу барысында 56 ел­де сауалнама өткізіліп, медиа саласының қазіргі және бола­шақтағы даму бағытына болжам жасалған. Зерттеу әлемдегі жетекші ірі медиахолдингтердің бас редакторлары мен дирек­тор­ларының (жалпы саны 314 адам) цифрлық технологияларды қолданудағы кәсіби тәжірибесі мен практикасы және олардың сандық инновация бағытындағы медианың мүмкіндіктерін бағалау сауалнамасына жауабы негізінде әзірленген. Сарапшылар өткен жылы редакциялардың бұрын-соңды болмаған кедергілерге тап болғанын айтып, оларды Украина мен Таяу Шығыстағы қақтығыстар, әлемдегі климат­тың өзгеруі, пандемияның сал­дары және экономикалық дағда­рыстармен байланыстырып отыр. Мамандар бұл ауыртпалық 2024 жылы да жалғасатынын жасырмайды.

Зерттеу көрсеткендей са­рап­шылардың 47%-ы осы жылы журналистиканың болаша­ғына сенімді екенін айтса, 12%-ы сенімсіздік танытқан. Журна­лис­тиканың болашағына алаң­даушылықты жыл сайынғы шы­ғындардың өсуі, жарнамалық кіріс­тердің төмендеуі және жазы­лымдардың азаюы, сондай-ақ сая­си шешімдер мен қысымдардың артуымен байланыстырады. Сауал­намаға қатысушылардың үштен екісі (63%) әлеуметтік медиа трафигінің күрт төмендеуіне алаңдаушылық білдірген. «Сeartbeat» аналитикалық про­вай­дерінің деректеріне сәйкес, «Facebook»-тегі жаңалықтар сайт­тарының трафигі 2023 жы­лы – 48, ал «X/Twitter»-де 27 пайыз­ға төмендегенін көрсетті. Бұл дегеніміз алдағы уақытта әлеу­­меттік медиада ақпарат та­ра­­ту­дың алгоритмі мен әдісі өз­ге­ре­тінін дәлелдейді. Әлемдегі ірі медиакомпаниялар тікелей байланыс арналарына назар ауда­ратынын және әлеуметтік медиа­да ақпарат таратудың балама түрлерін іздеуге және тәжірибе жа­сауға ниетті екенін білдіріп отыр.

Əлеуметтік желілер мен алгоритм дəуірінде адамның назарына, уақытына талас туындай­тыны сөзсіз. 2024 жылы медиа мамандары үшін басты жаңа­лықтардың бірі «WhatsApp» платформасындағы өзгерістер болуы мүмкін. Себебі «Meta» компаниясы «WhatsApp» пен «Instagram» желілерінде хабар таратудың қосымша арна­ла­рын дамытуды жоспарлап отыр. Бұл ақпарат тарататын сандық платформалар арасын­дағы бәсекелестікті одан әрі кү­шейтетіні анық. Сауалнама нəти­желері көрсеткендей, «TikTok» және «YouTube» сияқты бейне желілерге деген қызығушылық жоғары болып қала бермек.

Сауалнама нəтижелері медиа сарапшылардың басым бөлігі, 64%-ы бейне контентті көбірек жасауға көңіл бөлетінін көрсетті. Ал 52%-ы ақпараттық бюллетеньдерді кеңейтуге және 47%-ы подкасттарды түсіруге назар аударатыны анықталды.

Жасанды интеллект (ЖИ) құ­ралдарын контент жасау­ға пай­далануға қатысты редак­тор­лар­дың көзқарасы екіұш­ты екені белгілі болды. Рес­пон­дент­тердің жартысынан көбі жасан­ды интеллектіні қолда­ну ең үлкен тәуекел және медиа­компа­нияның беделіне әсер етуі мүмкін деп санайды. Сондай-ақ зият­керлік меншік, құқықтық және этикалық мәселелерге қа­тыс­­ты сұрақтарды алға тартады.

Бірақ медиа сарапшылардың 56%-ы жаңалық жариялау үде­рісін автоматтандыру үшін ЖИ-ды пайдалануға қарсылық білдірмейді. Олар ЖИ-дың осы бағытта қолданылуы маңызды деп есептейді. Ал зерттеуге қа­тыс­қан респонденттердің 37%-ы ЖИ-ды ұсыныстарды жақсарту үшін және 28%-ы коммерциялық мақсатта пайдалануға болатынын білдірген.

Биыл әлемнің ірі медиахол­дингтері жазылушыларын сақ­тап қалу және көбейту үшін күн тəртібіндегі өзекті жаңалық­тармен қатар адамдарға қызық болатын түрлі контентті ұсыну­ға көбірек көңіл аударатыны анық­талды. Мысалы, ойындар, подкасттар, журналдар мен кітап­тарға жазылымдардың толық қолжетімділігін қамтамасыз ету арқылы көбірек тұтынушы тартуды көздейді. Тіпті басқа редакциялардың контентін жариялауды да практика жүзінде енгізуді жоққа шығармайды.

Цифрлық технологиялардың ықпалынан әлемдегі ақпарат кеңіс­тігі жылдам трансформация­ланып жатыр. Бұл кез келген медиакомпанияларға, оның ат­қа­ратын қызмет­теріне өзге­ріс енгізуді талап етеді. Медиа өз­герген сайын, цифр­лық медиа тілін білетін, муль­тимедия­лық, графикалық технология­мен жұ­мыс істеу әдістерін мең­гер­ген кәсіби мамандарға сұра­ныс­тың одан әрі артатыны анық. Сон­дықтан қазіргі нарық талабына сай редакторлар да, журналистер де жан-жақты жетіліп, бұрынғы ақпарат таратушы қызметімен қатар, медиаиндустрия саласы ұсынатын жаңа технологиялармен, трендтермен бірге ілесіп отыруы қажет.

«Reuters» журналистика институтының бұл есебі аталған сала мамандарына, зерттеушілер мен қызығушы азаматтарға қажетті көмекші құрал бола алады. Медиа бағытындағы мұн­дай талдамалық зерттеулер са­ланың даму динамикасынан хабардар болып, отандық БАҚ-тың даму көрсеткішін баға­лауға мүмкіндік беретін құнды­лығымен маңызды.

**Жақсыбек ЖИЕНАЛИЕВ,**

**Қазақстан қоғамдық даму институтының сарапшысы**