

Сердәлі Б.К.
**Баспасөз қызметінің
ғаламтордағы жұмысы**

Мақалада баспасөз қызметінің ғаламтордағы бет-парақшалар арқылы атқаратын жұмысының тәсілдері қарастырылады. Трендтік басқару, виртуалды технологияны қолдану, креативті ойлау сияқты заманауи әдіс-тәсілдер нақты мысалдар арқылы сөз болады. Сайтқа қолдау жасау мен оны басқару принциптері ғаламтор жүйесіндегі ақпарат таратуға қатысты негізгі жүйелер негізінде дәйектеледі. Әсіресе, мақала авторы ғаламтор-газеттердің ақпараттық кескіндерді (инфографиканы) беру тәсілдері мен мақсатты аудиториямен жұмыс жүргізу ерекшеліктеріне кеңінен тоқталған. Web-сайттардың аудиторияға әсер ету сипаты, безендірілу брендтері де назардан тыс қалмаған. Мұнымен қатар мақалада қолжетімді технологияны қолдану арқылы баспасөз қызметінің оқырманға тигізер ықпалы, оқырман таңдауы, web-сайттардың қоғамдық пікірге, қажетті ақпаратқа қосар үлесі, онда орналасқан материалдардың аудиторияға тарауы салыстырыла баяндалған. Виртуалды кеңістікті қолдану технологиясы туралы нақты мысалдар келтірілген.

Түйін сөздер: баспасөз қызметі, ғаламтор журналистикасы, web-қор, ақпарат, блогер.

Serdali B. K.
**The work of the press service on
the Internet**

The article discusses the fact that one of the core competencies to the press service should be striving for constant search for new ways to achieve goals while minimizing wasted resources, first of all, the material. Such an opportunity is given in recent years, the Internet with the help of which can yield a significant proportion of the population practically without intermediaries.

Key words. Press office, online journalism, web-resources, information, blogger.

Сердали Б.К.
**Работа пресс-службы
в Интернете**

В статье рассматривается то, что одним из основных профессиональных качеств сотрудника пресс-службы должно быть стремление к постоянному поиску новых способов достижения цели при минимизации затраченных ресурсов, в первую очередь, материальных. Такую возможность дает в последние годы Интернет, с помощью которого есть возможность выхода на значительную часть населения практически без посредников.

Ключевые слова: пресс-служба, интернет-журналистика, web-ресурс, информация, блогер.

БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІНІҢ ҒАЛАМТОРДАҒЫ ЖҰМЫСЫ

Сөз жоқ, БАҚ-тағы жаңа технология адамзат баласының ақпарат алуын барынша жеңілдетіп отыр. Бұрын күнделікті жаңалықтан хабардар болып отыру үшін газет дүңгіршегіне барып қажетті басылымдарды сатып алатын болсақ, қазір үйден шықпай-ақ, ғаламтор арқылы әлем жаңалықтарынан құлағдар болып отыруға мүмкіндік бар. Осыдан 10 жыл бұрын баспасөз-релизін жіберу үшін факс қызметін қолданатын едік, ол айтарлықтай көп уақыт алатын, қазір хабарламаны бірнеше секундтың ішінде электронды пошта арқылы бірнеше адреске қатар жіберуге болады. Баспасөз қызметінің ең басты кәсіби сапасының бірі, міне, осылайша уақытты үнемдеуде жатыр. Бұл, әсіресе, материалдық жетістіктерге жету үшін таптырмас құрал.

Мұндай мүмкіндіктерді соңғы кездері бізге электронды пошта беріп отыр. Тек телеарна, радио ғана емес, ғаламтор да осындай жеңілдік тудыра алатын құрал. Оның көмегімен ешбір делдалсыз-ақ халықтың елеулі бөлігімен кез келген уақытта хабарласуға, байланысуға жол ашылды. Ақпаратты тек мерзімді басылымнан ғана емес, ғаламтор сайттары арқылы ғаламтор-газеттерден де алуға болатынын уақыт дәлелдеп отыр. Блоггерлер ғаламтор-жазылушыларға тікелей шығуға мүмкіндік туғызуда. Виртуалды технологияларды қолдану мүмкіндігі де аз шығын шығарып, жоғары нәтижеге жетудің көрнекті мысалы бола алады.

