

Л.К. Турабаева^{1*}, Д. Расулмухамедова²

¹ф.ғ.к., доцент, М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

²ф.ғ.к., доцент, Ташкент мемлекеттік заң университеті, Ташкент, Өзбекстан

***Корреспондент авторы:** turabaeva-l@mail.ru

ЖАҢА МЕДИАНЫҢ ДАМУЫ ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКА

Түйін

Мақалада интернет журналистиканың даму жүйесі сипатталған. Бұл жұмыста қазіргі интернет-медиа дамуының негізгі тенденциялары және жаңа медианың жұмысы қарастырылды. Жалпы, интернет-журналистикада интернет-басылымдар мен дәстүрлі БАҚ-тың жұмысы айқындалды. Жаңа медиадағы дәлелденген трендтер және әлеуметтік желілердің қызметі. Бұған интернет-журналистика саласындағы зерттеулер мен одан әрі жұмыс кіреді. Интернет-журналист жоғары көрсеткішке ие болуы үшін әлі де көп жұмыс істеу керек. Ол сондай-ақ онлайн БАҚ-тың жаһандық әсеріне қатысты салыстырмалы зерттеулердің деректерін ұсынады. Әртүрлі мақсатты аудиторияға жаңа медиаға қол жеткізу және интернетті кеңейту мүмкіндіктері де қарастырылды. Өңгіме БАҚ-тағы цифрландырудың қазіргі жағдайы туралы. Жаңа медианың дамуы журналистердің жұмысын өзгертеді, журналистік ұйымдар және олардың көптеген қоғамдық топтары арасындағы қатынастарды қайта қарастыруға әкеледі.

Кілттік сөздер: әлеуметтік желі, интернет, жаңа медиа, трендтер, журналистика, платформа, ақпарат.

Ақпараттық кеңістікте жаңа мүмкіндіктерге жол ашу БАҚ-та жұмыс істейтін және оқитын мамандардың дамуына әсер етеді. Біздің елімізде интернеттің кең таралуы интернет журналистиканы зерттеу және осы салада шығармашылық жұмысты белгілі бір жүйеге ізгілендіру қажеттілігін көрсетеді. Бүгінгі таңда интернет қоғамдық өмірдің барлық аспектілерін қамтитын үлкен ақпараттық кеңістікке айналды. Ақпараттық қоғамды қалыптастыру және оны жаһандық қамту нәтижесінде бұл БАҚ-та "жаңа медиа", яғни интернет журналистиканың пайда болуына әкелді. Интернет журналистика – бұл Интернет арқылы жоғары жылдамдықта ақпаратты жинауға, өңдеуге және үздіксіз таратуға байланысты әлеуметтік жұмыстың бір түрі. БАҚ-та цифрландырудың маңыздылығы қазіргі жағдайдағы жаңа бағыттар арасында интернет журналистиканы дамытудың қозғаушы күші ретінде танылады. Бұқаралық ақпарат құралдары кезегінде саяси коммуникацияның субъектісі болып табылады. Бұл бүгінгі таңда медиа-желі арқылы әлемдік, мемлекеттік істер мен оқиғалар туралы электрондық нысанды жедел ұсынудың қазіргі заманғы тәсілі деуге болады. Басқаша айтқанда, интернет журналистика – бұл бұқаралық ақпарат құралдарының ақпаратын коммуникативті жүйеге енгізу.

Сондай-ақ әлемдік кеңістікте көрінетін интернет шекарасы мен оны тұтынушылардың болмағаны халықаралық қатынастардағы интернет журналистика маңыздылығының жоғарылауына, қоғамдық ой мен әлем жаңалықтарының таралуына ықпал етеді. Жаңа медиа коммуникация жағдайында тыңдаушылар және тұтынушылардан тұратын медиа жүйесімен жұмыс істеудің жаңа тәсілдері журналистерден медиа көздерден сапалы жаңа кәсіби дағдылар мен білім алуды талап етеді. Байланыстың заманауи әдісін сипаттайтын жаңа медиа жүйенің жұмысының қажетті компоненттері-белгілі мақсатқа жету құралы болып табылатын компьютер және ақпаратты әзірлеуші және тұтынушы ретінде барлық әрекеттерді бір жүйеге байланыстыратын пайдаланушы. Бұл электронды байланыс әлемімен өзара әрекеттесуге мүмкіндік беретін электронды әлем. Бұқаралық ақпарат құралдарын цифрлық жүйелеуде интернеттің мүмкіндіктерін кеңейту қоғамдық дамудың әмбебап коммуникациясына және мемлекеттің осы заманғы жеткен жетістігін халыққа таратуға кең жол сілтейді.

