

Д. Қастай* , Қ. Башанова 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан

*e-mail: dastan.kastay@gmail.com

ҰЛТТЫҚ ДӘСТҮРЛІ БАҚ-ТЫҢ ЖАҢА МЕДИА АЛАҢЫН БЕТКЕЙЛЕУ МИГРАЦИЯСЫ: ЖУРНАЛИСТИК ШЕБЕРЛІК ПЕН ТАРИХИ САБАҚТАСТЫҚ САРЫНЫ

Зерттеу жұмысының мақсаты – қазақ публицистикасының тарихи-теориялық негіздерін зерттеп, дәстүрлі басылымдардың жаңа медиа талаптарына сай формациялануын ғылыми тұрғыдан талдау.

Ал зерттеу жұмысының идеясы – ақпараттық кеңістіктегі инновациялық өрлеу мен медиа миграцияға ұлттық құбылыс мысалында баға беру.

Технологияның дамуы кез келген саладағыдай ақпарат және коммуникация әлеміне түрлі өзгерістер әкелді. «Ақпараттық дәуірмен» бірге өмір тәртібіне, біздің салт-санамызға «жаңа медиа», «әлеуметтік желілер», «диджитал туындыгерлік» сынды ұғымдар енді. Бұл – жаңа дәуірдің бастауы. Журналистикада аталмыш бетбұрыстар жаңалық мен ақпарат тарату түрөзгерісі, яғни дәстүрлі БАҚ-тан жаңа медиаға ауысу кезеңі ретінде көрінеді. Бұл зерттеу дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының динамикасын және жаңалықтарды таратудың дәстүрлі әдістерін ескеруден, ұлттық журналистикадағы формацияның қисынгерлігі мен шешімгерлігін шығармашылық және техникалық сипатта сұрыптаудан басталды. Кейінірек дәстүрлі БАҚ-тан жаңа медиаға көшу процесі айқындалып, тарихи динамика стандарттарына сай бағаланды. Жаңа медиа ортаның трансформациясы ұлттық журналистика қайнарларына қалай және қаншалықты әсер еткенін анықтауға талпыныс болды.

Бұл зерттеуде ұлттық журналистика әлеміндегі дәстүрлі БАҚ-тың жаңа медиаға көшу процесінде туындаған өзгерістерге талдау жасалды, әдебиеттер шолынды, басылым журналистерінің соны шығармашылық ізденістері мен туындыгерлігі талданды, ұлттық ақпарат таратудағы жаңа медианың ерекшеліктері анықталды.

Аталмыш зерттеу жұмысының ғылыми және практикалық мәні ретінде дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының («Егемен Қазақстан», «Қазақ әдебиеті», «Айқын» газеттері) табиғи формациясына баға беру нысанға алынды. Сонымен қатар, дәстүрлі БАҚ интеграциясына қатысты соны зерттеулерге жол ашуға серпін беру көзделді. Ізденіс методологиясы ретінде салыстыру және тарихи әдіс кәдеге жарады.

Түйін сөздер: БАҚ, коммуникация, медиа, софт-жаңалық, плюрализм, гегемония, диджитал туындыгерлік.

D. Kastay*, K. Bashanova

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

*e-mail: dastan.kastay@gmail.com

Migration of national traditional media to a new media site: journalistic skills and historical precedence

The purpose of the research is to study the historical and theoretical foundations of Kazakh journalism and to scientifically analyze the formation of traditional publications in accordance with the requirements of new media.

And the idea of the research work is to assess innovative growth in the information space and media migration as an example of a national phenomenon.

The development of technology has brought various changes to the world of information and communication, as in any field. Together with the “information age”, such concepts as “new media”, “social networks”, “digital art” have entered our life order, our customs and consciousness. This is the beginning of a new era. In journalism, these turns are seen as a kind of change in the dissemination of news and information, that is, a transition from traditional media to new media. This study began with taking into account the dynamics of traditional media and traditional methods of news dissemination, with a creative and technical selection of the logic and decisiveness of the formation in national journalism. Later, the process of transition from traditional media to new media was determined and evaluated ac-

ording to the standards of historical dynamics. There was an attempt to determine how and to what extent the transformation of the new media environment influenced the sources of national journalism. In this study, the analysis of changes in the world of national journalism in the process of transition of traditional media to new media was carried out, the literature was reviewed, the creative search and creativity of print journalists was analyzed, and the features of new media in the dissemination of national information were identified.

The natural formation of traditional mass media ("Egemen Kazakhstan", "Kazakh literature", "Aikyn" newspapers) was assessed as the scientific and practical value of the mentioned research work. At the same time, it was intended to give an impetus to the research on the integration of traditional media. Comparative and historical methods were used as research methodology.

Key words: Media, Communication, soft news, pluralism, hegemony, digital art.

Д. Кастай*, К. Башанова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

*e-mail: dastan.kastay@gmail.com

Миграция национальных традиционных СМИ на новую медиаплощадку: журналистское мастерство и историческая преемственность

Цель исследовательской работы – изучение историко-теоретических основ казахской публицистики и научный анализ формализации традиционных изданий в соответствии с требованиями новых медиа.

Идея исследовательской работы состоит в том, чтобы оценить инновационный рост в информационном пространстве и медиамиграцию как пример национального явления.