БАҚ жүйесінің құрылымындағы өзгеріс және мультимедия трендік басқару құрылымындағы қоғаммен байланыстың қызметіне айтарлықтай әсер етті. Қазір көптеген министрліктер мен ведомстволардың баспасөз қызметтері қоғаммен байланыс аясында ғаламтор желісіне ақпарат таратуға мүмкіндік алды. Бұл айғақ кәсіби медиахолдингтер мен телекомпанияларда бейнеөнімдерді техникалық өлшемдерсіз ғаламторға орналастыруға болатынын дәлелдеп отыр.

Баспасөз қызметінің ғаламтор жүйесіндегі қорларды қолдануының мынандай бағыттарын ерекше атап өтуге болады:

- Мекеменің қызметі мен соңғы жаңалықтарын елді мекемелерге кедергісіз тарату;
- Нақты жағдайдағы мақсатты ақпараттың әсерін арттыру;
- Қоғамдық пікірталастарды басқару;

• Мекеменің қызметін ұйымдастыру және оның хабар тарату қызметін мониторинг жариялау арқылы кеңейту, қазіргі жағдайға қарай дамығысы келетін мекемелерге қажетті қызмет бағытына сай ғаламторда өз сайты ашып алуына мүмкіндік жасау.

Ақпараттанудың бұл тәсілі барлық салада қолданылады, алайда осы қызметте биік дәрежеге жетудің жолын бәрі біле бермейді. Ол үшін каталогты тарату және басып шығару үшін шығын жұмсаудың қажеті жоқ, буклет, корпоративтік газет шығаруға да қаражат жұмсап әуре болмайсыз, электронды пошта арқылы қызмет ете бересіз, бұл анағұрлым арзанға түседі.

Сайтты қолдау мен дамыту баспасөз қызметінің міндетіне кіреді. Сол үшін желідегі технологиялық жұмыстар бұл құрылымның басымдығына ие болады.

Баспасөз қызметінің басшылығы міндетті түрде келесі қағидаларды ұғып алуы тиіс:

• Ғаламтор сайты – бұл мекеменің келбеті. Біз онымен неғұрлым көбірек жұмыс істесек, соғұрлым жұмыстан нәтиже шығады;

• Ғаламтор болашақтың технологиясы, мәні мен мағынасы;

• Ғаламтор елге ақпарат беріп ғана қоймай, қоғамдық трендтер мен процестер туралы мәлімет алуға мүмкіндік береді [1].

Ресми сайт – мекеме мен қоғам арасындағы қарым-қатынасқа әсер ететін орасан зор құрал болып табылады. Ол мекеменің оңды беделін арттырады, басшылардың имиджін көтереді, жұмыс сапасын көтереді. Баспасөз қызметінің қажеттілігіне қарай ғаламтор қорларын жіктеу және аудиторияны кеңінен қамту өзекті мәселе болып табылады.

Аталған жіктеудің көмегімен қарым-қатынастардың мүмкіндігін айқындауға, сол арқылы ақпаратты әрі қарай жылжытуға, жаңа құралдарды технологиялық тұрғыда жинақтауға, қажет болған жағдайда жұмысты толықтай меңгеруге болады.

Web-қордың жіктелуі аудиторияға игі әсер етеді. Рейтинг шкаласы бойынша өз сайтыңды бағалап, баспасөз қызметінің жұмысын бақылап отыруға мүмкіндік бар.

Web-сайттар аудиторияға әсер ету сипаты жағынан былайша жіктеледі:

• Аутсайдерлер.

