

№13 тақырып. БАҚ-тағы менеджер: технологиялар мен тәжірибелік дағды

Менеджмент пен журналистік принциптер мен жұмыс әдстерінің өзара байланысы. Менеджмент және психология. Психологиялық тренингтер мен ойындар – басқару тәсілі ретінде.

XIX ғасырдың екінші жартысында журналист еңбегін жеңілдеткен жазу машинасы редакция жұмысының дамуы жолындағы техниканың тұрақты символына айналды. Индустриалды төңкеріс кезінде жазба машиналары әйел адамға біршама еркіндік әкелді. Бір қызығы британ жазушысы Р.Киплинг АҚШ туралы естеліктерін дәл осы машинист-әйелдермен тығыз байланыстырады. Өйткені осы жаңа мамандықты меңгерген көбіне әйелдер болатын. Typewriter maiden,- машинист әйелдер бкез келген қалада отбасынан тәуелсіз, өз еңбегімен күн көрді. Олар отбасылық фирма, баспа үйлерінің тасын өрге домалатуда үлкен үлес қосты. Машинист мамандығының пайда болуы белгілі бір технологиялық сала (баспа үйі мен қолжазба фирмалары) мен әлеуметтік кеңістіктің орнын толтырды. Бір таңқаларлығы осыдан кейінгі коммуникацияның түрлі формаларының басын біріктірген құрал – тек бүгінгі компьютер болды.

Бүгінгі заманауи АКТ-лар газет-журнал сияқты баспасөз секторына көптеген тың өзгерістер әкелді. Бұл өзгерістер аудиторияға ақпарат жеткізу формасы мен оның мазмұнына ғана емес, сондай-ақ, газет өндірісінің бүкіл экономикасына әсер етті. Бастапқыда күрделі математикалық есептерді шешуге арналған компьютерлер бүгінде жазу машиналарын толығымен ығыстырып тастап, кез келген формадағы мәтінмен жұмыс істейтін таптырмас жазу құралына айналды.

Бүгінде тек белгілі бір газет өндірісі ғана тікелей компьютерге тәуелді емес. Қазіргі кезде әлемнің алдыңғы қатарлы дамыған мемлекеттерінің газет рыногы тұтастай компьютеризацияға байланысты. Компьютер –кітап, газет, журнал шығару үрдісінде маңызды орын алары сөзсіз.

Спутниктер, компьютерлер, талшықты-оптика, лазерлер, түрлі бояулар мен қағаз – жаһандық өзгерудің маңызды элементтері ғана емес, сонымен қатар белгілі бір журналистердің, репортерлердің де шығармашылық өмірінің ажырамас бір бөлігіне айналды. Мәселен, «ақпараттық бай» елдердің журналистері соңғы бірнеше жыл көлемінде жер шарының кез келген нүктесінен компьютер арқылы өз материалдарын фотосуреттер мен файлдар түрінде жедел жіберуді дәстүрге айналдырған. Ал, газеттер болса, мұндай материалдарды қиындықсыз қабылдап, әрі кетсе екі сағаттың көлемінде оны республикалық деңгейдегі басылымнан бастап жергілікті газет бетіне жариялай алады. Аталмыш тәжірибе Еуропаның дамыған мемлекеттері мен АҚШ-та кеңінен қолданылып келеді.

Бүгінде журналистің еңбек құралдарының қымбат болғанымен, журналист шығаратын өнім бағасы төмендей түсіуде. Себебі, журналист шығаратын ақпараттық өнім еңбек құралының қымбат болуына қарамастан, өзін-өзі толық ақтап алуда. Ақпараттық өнім бағасының арзандауы – бүгінде