Развитие технологий принесло различные изменения в мир информации и коммуникации, как и в любую другую область. Вместе с «Информационной эпохой» в наш образ жизни вошли такие понятия, как «Новые медиа», «Социальные сети», «Диджитал искусство». Это начало новой эры. В журналистике данные поворотные моменты проявляются как смена новостей и распространения информации, то есть переход от традиционных СМИ к новым медиа. Это исследование началось с учета динамики традиционных средств массовой информации и традиционных методов распространения новостей, анализа логики и изменения форм подачи информации в национальной журналистике как творческого, так и технического характера. Позже был определен процесс перехода от традиционных СМИ к новым медиа и оценен в соответствии со стандартами исторической динамики. Трансформация новой медиасреды была попыткой определить, как и в какой степени это повлияло на источники национальной журналистики. В данном исследовании проведен анализ изменений, возникших в процессе перехода традиционных СМИ в мире национальной журналистики на новые медиа, проведен обзор литературы, проанализированы творческие поиски и творчество журналистов анализируемых изданий, выявлены особенности новых медиа в национальном распространении информации.

В качестве научной и практической ценности указанной исследовательской работы принята оценка естественного формирования традиционных средств массовой информации (газеты «Егемен Казахстан», «Қазақ әдебиеті», «Айкын»). В то же время оно было призвано дать толчок открытию пути для исследований по интеграции традиционных СМИ. В качестве методологии исследования использовались сравнительный и исторический методы.

Ключевые слова: СМИ, коммуникации, медиа, софт-новизна, плюрализм, гегемония, диджитал арт.

Кіріспе

Модерн журналистика интеграциялық процестерді бастан өткерді, инновациялық өрлеудің жаңа деңгейіне шықты. Индустриалды революцияның қатпарларын сатылай адымдаған технологиялық тенденциялар журналистиканың реформалануына, конвергенциялануы мен формациялануына тікелей ықпал етті. Нәтижесінде, сан қатпарлы журналистика алаңында шығармашылық-техникалық игіліктермен симбиоздалған жанаша әдіс-тәсілдер пайда болды, күнбатыс-

тық және күншығыстық ақпарат тарату мәнері айқындала түсті, электронды-виртуалды өрістер қолданысқа енді. Сайып келгенде, журналистика мамандығы қоғамдық құбылыстардың өзгермелігін жебеп, дәл сол үрдістерге өздігінен бейімделіп отыратын жанды жүйе, индустриалды орта қозғалысының ізін ала жүрдек те жылдам дамуға бейім құбылыс, ғылыми бағдар. Мұндай жүйеге тән визуалды location, digital-көрініс ақпараттық әсерді күшейтіп қана қоймайды, адам санасын сілкіп, жадыға орнығуға әсер беретін түрлі эффектiлермен, дизайнмен көркемделеді.

Біз санамалап атаған бетбұрыстарды арқау еткен бұқаралық ақпарат құралдары өзара ашық бәсекеге түсті, ұлттық басылымдар мен шетелдік медиа ортақ алаңда бап шабыстырды, қызу тартыс қуатымен жаңа табыстар мен шығармашылық ізденістердің ошағына айналды. Журналистердің сапалы әрі жүйелі меңгерген білімі деңгейі, инженерлік санасы мен туындыгерлік түйсігі ақпарат таразысында басымдық ала бастады. Медиа-туындыгерлердің кәсіби білігі, шығармашылық танымы, онлайн хабар таратуға бейімі сынды медиамашықтар адами капиталды айқындаушы қасиеттердің көшін бастады. Ғаламдық БАҚ өкілдері секілді ұлттық журналистика саласының да белді мамандары жана бастама, тың тақырыптарға замана үні, уақыт ажары биігінен қарап, тың тармақта әліптей бастады.

«Жиырма бірінші ғасыр журналистикасы, ақпарат құралдарының сан сипатты деректі игеру мен кәдеге жарату тәсілдері тікелей және жанама өндірістік күшке, ел экономикасының стандартты емес саласына айналуда. Заманалы ғарыштық қондырғылар, озық технологиялық модельдер, перспективалық математикалық болжам, ақпарат алмасу амалы, болашақтық мәні бар әлеуметтік жобалар көсемсөз қисыны мен тәжірибесінің қас-қабағына қарай бой түзейтіні бірте-бірте айқындалып, ғылыми тиянақталып, жұртшылық санасына сіңісіп келеді. Тетелес адамияттық һәм нақтылы пәндер мамандары масс-медиа аясында, коммуникация тану форматында сауатты да өтімді ойын өрнегін көрсетуі арқылы, мейлі, бәсеке алаңында болсын, мейлі, имидждік тұрпатта болсын игілікке жететінін нақты ұғына бастады. Осы шақта көсемсөз бен журналистика идеологиялық қана емес, идеялық, инновациялық-навигациялық көшбасшылыққа қол созып отыр. Профессор Кәкен Қамзин «Журналистика негіздері» атты кітабында: «Бұл табиғи және жасанды эволюцияның нақты көрінісі», - деп жаңа медианың эволюциялық дамуына баға береді (Қамзин К., 2012).

Расында да, дәстүрлі БАҚ қызметінің қалыптасқан моделі ақпаратты бір жақты таратуды көздейді. Ал жаңа медиа көмегімен қалыптасқан заманалы коммуникациялық орта екіжақты не жан-жақты ақпарат алмасуды көздейді, өйткені аудитория бұқаралық ақпарат құралдарына тікелей әсер ету мүмкіндігіне ие болып, көптеген коммуникацияларға қол жеткізе алады (Biryukova Yu.V., Novgorodova E.A., Kichkina E.G., 2021).