Аталған топтар ұйымдастырылуы төмен деңгейдегі сайттар болып есептеледі. Олар қолданушыларға әлсіз ғана әсер етеді, ешқандай эмоция тудырмайды. Көп жағдайда мұндай қорларда ақпаратты қабылдау өте күрделі, мәтіндері де

сауатсыз, олар көбіне жарнамалық жобаларды еске түсіреді. Сөйтсе де олар өз қолданушыларын тәуелді болуға мәжбүрлейді. «Әлсіз» топқа жататын сайттардың безендірілуі де әлсіз. Дизайны көріксіз. Беделді, мәртебесі бар мекемелер әлсіз сайттарды пайдаланбайды. Жалпы, ғаламтордағы желілер тек ақпарат тарату құралы ғана емес, мекеменің «визит картасы» да, ол қоғам алдындағы өзін-өзі танудың маңызды формасы.

• «Орташалар»

Мұндай сайттар қолданушыларға орташа дәрежеде әсер етеді. Оның топтары өте көп болады. Мұндай сайттың безендірілуі жақсы болғанымен, контенті әлсіз болады (*контент* – ғаламтор мәтіннің ақпараттық мәні бар бір бөлігі). Кейде жақсы сайт көзге ұрып байқала бермейді, өйткені онымен тұрақты айналысып жатқан ешкім жоқ. Бұл да айтарлықтай кемшілікке жатады. Осы сияқты қателіктердің бірі: аталған топтың басқарушылары аудиториямен жұмыс жүргізбейді. Осының салдарынан желінің көптеген беттері мекеменің жарнамалық буклеттеріне ғана арналып, аудиториямен жұмыс істеудің жолдарын іздестірмейді. Бірқатар сайт жасаушылар қазіргі ақпараттық нарықтың өте мол әрі тығыз орналасқанын ескере бермейді, ескі тәсілдерді қолданып, ақпаратты түрлендіріп беруді ойламайды. Қазіргі қоғамдық қарым-қатынаста жаңа тәсілдер өзекті болып табылады, дәйексөздер мен сілтемелерді, ақпаратты, әсіресе ой-өрісті өсіретін танымдық материалдарды, белгілі тұлғалардың жеке пікірлерін қолдану жақсы нәтиже береді.

Сайтты безендірумен айналысатын баспасөз қызметінің маманы әртүрлі, кең тақырыптарға қызығатын қолданушыларға бірінші кезекте жағдай жасайды. Сондықтан желілік қорларды саясатпен, экономикамен ғана шектемей, әртүрлі салада: мәдениет, спорт, сәндік өнер, қаржы, өнер тақырыптарына қолданған жөн.

• Күштілер («түрткі болатындар»)

Күшті сайттар қатарына өз хостингінде күшті ондықтардың қатарынан табылатын, өз бетпарақшаларын кәсіби деңгейде құра алатын, жаңа қолданушылар қатарын күн сайын арттырып отыратын, үнемі қызық та пайдалы ақпарат ұсынуды қалайтын сайттар жатады. Көп жағдайда «күшті» деп оқылымы жағынан жазылушысы көп, ерекше тақырыптарға қорықпай еркін бара алатын, ерекше авторлық жобасы бар сайттарды айтады. Қазіргі виртуалды кеңістікте эксклюзивті мүддені сақтау қиын. Егер кейбір сайттарға жаңалық ойлап табу, адамды өзіне тарту, ақша қолдану мүмкіндігі туа қалса, негізгі идеяны алмастыратын қосымша жоба түзуге асығады.

Сондықтан желіде үнемі негізгі топтың алдында жүретін сайт ғана көшбасшы бола алады. Тұтынушыларға күнделікті жаңалық ойлап табатындар бұл көшбасшылар дүрмегіне ілесе алады.

Бұл тұрғыда <http://www.minber.kz>, <http://www.abai.kz>, <http://www.nur.kz>, <http://www.tengrinews.kz> сияқты порталдар осының оң үлгісі бола алады. Өйткені, оның әкімгерлері үнемі ерекше жобалар ұсынып отыруды қалайды.