Жаңа медианың дамуы журналистердің жұмысын өзгертеді және журналистер, журналистік ұйымдар және олардың көптеген қоғамдық топтары, әсіресе аудиториялар, ақпарат көздері арасындағы қатынастарды қайта қарастыруға әкеледі. "Автор-адресат" Әлеуметтік және психологиялық рөлдерінің шекаралары жойылады, мәртебелер арасындағы айырмашылық жоғалады. Бұрын журналист неғұрлым құзыретті, беделді тұлға, ақпараттың бастапқы көзі ретінде қабылданған, бірақ бүгінде коммуникативтік процеске қатысушылардың өзара байланысы желілік сипатқа ие болды, мұнда тыңдаушының немесе оқырманның аудиториясы коммуникативтік процестің белсенді қатысушысына айналады. Веб-журналистің жетекші сапасы аудиториямен адал және ұзақ мерзімді қарым-қатынас құру, белгілі бір дәрежеде редакциялық бақылауды қоғамға беру мүмкіндігі болып табылады. Бұл міндет жаңа медианың әртүрлі платформаларында әмбебап веб-журналистер арасында әртүрлі тәсілдермен жүзеге асырылады, оларға рюкзактар деп аталатындар қосылады журналистер және wiki журналистері. Бұл мәселеге басқаша көзқарасты кәсіби журналистер емес, жаңа медиа қолданушыларының аудиториясына жақын азаматтық және жаңа медианың журналистерінен байқауға болады [1].

Жаңа медианың шындығы интернет журналистика авторларының жаңа түрлерін қалыптастырады, бұл осы саладағы өзгеріп отыратын басымдықтарға жауап ретінде мультимедиялық редакциялардың, блогтардың жұмыс істеуінің жаңа принциптеріне әкеледі. Медиа қоғам қайраткерлері арасында құзыретті пікірталастар өткізуді ынталандырумен қатар, бізді қоршаған орта туралы ақпараттың негізгі көзі. Сонымен бірге, медиа демократиялық үрдістің өмірлік маңызды қозғаушы күші және халықтар арасында мәдени байланыстар орнату құралы. Медиа және басқа да ақпараттық қызметтерге (кітапхана, мұрағаттар, интернет) жүктелген функцияларды тани білу медиасауатты тұлғаға жүктелетін маңызды құзіреттілік. Медиасауаттылық және ақпараттық сауаттылықтың қоғамдық өмірде алатын орны өте маңызды.

Медиасауаттылық – цифрлық технология дәуіріндегі медианың әр типіне жақсы икемделу мен олардың мәнін түсіну қабілеті. Қазіргі қоғам әртүрлі ақпарат көздерінен кең көлемде ақпарат береді және тек ақпараттың үйреніп қалған дәстүрлі ақпарат құралдары (телевизия, радио, газет пен журналдар) ғана емес, сонымен қатар мәтіндік хабарламалар, бейне роликтер, әлеуметтік желілер, жарнама және тағы басқалары. Бірақ барлық медиажүйелерді біріктіретін мақсат – ол ақпаратты белгілі бір себеппен құрастыру. Бұл себепті түсіну үшін әр адам сыни ойлауға үйренуі қажет [2].

Ақпарат әлемінде, әсіресе әлеуметтік желілерде, аудитория сұранысына оң ықпал ету мақсатында медиасауатты, креативті, визуалды медиаконтент ұсыну – жаңа медиа алаңындағы жаңа тренд үрдісінің стратегияларына сәйкес бағдар. Кездейсоқ мазмұнды медиамәтін тек қысқа уақытқа пайдалы және ол жарияланымнан кейін тез жоғалады. Бүгінгі күні адамдар сапалы контентті тұтынуға көңіл бөлуде. Сондықтан қызықты оқиғалар (stories) – қысқа және тартымды болмақ. Яғни, медиамәтін жасауда және ұсынуда мазмұнының өзге де жақтарына көңіл бөлу керек. Осы ретте өмір сүрген және әлеуметтік призма арқылы берілген қызықты оқиғалар құрудың толық циклі туралы түсінік беретін әдіс – Мультимедиялық сторителлинг ("Story-telling" ағылшын тілінен аударғанда ("хикаялату")) [3].