сол ақпаратты жинау, өңдеу мен сақтаудың арзанға түсуімен тығыз байланысты. Сонымен қатар бұл АКТ дамуының арқасында жүзеге асып отыр. Журналистер еңбек күнінің қомақты бөлігін ақпараттық коммуникациялық технологияларды қолданумен өткізеді. Мәселен, АҚШ мәліметтері бойынша американдық журналистер аптасына 15 сағатын Әлемторда отырумен өткізеді. Олар өз материалдарына ақпаратты электронды пршта арқылы және ұжымдық (корпоративті) сайттардан іздейді екен. Олардың тең жартысы материалдарының басым бөлігін Интернеттен алатындығын мойындаған. Осылайша, газет-журнал өндірісіне АКТ-ның әсерін саралай келе, ақпарат тұтынуудағы даралықты (индивидуализация) ғана емес, сондай-ақ, ақпарат өндірудегі даралықты (индивидуализацияны) байқаймыз. Бүгінде ақпараттық тауар жасау үшін үлкен ұжымның қажеті шамалы. Мәселен, ақпарат мазмұнының қосымша құралдары: иллюстрация, кескіндеме, анимация, дыбыс пен бейне үйлестірілген мәтін жазуға жалғыз адам жетіп жатыр. Өйткені, жоғары технологиялардың дамуы журналистерге жаңа талаптар қояды. Бүгінгі журналист тек ойлау мен жазуды ғана емес, сонымен қатар технологияны да жете меңгергені жөн.

БАҚ-тың мультимедиялылығы – сол БАҚ өкілінің мультимедиялық қарым-қабілеті болуын талап етеді. Ол тек мәтін жазып қоймай, сол өзі жазған мәтінді компьютерде өңдеу, оны түрлі суреттермен оқырманға қызықты етіп беру үшін сандық камераға фотоға түсіре алу, фотосурет пен мәтінді сапалы редакциялау, Әлемтордан қажетті материал жинау мен оны желіге орналастыру, т.с.с. жұмыстарды атқара білуі қажет.

Бүгінде тіпті біршама «ескі» болып есептелетін БАҚ кәсіпорындары техникалық прогресс жетістігін, инновациялық бағдарламаларды өз қызметінде қолдануды қолай көріп отыр. Оқырмандар қатарын арттыру мен жарнама берушілерді көптеп тарту үшін жаңа әрі күшті баспа пресстері мен жедел ақпарат алу мақсатында заманауи коммуникация құралдарына деген қажеттілік туды.

Осыған байланысты көптеген компаниялар Әлемтор желісінде өз сайтын ашуды заманауи нарықтық стратегияның маңызды элементі санайды.

Желіде онлайн брендтерін орналастыру дамудың, алға басудың жаңа сатысы мен қосымша қаржы көзі әрі аудиторияны дамытудың бір әдісі іспетті. Online Publishers Association берген мәліметтерге сүйенсек, Әлемтор тұтынушыларының басым бөлігі (56 пайызы) офлайн режимінде оларға желіден мәлім медиабрендтерге назар аударады екен. Сондай-ақ, керісінше, Интернет тұтынушылары дәстүрлі БАҚ сайттарына жиі кіреді. Ұлыбританияда хабар тарату корпорациясының сайты [www. News.bbc.co.uk](http://www.News.bbc.co.uk) Guardian газетінің сайты – www. guardian. co.uk.com, Financial Times – www. ft.com, Daily Telegraph www.telegraph.com.

АҚШ медианарығында осыған ұқсас жағдай қалыптасқан. Мұнда ақпараттық сайттардың көшбасшылары ретінде ірі басылымдар New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, Wall Street Journal мен т.б.бар. 2002 жылы сайттар арасындағы ең танымалы [www. MSNBC](http://www.MSNBC) болып шықты. Аталмыш сайтқа ай сайын 27 млн адам кіреді екен. Бұлардың қатарында

www. CNN.com (айына 20,5 млн адам), www. ECPN (16,9 млн адам) және www. ABC (16,1 млн) сайты да бар.

Бұл мысалдар жоғарыда аты аталған компаниялар дәстүрлі БАҚ қалыбынан әрі асатынын көрсетеді. Себебі, олар тек ұсынылған ақпараттық және көңіл көтерушілік өнімдердің мазмұндық көгжиегін кеңейтіп қана қоймай, телевизия мен радио немесе газетке қарағанда ақпарат берудің өзгеше бір формасын қолданады.