Күшті сайттардың тағы бір артықшылығы – қолданушыларды қандай да бір жаңашылдыққа итермелеп, тек осы желіге ғана тәуелді болуға мәжбүрлейді.

Бұған әртүрлі тәсілдер арқылы жетуге болады. Соның бірі – түрлі конкурстар арқылы жазылушыларды белсенді қызметке тарту, ең маңызды жаңалықтарға шолу жасау. Күшті сайттар бәрінен бұрын кез-келген маңызды жаңалыққа еріксіз сендіретін, мәжбүрлейтін желілер.

Қолжетімді технологияны қолдану арқылы баспасөз қызметі оқырман таңдауға ықпал жасайды. Оның таңдауы бір қарағанда жасанды, ерікті таңдау болып көрінуі де мүмкін. Әрине, мұндай web-сайттар қоғамдық пікірге, қажетті ақпаратқа салмақты үлес қосады, онда орналасқан материалдар аудиторияға кең көлемде тарайды.

Баспасөз қызметіне мұндай қор жасау үшін тәжірибе, төзім, белгілі бір дәрежеде ұмтылыс қажет. Мұндай нәтижелі әрекетті жергілікті, аймақтық жерлерде де жасауға болады.

Сөз жоқ, виртуалды кеңістікті қолдану технологиясы күннен-күнге артып келеді. Сондықтан қоғаммен байланыс маманы өз білімін үнемі жетілдіріп отыруы керек. Сол арқылы ғана ол жақсы жетістіктерге қол жеткізе алады.

Ғаламтор қорларын дамытумен айланысатын қызметкер ең алдымен төмендегі мәселелерде маман болуы тиіс:

1. «Қолданушылар біздің сайттан өзіне пайдалы ақпарат таба алды ма?»;

2. «Біздің сайтқа келесі жолы да кіруге оның ынтасы бар ма?».

Кез келген ғаламтор қорын дамыту үшін міндетті түрде мына басым міндеттерді шешуге тура келеді [2]:

- Сайт тек баспасөз қызметі қарайтын мекеме қызметкерлеріне ғана емес, ғаламтор желісін қолданушы кез-келген адамға да пайдалы болатынын ұғындыру.

- Сайт жұмыс істеуге ыңғайлы болумен қатар, қордағы жаңалықтар үнемі алмасып отыруы тиіс, ақпарат екіұшты емес, жалпы көпшілікке ұғынықты болғаны дұрыс.

- Ғаламтор қоры тек материалдар жиынты-

ғын құрап қана қоймай, визуальды жағынан да әсем безендірілуі тиіс (фотосуреттер, кестелер, ақпараттық кескіндер (инфографикалар), флэш-анимациялар т.б.).

- Сайт ақпараты қызықты әрі түсінуге ыңғайлы болуы керек. Бұған ғаламтор-газеттердің сайттары мысал бола алады.

Мекеме сайтының қарапайым үлгісі (құрылымы) төмендегідей болады:

- Басты беті (PR арнау);
- Мекеме туралы (жалпы мәліметтер);
- Жаңалықтар (күнделікті, апталық, айлық негізгі ақпараттар)

- Қызмет көрсету салалары (бөлім тізімдері)
- Біздің әріптестер (мақсатты әріптестердің сайттарына сілтемелер)

- Сұрақ-жауап (маңызды сұрақтарға жауаптар)

- Байланыс (мекен-жай, телефон, e-mail)

Ғаламтордағы сайт мекеменің ерекшелігіне қарай құрылуы қажет. Бұдан өзге желі түзудің технологиялық басқа да түрлері кездеседі. Олар әртүрлі дизайнерарымен, визуалды көрінісімен ерекшеленеді.