Яғни, заманауи тілмен айтқанда, сторителлинг деп оқиға немесе оқиға арқылы ақпаратты тарату әдісін айтамыз. Ойластырылған және сауатты берілген әңгіме, көбінесе қызықтырып, кейде тіпті құрғақ фактілерге қарағанда жақсы, конверсия тұрғысынан анағұрлым маңызды әсер туғызады. Сторителлингте көтерілген тақырыптың әсерлі болуы көрерменді бей-жай қалдыра алмайды, сол оқиғаның мән-жайын сезінуге мүмкіндік береді. Мысалы, карамель қабатымен және сүтті шоколадпен жабылған классикалық, аппетитті "Twix" печенье таяқшаларын алсақ, көптеген жылдар бойы сатып алушыларға танымал өнім. Бейнематериалдағы комедиялық жағдайлар мен өнімнің жарнамада пайда болғаны жаңалықтағы ең жақсы балама ретінде қабылданды. Бұл көбіне брендтің аудиториямен

қарым-қатынасының нәтижелі болуына әсер етеді. Адамзат баласының қарым-қатынас жасау қажеттіліктерінің болуы дәлелденген деректер, ол шамамен XX ғасыр шегінде пайда болған әлеуметтік желілер адамдардың арасындағы үлкен қашықтыққа қарамастан, бір-бірімен хабар алмаса алуына бағытталған. Ал бүгінгі таңда әлеуметтік желілер көптеген қосымшалары бар көп миллиондық ресурстар құралына айналып отыр [4].

Әлеуметтік медиа – бұл пайдаланушылардың өзара виртуалды қауымдастықтармен байланысып, контент жасауға және онымен бөлісуге мүмкіндік беретін веб-сайттар мен қосымшалар. Сонымен қатар әлеуметтік медианың жұмысына жеке адамдардан бөлек мекемелердің ақпараттық коммуникациялық жұмыстары да жатады. Әлеуметтік медиада әңгімелесу арқылы да өзін-өзі көрсетудің әдістеріне ие болуда. Әлеуметтік медиа коммуникация саласын өзгертіп қана қойған жоқ, Жаңа медиамен жұмыс жасаушылардың саны артуымен бірге адамдардың өмірінде үлкен маңызға ие болды деп айта аламыз. Әлеуметтік медиа әлемдегі өзге өндірістің салаларын да қамтып отыр. Адамдармен қатар мекеменің, кәсіпорынның, ұйымның халықпен өзара байланысын реттеу арқылы әлеуметтік медиа платформалары жиі қолданылады. Интернеттен алынған ақпараттар мен мәліметтерді халыққа қолжетімді етуге септігі тиюде.

Қазіргі кезде әлеуметтік желінің кең тараған түрлері – Whatsapp және Youtube, Facebook желісі. Аталған әлеуметтік желілерді қоғамда күнделікті пайдаланушылардың саны өте көп. Мысалы, деректерге сүйенсек, Facebook-тің 2,4миллиард, Youtube пенWhatsapp-тың 7,7 миллиардтан астам қолданушысы бар екен. Бұл көрсеткіш әрине, ғаламтор тұтынушылары арасында жоғары.

Кейбір платформалардағы гендерлік айырмашылықтар өте үлкен. Мысалы, Pinterest-ті пайдаланатын әйелдердің үлесі ер адамдардың үлесінен екі есе артық. Reddit-те ерлер үлес жағынан екі есе артық»-дейді журналист Олжас Бейсенбай өз мақаласында [5].

Әлеуметтік медиа желісінің қоғамдық-саяси тұрғыдан да септігі бар екенін көре аламыз. Мысалы айтар болсақ, 2008 жылғы АҚШ-тағы президент сайлауында Б.Обама әлеуметтік желінің көмегі арқылы сайлаушылардың сенімінен шыққан. Одан кейінгі президент Д.Трамп та саяси танымалдылықтан гөрі кәсіпкер ретінде өзіндік имидж қалыптастырып, жеңіске жеткен. Сондықтан да ғаламтор желісінің талабы – ақпараттың үнемі жаңаруы. Сол себепті, газет сайттарының жұмысы үнемі жаңартылғаны дұрыс. Біз қазіргі кезде АҚШ және ресей өнімдерін интернетте көп пайдаланып жүрміз. Қазақ тіліндегі контент дайындайтын мамандардың жоқтығынан осындай жағдайлар орын алуда.