Дәстүрлі БАҚ-ың Әлемтордағы нұсқаларының ұйымдастырылуы дәстүрлі редакция құрылымына, медиабизнестің өзіне көп өзгеріс әкелді. Бұл өзгерістерді өзара топтастыра келе, мынаған назар аударайық.

1. Редакция бөлімдерінің қысқаруы: Әлемтордағы үй парақшасына (домашняя страница) материал әзірлеу мен ақпаратты өңдеу, ТВ мәтіні мен жаңалықтар топтамасын жасаумен жалғыз журналист айналысады. Нәтижесінде бірнеше бөлімді біріктірген электронды бюро дүниеге келді.

2. Медиакомпания ішінде үздіксіз ақпараттық айналымның пайда болуы: Әлемтор сайттарындағы ақпараттың үнемі жаңартылып отыруды қамтамасыз ету үшін журналистер тәулік бойы жұмыс істейді.

3. Журналистің кәсіби машықтарын кеңейту: бүгін ол Әлемторға материал әзірлейді, ал ертең – телемәтін жазады. Мұның өзі мультимедиялықты жан-жақты игеріп, кез келген БАҚ-да жұмыс істей алатын әмбебап журналист даярлайды.

Жалпы алғанда баспасөз түбегейлі өзгеріске ұшыраған жоқ. Көптеген мамандардың пікірінше, журналистика мен технологиялық дамудың арасында тікелей байланыстың жоғын көрсетеді. Технологияның дамуы мен оның көпшілік қауымға қолжетімді болуы БАҚ-ның тұтастай автоматтануға бейімделіп кеткенін білдірмесе керек. Оған журналистика саласында қалыптасқан өзіндік дәстүрлер мен этиканың медиаортаға ықпал етуі жол бермейді. Мысалы, Ұлыбритания мен Финляндия редакцияларындағы компьютеризация мәселесі әртүрлі. Ағылшын журналистері редакцияда компьютерлік технологияларды сол елде қалыптасқан салт-дәстүр тұрғысынан қолдануға қарсы болуына байланысты оларда Интернеттің дамуы біршама артта қалған. Ал, Финляндия журналистері жаңа технологияларды жұмыс барысында кеңінен қолдануға қарсы емес. Бұл финндердің технологиялық дамуға, өсуге ұмтылысын аңғартып, сол технологияны өндірісте пайдалануға деген оң көзқарасынан туындап отыр. Осы орайда жаңа технологияны пайдалануда кәсіби, ұлттық дәстүрлермен қағидалармен қатар журналистердің жас ерекшелігі мен білім деңгейіне де көп байланысты екені даусыз.

Онлайн БАҚ-ның бизнес-үлгілері он жылдан аз уақыттың ішінде жедел қарқынмен дамуды басынан кешірді. Бүгінгі заманғы ақпараттық технология жаңалықтар легіне жаңаша сипат беруде. Коммуникация саласындағы жаңа технологиялардың қарқынды дамуы журналистика саласына елеулі өзгерістер, жаңалықтар ала келгені рас. Әлемнің көптеген елдеріндегі телеарналар хабарларын ғарыштық сандық байланыс арқылы орнатуда. Байланыстағы жоғары жылдамдық – «он-лайн» арқылы пікірлесу,

мультимедиядағы бір мезгілдегі таралым, интерактивтілік факторлар интернеттің ортаға алып келген ақпараттық жаңалықтары болып табылады. Ақпарат таратудағы жаңалық ақпаратты жеткізудің, таратудың компьютерлік желі арқылы жүзеге асатындығын негізге ала отырып, «желілік журналистика» деген пікір маңызды рөл атқарып отыр. Желі төрінен орын алып отырған қоғамдық мәні мен салмағы бар барлық ақпараттарды қамтиды, дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының электронды нұсқалары да, Интернетте таратылуға арналған ақпараттардың жиынтық ұғымын білдіреді. Отандық тележурналистика мамандары әлімдік ақпарат кеңістігіне өз түсінік талғамы тұрғысынан баға беріп отырған жаңа кезеңде, оның тиімді сәттерін ұтқыр пайдалана отырып, өзгелерінің де қажетті тұстарын ұтымды пайдалана білуі тиіс.