Ғаламтордағы бет-парақшаларымен жұмыс жүргізгенде келесідей негізгі ережелерді (мүдделерді) сақтауға тура келеді.

Бренд. Баспасөз қызметі қарайтын мекеменің жеке сайтының бар екеніне жазылушылардың көзін жеткізу. Мекеме сайтының ерекше, есте сақталатын өзіндік келбетін айқындау. Жазылушының санасында осы мекеме ол үшін пайдалы деген ойды орнықтыру.

Мұндай жағдайда мекеме қызметкерлерінің патриоттық сезімі маңызды орын алады. Көп жағдайда «жергілікті патриотизмді» арттыру үшін ұйымның беделін көтеруге тура келеді [3].

Қордың өзіндік еске сақталатын шапкасы (атауы) болғаны жөн (көбіне беттің жоғарғы жағында мекеменің аты көрсетілген логотип кездеседі). Негізгі мақсаты – қолданушыларды мекеменің мекеніне, брендіне назар аударту. Сол маңның пейзажын, интерьерін, экстерьерін фотосурет түрінде орнықтырып қойса да болады. Сайттың шапкасы коллаж түрінде орындалса тіпті әдемі көрінеді.

Шапкадағы фотосуреттерді құбылтып өзгерту арқылы сайтты одан да жетілдіре түсуге болады. Оны ай сайын өзгертіп отырса тіптен жақсы. Бұл назарды тез аударады және қолданушы оны есінде жақсы сақтайды.

Сайт шапкасының көрнекті жерінде мекеме логотипінің тұруы сенімді нығайта түседі.

Мемлекеттік мекемелердің логотипін мем-

лекеттің елтаңбасы құрайды. Бұл қолданушылардың ақпаратқа деген сенімін арттырады. Ал аймақтың және мекеменің логотиптері шуақ төгілгендей ашық түспен құйылып тұруы тиіс. Мұны анимацияның қарапайым тәсілімен іске асыруға болады.

Пайдалылық факторлары. Интернет желісіндегі беттерді жақсартудың, дамытудың маңызды тәсілдерінің бірі – әмбебаптығында. Web-сайттың қосымша бөлімдері әртүрлі аймақтардан қызықты ақпараттар мен мәліметтер беріп тұрғаны жөн. Мысалы, аймақтың аумақтық көлемі, тұрғындар саны, жолдың қашықтығы, әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі, өлкенің көрнекті жерлері, анықтамалық ақпараттар, қажетті телефондар, тарихи шежірелер, түрлі пайдалы ақпараттар.

Кездейсоқ сайтымызға еніп қалған қолданушылардан айрылып қалмаудың әдіс-тәсілдерін пайдаланған жөн. Мұндай бағыт қордың бәсеке-лестік мүмкіндігін арттырады.

Қазіргі ақпараттық қоғам қажетті мәліметтерді іздеуге уақыттың аз қалғанын білдіреді, сондықтан адамдар өздерін не қызықтыратынын біле бермейді. Мұндайда қолданушыға кең ауқымды ақпарат ұсынған мекеме ғана ұтады. Жалпы, ақпаратты адамдар арнайы іздемейді, оның өзі үшін қаншалықты қажет екендігін білмейді, білуге де ойланбайды. Егер біз осы қажетті ақпараттарды сол беттен шықпай-ақ алуға мүмкіндік жасасақ, онда қолданушының мақсатын жеңілдетеміз әрі қордың беделін арттырамыз. Сайып келгенде, мекеме туралы оңды пікір қалыптастырамыз.

Әдебиеттер

- 1 <http://www.press-service.ru>
- 2 <http://www.adilsoz.kz>
- 3 Роль СМИ в электоральных процессах // Центр содействия демократии. – Талдықорган, 2004.

References

- 1 <http://www.press-service.ru>
- 2 <http://www.adilsoz.kz>
- 3 Rol SMI v elektoralnyh protsesah // Tsentr sodaistvia demokrati. – Tal dykorgan, 2004