Жаңа медиа ұғымы компьютерлік технологиялар, интернет және мобильді технологиялар-

дың өмірімізге дендеп енуі нәтижесінде пайда болды. Бұл хақында 1970 жылдары ақпараттық-коммуникациялық, әлеуметтік, психологиялық, экономикалық және саяси зерттеулер жүргізген ізденушілер жиі сөз етеді (Dilmen, N.E. 2007). Расында, жаңа медианың қолданысы мен жетілуі ұдайы ілгерілеп келе жатқан компьютер, интернет және мобильді технологиялар негізінде қалыптасқан пайдаланушылардың интерактивті ортақ алаңы, уақыт пен кеңістікке тәуелсіз «еркіндік мінбері», қолданушылардың өзара әрекеттесетін виртуалды ортасы.

Медиадағы туындыгерлік тұрғысынан алғанда соңғы кезеңде БАҚ жаңа медиаға өнер даңғылы арқылы жол тартты. Масс-медиадың мазмұны бейнеөнер мен оның туындыларынан түрды, ал мультимедиа саласы болса диджитал санат (диджитал өнер) түрлерінің тамыр жаюы үшін қызмет етті. Бүгінгі таңда «бейне-арт», «нақ-арт», «граффити», «диджитал санат-цифрлық өнер» сияқты бағдарлар жаңа медианың шекпенінен шыққан әрі 2000-жылдардан бастап біздің өнерсүйер аудиторияға етене таныс болған игіліктер.

Ғалымдардың пайымдауынша, мұндай өнер ыңғайына қарай «кезеңдену» үрдісі технологиялық прогрестің бас айналдырар жылдамдығымен байланысты. Сондай-ақ, қазіргі жаңа медиа бейнеөнер сипатын, диджитал сипатта дайындалған қойылымдар мазмұнын, оқиғалар легін баяндау әдісін, өнер туындыларының түрі пен типін, көрермендер мен суретшілер жайындағы дәстүрлі тұжырымдамалардың парадигмаларын өзгертті. Нәтижесінде, өнер объектісінен пост-объектіге ауысу жүзеге асты, осылайша салааралық симбиоз, виртуалды кеңістікті флудтау процесі жүрді (Агароғлу F., 2012).

Көптеген байланыс құралдары өткеннен бүгінге дейін бастан кешкен шығармашылық әрі техникалық даму үрдісінде ақпараттық-коммуникациялық технологиялар рөлін атқарды. О бастағы газеттер, телефондар, журналдар, телеграфтар, теледидар, радио, кейінгі интернет, смартфондар мен гаджеттер т.б. сынды барлық коммуникациялық және ақпараттық технологиялар БАҚ қызметін жүйелеуге белсенді түрде жұмсалып келеді. Бүгінгі БАҚ – ақпарат алмасуды қамтамасыз ететін алаң және жаңалықтар мен ақпарат айналымын құрушы алып сектор. Бұл өз функцияларын мәгін, аудио немесе видео арқылы жүзеге асыратын, өзінің қаржылық құрылымын құратын, жарнамамен әлеуеттенетін және қоғамға ықпал ету құралы ретінде пайдалануға болатын «ақпараттық сана». Бұқаралық

ақпарат құралдары көрнекі, есту және жазбаша ақпарат құралдары ретінде де анықталады. Оның құрамына баспа құралдары (журналдар мен газеттер), аудиовизуалды ақпарат құралдары (теледидар, кино және радио), көрнекі ақпарат құралдары (гипер-медиа, интернет, кино, видео, компьютер, кітаптар) сияқты бұқаралық ақпарат құралдары кіреді (Askeroğlu E., Karakulakoğlu S., 2019).

Шынында да, қазіргі журналистика мен БАҚ-та болып жатқан үдерістер заманауи медиа саласының құрылымын айтарлықтай өзгертті, медиажүйені бастан-аяқ қайта құрды, жаһандық журнализм канондарын мүлдем басқа категорияда қалыптастырды. Заманалы медиаплатформа блогосферамен, интернетпен, жарнамамен, әлеуметтік желілермен, тіпті қоғаммен байланыс саласымен (PR) өзара әрекеттесіп, ақпараттық коммуникацияның жаңа тізбегіне айналды. Осының арқасында аудитория ақпараттық контентті құруға белсенді араласатын болды, ақпарат айдынының аймағы айтарлықтай кеңейді. Қазіргі БАҚ – ақпарат ағынының виртуалды және реалды арнасы, редакцияның конвергенттік түрі, хабар таратудың жаңа моделі, ақпарат нарығындағы табыстың бизнес үлгісі, атқарушы қызметтер мен әкімшілік істер жарасымы, жарнама форматы және тілдік, ұлттық құндылықтар ордасы.

Заманалы БАҚ-тың жаңа медиаға интеграциялануы келесі категориялармен анықталады:

1. Мазмұндық критерийлер (тақырыптың алуан түрлілігі, айдарлар мазмұны, арнаулы жобалары);
2. Диджитал сипаттама (ақпаратты жаңарту жиілігі, сайт трафигі);
3. Дизайн критерийлері (материал визуализациясы, безендіру деңгейі, дизайн, интерфейс, навигация);
4. Медиа өкілдеріне қойылатын модерн талап-шарттарға, медиамашыққа ұйысу (ақпараттық өнім дайындауға қажетті құралдар мен қайнарларды білу, медиамашық, шығармашылық таным, техникаға ептілік, т.с.с.).