Интернет журналистиканың дәстүрлі БАҚ орнын баса алмасы анық. Алайда, дәстүрлі БАҚ оқырманға интернеттегі сияқты жылдам әрі ықшам ақпарат таратуды қолға алса, жаңа медиа тұтынушыларын өздеріне тарта алатын еді. Себебі, оқырманның ақпаратты тұтыну тәсілі өзгеріске ұшырады [6].

Интернеттегі медианың дамуы үшін әлі де көп орын бар. Баспа басылымдарының Интернет-нұсқалары интерактивтілік пен краудсорсинг арқылы дами алады, ал онлайн теледидар жарнаманы мазмұнды монетизациялау арқылы алмастырады. Бұрын интернет жас ұрпақтың алаңы болса, қазір пайдаланушының портреті жасына қарай өсуде. Бұл интернеттегі ақпаратты тұтынудың екпінін айтарлықтай өзгертеді [7].

Қорытындылай келе, онлайн-БАҚ-та өз тұтынушысын барлық жағынан алғанда, әртүрлі платформаларда сүйемелдеуге, оған қызығушылық танытатын нәрсені ұсынуға және сәйкесінше оның ақпараттық қажеттіліктерін белсенді түрде зерттеуге деген адал, перспективалы ұмтылыс бар. Бұқаралық ақпарат құралдары жекелендіруге және мазмұнды тексеруге мұқият болуға ұмтылуы керек, әсіресе соңғы уақытта интернетке деген сенім үрдісі артып келеді. Осылайша, болашақта "азаматтық" журналистиканың құлдырауы болуы мүмкін. Мұны "веб-шолу" жанрының танымалдығы ұстануы мүмкін. Қазір желілік БАҚ-та ақпаратты беру жылдамдығы тек авторлардың өзіндік сапалы мазмұн жасау қабілетімен және коммуникациялардың дамуымен шектеледі. Мәселенің технологиялық жағы қарқынды дамып келе жатқандықтан, журналистер тез үйреніп, жаңа технологияларды ұстануы керек.

Әдебиеттер тізімі

1. Султанбаева Г.С. Мультимедиалық журналистика. Оқу құралы. –Алматы: Қазақ университеті, 2017ж. -267б.
2. Есқуатова Н.Б., Султанбаева Г.С. Интернет-журналистика. Оқу құралы. Қазақ университеті, 2015ж. -188б.
3. Федоров А.В., Новикова А.А. Медиа и медиаобразование // Алма Mater: Вестник высшей школы. –Алматы, 2001. -№11. С.32-33.
4. Бейнбриж Жейсон, Гок Никола, Тайнан Лиз. Медиа и журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. Алматы: Ғылым, 2015ж. -504б.
5. Жолдыбай К. Ізденіс әркімнің өзінен басталады. // Егемен Қазақстан, 2012. 5 сәуір, Б. 4.
6. Toktarbai B. New Media: Civic Journalism and Domestic Media. Bulletin of LN Gumilyov Eurasian National University Journalism Series [Internet]. 2018;122(1):74–9. Available from: <http://dx.doi.org/10.32523/2616-7174-2018-122-1-74-79>
7. Maulen Z, Toktarbai B. Information Technology and Traditional Journalism. Bulletin of LN Gumilyov Eurasian National University Journalism Series [Internet]. 2019;128(3):53–60. Available from: <http://dx.doi.org/10.32523/2616-7174-2019-128-3-53-60>

Аннотация

В статье рассказывается о системе развития интернет-журналистики. В данной работе были рассмотрены основные тенденции развития современного интернет-СМИ и работа новых медиа. В целом определялась работа интернет-изданий и традиционных СМИ в интернет-журналистике. Доказаны тенденции в новых медиа и функция социальных сетей. К этому предусмотрена исследовательская и дальнейшая работа в области интернет-журналистики. Для того, чтобы интернет-журналистика имела высокие показатели, еще предстоит многое сделать. Также приводятся данные сравнительных исследований о глобальности влияния интернет-СМИ. Также была рассмотрена возможность доступ новых медиа к различным целевым аудиториям и расширению сети Интернет. Речь идет о текущем состоянии цифровизации в СМИ.

Abstract

The article notes the development of the Internet journalist system. This work examined the main trends in the development of modern Internet media and the work of new media. In general, the work of Internet research and traditional media centers on Internet journalism has been determined. Trends in new media and social media features were noted. In this regard, a decision was made to further operate in the field of Internet journalism. In order to create an Internet journalist, she has shown a high level, moreover, is of great importance. Thus, data from average studies on the globality of Internet media management. It was also noted that the availability of new media to various target audiences and the expansion of the Internet. We can do this for digitalization in the media.