Журналистиканың жаңа интерактивті өресі «web wide world» технологиясына негізделген. Бұл – журналистиканы сөзбен емес, іс жүзінде тек бір бағытты коммуникациядан бас тартып, мыңдаған жаңа технология жасампаздықтарын бір өрімде шиыршықтауға әдістенді деген сөз. Яғни, веб-журналистика элементтері арқылы ақпарат дайындау қызметін реттестіріп, техни-

калық-шығармашылық қызметті құнттау (Deuze M., 2001).

Сайып келгенде, мультимедиалық журналистика ажарын айшықтағанда оны тек инфографикасы бар мәтіндер топтамасы деп ұғынбауымыз шарт. Мультимедиалық бағыттағы журналист бір оқиғаны айту үшін бір идеяны ашатын бірнеше форматты таңдайды. Тіпті, егер мәтіннің әр бөлігі үшін өзіндік дара медиаформат таңдалса, онда оқырман хабардың жүзіне үңіліп, одан максималды түрде ақпараттық әсер алады (Кретов Б.Е., 2000).

«Интернет қазақ тілінде ақпарат алмасатын бірден-бір алаңға айналып келеді. Қарапайым интернет қолданушы мен журналист арасындағы айырмашылықты жете түсіну үшін журналистер жаңа медианың негізгі ұстанымдарын айқын ажырата білгені жөн. Әрі жаңа медианы журналистиканың бір түрі деп емес, журналистиканы дамытатын қосалқы құрал деп қарастырған абзал. Жаңа медианың дамуы журналистиканың ақпарат шынайылығы, дәлдігі және жылдамдығы деген құндылықтарын толықтыра түседі» (Еркімбаев А., 2012).

Жаңа медианың төрге шығуымен бірқатар мүмкіндіктерге жол ашылды. «Диджитал кемелдену» көмегімен аудио-видео контенттер, ақпараттық-анықтамалық, танымдық материалдар, жарнамалық мәтіндер, өнер туындылары интернет-сайттар мен әлеуметтік желілер алаңына жедел орналастырылды. Журналистер өз жобасын еркін, бақылаусыз жүргізуге, өз әлеуетін толық танытуға, өзгеше ұсынуға мүмкіндік алды.

Материалдар мен әдістер

Аталмыш зерттеу ситуациялық талдау мен ақпараттық материалдарды саралау негізінде құрылды. Басылымдардың интернет платформаларындағы ажары, сайт айдарлары мен ақпараттар форматы сараланды. Зерделеуге мұрындық болған газеттердің Instagram әлеуметтік желісіндегі, Facebook парақшасындағы, Telegram мессенджеріндегі ақпараты қарастырылды. Нәтижесінде, ұлттық бұқаралық ақпарат құралдарының жаңа медиа стандарттарына сай интеграциялануын жаһандық құбылыс ретінде де, ұлттық БАҚ қызметінің төл түрөзгерісі ретінде де айшықтауға болатын бірнеше факторлар байқалды. Атап айтқанда:

- жаңа медиа құралдарының туындыгер стилін даралауға жұмсалуды;

- жаңа медиа ортасын қалыптастыратын идеология, мәдениет, өзгеріс, демократия, этика және феминизм секілді салалардағы өзгерістер;

- жаппай өндіріс, кез келген медиа-тұлға өнімінің көпшілікке тікелей жетуі және оңтайлы тұжырымдамалары;

- білімдарлықтан хабардарлыққа өту тенденциясы сынды жүлгелерді жіктеуге болады.

Зерттеу жұмысын дәйектеу жолында отандық БАҚ-ты саралап, басылымдардың виртуалды әлеуеті артқанын бағамдадық. Әсіресе, дәстүрлі медиа арнасында хабар таратып келген басылымдардың сандық межеге өнер биігі арқылы қол созуы, журналистердің медиамашығы мен туындыгерлік түйсігін арқау ете отырып жол табуы сараланды.

Сонымен қатар, зерттеу жұмыстарының қайнар көзі ретінде жетекші ақпараттық агенттіктер мен интернеттегі бұқаралық ақпарат құралдары, құрылтайшысы, редакциялық құрамы айрықша ақпараттық, әдеби-шығармашылық порталдар мен сайттар қарастырылды. Негізгі нысанаға алынған «Егемен Қазақстан», «Айқын», «Қазақ әдебиеті» басылымдарының виртуалды әлемнен орын табуы мен блогосфераға ірге салу әрекеті нақтыланды. Аталмыш ізденісте басылымдардағы интеграцияның дәйегі ретінде алынған материалдарға шолу жасалып, нысандардың мультимедиялық зергерлік арқылы диджитал-арт биігіне шығуға ұмтылысы талданды. Мұндай жиынтық талдау арқылы ұлттық журналистиканың технологиялық процестермен қабысуын, ғаламдық инновация екіпініне ілесу динамикасын, әртүрлі типтегі реакциялардың конвергентті үрдістерді өткеруге өзінше бейімделу бояуын байқауға болады.

Конвергенция (лат. *convergere* «жақындау, жинақтау») – тиісінше, медиаконвергенция – соңғы онжылдықтың қазіргі медиа саласының дамуында айқындалушы қызмет түрі, түрлі медиа платформалардың: вербалды мәтіннің, фото, аудио, видео, графиканың және т. б. жақындасуы (бірігуі) (Liu H., 2017).

Біз жоғарыда дәйектеген медиаконвергенцияны зерделеу арқылы «Егемен Қазақстан», «Айқын», «Қазақ әдебиеті» секілді басылымдардың жаңа форматқа көшкенін ішінара талдауға, газеттердің жаңа өмір тәртібіне (кез келген саналы тіршілік иесі секілді) оңтайлануға талпынысын бағамдауға, модерн журнализм айрықшалықтарын жіті тануға мүмкіндік бар.

Әдебиеттерге шолу

Тұтас ақпараттық кеңістікке ұласуға мүмкіндігі бар «Егемен Қазақстан» басымының сайты 2005 жылдан бері жұмыс істеп келеді. Сайттың ақпараттық ауданының кеңеюі лингвистикалық ерекшеліктерге байланысты дамыды. Атап айтқанда, веб-порталдың 3 нұсқада қызмет көрсетуі диджитал ортаға, жаһандық аудиторияға құлаш бермеуге бастамашыл болды. Қазірде газеттің PDF үлгісін кирил, латын және араб графикасы арқылы оқуға жағдай жасалған. Негізінен алғанда, ел басылымының латынша қаріптелуі Еуропа мен Түркиядағы қазақ диаспорасына оңтайлы. Ал араб жазуымен (төте жазу) тараған ақпараттар Қытай Халық республикасы аймағында тіршілік ететін қазақ ұлтының өкілдеріне бағытталған. Басылымның ұялы телефонға жүктеуге арналған қосымшасы да аудиториядан қол үзбеуге, байланысты ширатып, оқырманның талап-тілегін орындауға, қолданушы үдесінен шығуға («ыңғайлы», «оңтайлы», «жедеғабыл», «жылдам» сынды сапалық көрсеткіштер) бағытталған төте жол.

Диджитал ғасырдағы медиаинтеграция толқынына түскен жаңа заман адамдарының ақпарат қабылдауға қатысты құлығы, жаңалыққа қатысты реакциясы күрделі эволюцияны бастан өткеріп жатыр. Интернеттің негізгі ақпарат алмасу жүйесіне айналуы әсерінен, сандық технологияның қарқынды даму себебімен респонденттердің, яғни жаңалық қабылдаушылардың таңдауы молайды және өзара әрекеттесу үшін бұрын-соңды болмаған мүмкіндіктерге ие болды (Hegen D., 2019)

Инновациялық ортаның ережелерін ескерсек, әлеуметтік желі оқырмандарының ұдайы артып отыруы заңды құбылыс. Өйткені, газет нұсқаларына жету жолы жетілді, жаңалықтарды сайт пен ақпарат агенттіктерінің порталдарынан оқу жеңіл, мобильді қосымшалар арқылы «сүзіп отыру» ыңғайлы. Әдетте, бұқаралық ақпарат құралдарды мұндай формация кезеңінде материалдарды ұсынудың өзіндік әрі өзгеше формасын, «тақырып тұғыры, мәтін мазмұны мен материал көрінісін (визуалды/аудиовизуалды)» жаңаша ойлап табуы қажет. Демек, журналистика өкілдерінің өзге сала қызметкерлерімен ұжымдық байланысы арта түсуі тиіс. IT-мамандардың жасактауына серпін беру, одағай ойға құрылған кейс, концепция ұсыну, шығармашыл ой толқыту функциясы қатар қалыптасқаны жөн.

Мәселен, біз зерттеу нысанына айналдырған басылым әрі елдегі әдебиет саласының даму алаңына айналған «Қазақ әдебиеті» газетінде бұл үрдістер ішінара кезігеді. Аталмыш басылымның порталы өзіндік мәнер мен бедерге бай, рухани ілімге, шығармашылық ізденіске талапты оқырман көзінің жауын алады, тақырыптық сөресіне көз жүгірткен зияткерлер түрлі мұрағаттық қазынасына бойлайды. Сайттың ерекшелігін әйдіптеуде құрылымшылар «айдарлау әдісін» қолданады. Сайт басылымның ізін ала «Мағауин мүйісі», «Ақпарат» «Қобыз сарыны», «Сатира», «Жас тұлпар», «Фотошежіре» сынды айдарларға бөлінген. Демек, оқырман өкілдер өзіне қажетті рухани ақпарат ағынын саралай алады, іздеген материалына жылдам ұласады. Мұнымен қоса алғанда, ақпарат тарату ісінде жылдамдық пен шеберлікті негіз еткен басылымдардың бірі – «Айқын». Газеттің тақырыптық ерекшеліктеріне зер сала отырып, журналистердің көрілім мен оқылым санын ұлғайтуға басымдық беретіні аңдалады. Дегенмен, терең туындылар, салмақты сараптамалар да жоқ емес. Басылым өзіндік веб-парақша, фейсбук, инстаграм сынды ақпарат тарату арналарын шебер тізгіндейді, халықтан алыс кетпеудің жолын табады.

Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуметтік желілермен интеграциялану стратегиясының пайдалы тұстары бағамдай бастады. Желілер іздеу жүйелерінен құралған браузерлерден кейін ең жиі қолданылатын ортақ бір әлеуметтік тұтастыққа айналды. Нақты санамаласақ:

- кез келген басылым не порталдардың аудиториясын ауқымдандыру, қаралым санын арттыру;

- тұрақты байланыс әрі аудиторияға ықпалды күшейту;

- әлеуметтік желіге жүктелген визуалды контенттерді электронды платформаларға көшіру мүмкіндіктерінің кеңеюі;

- әлеуметтік желіде жарық көрген ақпараттарды баяндау стилі мен мәнерінің өзгеруі, мәтіннің ықшамдалып, бейненің ұлғаюы;

- аудитория назарын тұрақты ұстау жолындағы стратегия т.б.

Әлеуметтік желілерге сараптама жасаушы Napoleoncat.com платформасының 2024 жыл, тамыз айындағы дерегі бойынша қазақстандықтардың 13 172 100-і Facebook (бүкіл халықтың 67,2%-ы), 12 432 500-і Instagram желісін (бүкіл халықтың 63,4%-ы), мессенджерлерді – 2 586 900 (бүкіл халықтың 13,2%-ы), 1 591 000 пайдаланушы (бүкіл халықтың 8,1%) LinkedIn-

ді қолданады (Napoleoncat). Сонымен қатар, елде соңғы жылда TikTok қолданушыларының саны қарқынды артқан. Kerios деректеріне сәйкес, Қазақстандағы әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың жалпы саны 2023-2024 жылдар аралығында 3,7 миллион аккаунтқа (+34,9%) өсіп отыр. TikTok және Instagram өсім бойынша алдыңғы сатыға шыққан (Kerios).

Жинақтай айтқанда, басылымдар «арқаланып отырған» әлеуметтік желілер қазір онлайн-ресурстарды пайдаланушылардың жалпы саны бойынша көшбасшы. Әлеуметтік желі қолданушылары бірқатар көрсеткіштерге қарай топтастырылады (жынысы, жасы, отбасылық жағдайы, тұрғылықты жері, мүдделері, әлеуметтік мәртебесі және т.б.). Мұндай жүлгелік бұқаралық ақпарат құралдарының екінші бір тынысын ашады, әлеуметтік желі қолданушыларының жалпы санын жіктеуге, саралауға, ақпаратты қажетті әлеуметтік топтарға бағыттауға басымдық береді.

Зерттеу нәтижелері мен талқылау

«Егемен Қазақстан» басылымы. О бастан ұлттық ақпараттану ісінің мөйегіне айналған басылым тәуелсіздікті қалпына келтірген кезеңнен кейін елдің қоғамдық-саяси, рухани-әлеуметтік мазмұнына айналды. «Егемен Қазақстан» басылымында әлі де бабажурналистикаға тән мадақ, қоғамдық құбылыстарды мемлекетшілдік рухта асқақ баяндау сарыны басым. Алғашында басылымның «Ел қамы, ел тілегі үшін газитаның қойны ашулы, ниеті дұрыс («Үшқын», 1919) деген лепеспен ашылғанын білеміз.

Газеттің сандық форматқа ауысу үрдісі 2005 жылдан басталды. Осы жылы газеттің мол мұрағаты жүктелген әрі материалдары орналас-тырылған сайт іске қосылды. Біздіңше, газеттің виртуалды кеңістікте өз шекарасын шегендеу шағы – интеграциялану үрдісінің бастауы. «Егемен Қазақстан» басылымының жаңа медиа дәуіріне өтуіне бір айғақ – конвергентті редакциясының төл өнімдері. Басылымның қазіргі кездегі электронды мекенжайы – <https://egemen.kz>.

«Егемен Қазақстан» басылымының жаңа медиа кеңістігін толықтыратын төмендегідей айрықшалықтары бар:

- Электронды платформада визуалды элементтердің болуы (инфографика, видеодеректер, кестелер, статистикалық мәліметтер);

- #Хештегтер мен гиперсілтемелер арқылы жаңалықтарды табу және танысу (#Коронавирус, #Абай, #Президент, #Руханият, #Спорт);

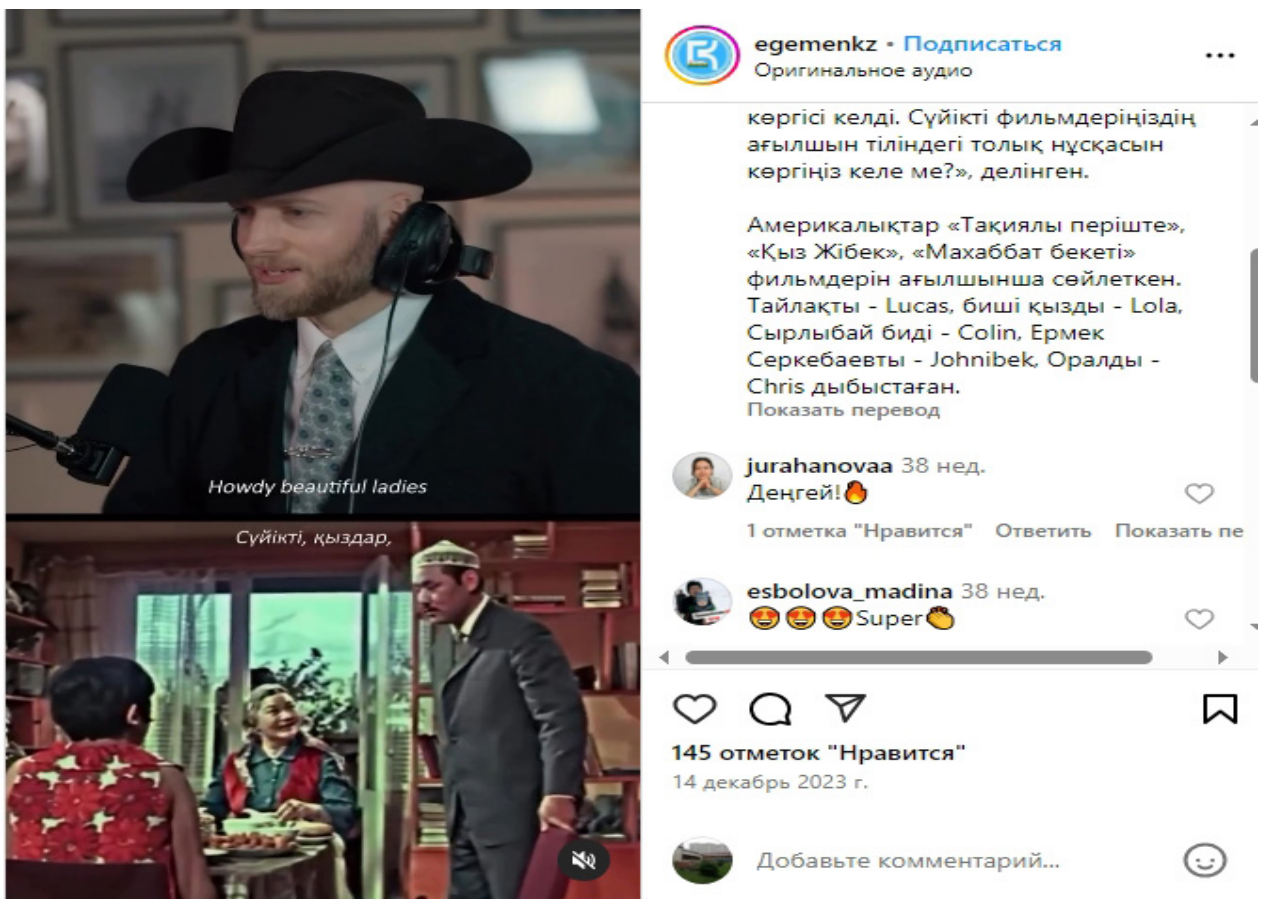
- Платформаның таңбалануындағы тиімділік. Атап айтсақ, сайт кирил қаріптерінен бөлек, Ахмет Байтұрсынұлы құрған төте жазу таңбасында ақпарат таратады (egemen.kz/tote);

- Сайттың ағылшын, орыс тілді нұсқалары арқылы (ru.egemen.kz),(en.egemen.kz) хабар тарату. Нәтижесінде, Түркия, Иран, Ресей, Қытай, Моңғолия, Әзірбайжан, Өзбекстан қазақтарының ел ақпараттарынан хабардар болуы;

- Ұялы телефон формасына орайластырылған парақша мен мобильді қосымша;

- Журналистердің шығармашылық ізденістері нәтижесінде пайда болған виртуалды қосымшалар (мәдени-танымдық, тарихи тақырыптарға арналған «Етженді» қосымшасы (etjendi.egemen.kz), ұлттық тарихтың бейнелі хроникасына айналған «Фотоархив» (photo.egemen.kz), мемлекеттік сатыпалымға қатысты satypalu.egemen.kz т.с.с.

Бір ерекшелігі, «Егемен Қазақстан» газетінің редакциясы толық конвергенцияланбаса да, талдамалы, ақпараттық жанрлардан жаңа медиаға тән көрнекілікті, радиоға тән аудиоподкасты, телевизияны еске салатын бейнелік-дыбыстық бітімді байқаймыз. Мәселен, порталда жарық көрген «Тақиялы періште» ағылшынша сөйлесе... Америкалықтар қазақтарға ерекше сый жасады» деген материалда америкалықтардың қазақ киносының маржанына айналған «Тақиялы періште» туындысын ағылшынша дыбыстағаны айтылады. Портал ажарында КСРО халық әртісі Әмина Өмірзақованың жарқын жүзі, аналық жылы шырайы сізге мейірім сәулесін төгеді. «Тайлақ» көңілі пен ана жүргенің арасындағы байланыс жаныңызды жылытады. Әлеуметтік желі парақшасындағы қос арналы бейнедеректер шығармашылық процестер, дыбыстаушылардың шеберлігі мен қазақ киносының өзіндік табиғатынын сыр шертеді (1-сурет).



1-сурет – Классикалық қазақ көркем фильмдерінің дыбысталуы

Дүниежүзілік басылым жаңалықтары қауымдастығының (Wan-ifra) сарапшылары атап өткендей, қазіргі баспасөздің жаһандық нарығының басты проблемасы – тираж бен жарнамадан түскен табыстың төмендеуі, сондай-ақ нарық бәсекесіне араласушылардың табыстың үздік нәтижесіне (контент пен платформаларды монетизациялауға) қол жеткізуге бағытталған инновациялармен және жаңа технологиялармен айналысуға ықпалсыздығы (қабілетсіздігі) болып отыр. Қазіргі басылымдар өз қызметін көп арналы дистрибуция негізінде жүргізуі керек (WAN-IFRA – World Association of News Publishers). 2019).

«Егемен Қазақстан» басылымының ютуб-хостингте өз шабысын байқап көруге ниетті екені байқалады. Негізінен алғанда, журналистиканың ұйымдастырушылық функциясы үдесінен шығатын бастамалардың барғысы басылымның ютуб арнасында топтасқан:

- Қоғам тынысы;
- «Өрнек» бағдарламасы;
- Домбыра үйрену сабақтарының контенттері;
- Балаларға базарлық;
- Сарапшы пікірі;
- Оқиға;
- «Стадион» бағдарламасы;
- Поэзия бұрышы;
- «Shorts» жаңа сторителлинг жанрындағы жаңалықтар;

- «Егемен Қазақстан» басылымына апталық, айлық, тоқсандық шолу видеолары;

Әлеуметтік медиа платформалары қолданушылардың түрлі процестерге қатысуын қамтамасыз етеді, ұжымдық әрекеттерді атқаруға қолайлы жағдай жасайды, ұлттық интеграцияға ықпал ететін виртуалды қауымдастықтар құруға мүмкіндіктер ұсынады (Emmanuel J.A., 2023). Сонымен қатар, әлеуметтік медиа платформалары азаматтарды әлеуметтік және саяси мақсаттарға жұмылдыруда маңызды рөл атқарды. Нақты санамаласақ, ақпараттың таралуын жолын төтелетіп, жеңілдетеді, азаматтардың құштарлығын оятып, белгілі бір процестерге қатысуын ынталандырады және ұжымдық жауапкершілік сезімін қалыптастырады, осылайша ұлттық интеграцияны нығайтады (Chadwick A., 2017).

Мәселен, «Егемен Қазақстан» газетінің журналистері ютуб арнасының көрерменін көбейту мақсатында біршама ізденген. Әсіресе, ағартушылық, ақпараттық-танымдық, тәрбиелік, ұйымдастырушылық бағыттағы бастамалар ұлттық сананың қалыптасуы мен қолданушылар дүниетанымын кеңейтудің қайнар көзі. Хабар

қабылдаушы адресантпен, аудиториямен эстетикалық әрі эмоционалды байланыс орнатудың маңызын күн сайын ұғынып келеміз. Мұның іргесінде басылымның беделін биік ұстау, тарихи жадын өшірмей, медианың келесі «дәуіріне» алып өту, мемлекетшіл аудитория қалыптастыру, қаржы көзін молайту әрі қосалқы құралдардағы ақпарат арналары арқылы басылымның әлеуметтік ықпалын арттыру сынды мақсаттар менмұндалайды. Задында, біз өз тарапымыздан «Егемен Қазақстан» басылымының жаңа метамодерн кезеңіне ұсынған брендті ретінде ағартушылық-тәрбиелік тұғырды арқаланған «Өрнек», тіпті, ағартушылық санатындағы «Балаларға базарлық» сынды контенттер желісін ерекше жоғары бағалар едік. «Балаларға базарлық» – замана мен дағдарыс кезеңінің қажетін өтейтін шығармашылық туындылар топтамасы. Пандемия кезіндегі балалар аудиториясының сауатын арттырып, рухани толысуын, зейін-зиятының ашылуын қолдайтын жоба. Бұр арада да, журналистер қоғам алдындағы азаматтық, әлеуметтік жауапкершілігінен жалтармайды, БАҚ индустриясын шығармашылық қызметтердің интеграциясына айналдырады. Редакцияның БАҚ маркетингін, бизнес жобалардың қаржы көздерін халықтың шығармашылық жұтаңдығын өтеу жолына бұрғаны қуантады. Басылым тарапынан бұл турасында мынандай ақпарат бар:

«Балаларға базарлық. Ақылды қоян

Ақылды қоян сотты қалай сабасына түсірді?

Мьянма (бирма) халық ертегісінің желісі қазақ халқының ертегілерімен сарындас келеді. Ертегіде әділдік іздеп тартысқан ағайындыларға арыстан төрелік етсе, қазақ халқында әділқазы қара қылды қақ жарып, турасын айтатын болған. Ендеше Салтанат апа бүгін өздеріңізге «Ақылды қоян» ертегісін майын тамыза әңгімелеп бермек.

«Балаларға базарлық» ертегі жобасы – Нұр-Сұлтан қаласы әкімдігінің «Қуыршақ театрымен» бірлескен жобасы. «EgementvYouTube» арнасынан күн сайын кешкі 19-00 сағатта беріледі(2-сурет).

Ертекті: «Қуыршақ» театрының әртісі Салтанат Мағзым;

Суретші-карикурашы: Айдарбек Ғазиз;

Үйлестіруші: Ая Өміртай

Түсірген және монтаждаған: Жанболат Кенжеғұл» (Egemen.kz, 10.04.2020).

Әлеуметтің рухани жұтаңдығын өтеу – журналистиканың бізге жақын беткейі, оны еңсеру жолында тұтас руханият ілімі, халықтық қазына, ата-баба өнегесі, ақылмандық аңдатпа, даналық

долбар журналистің құнды дерекнамасын түзеді, тақырыптық нысанасы туындылық мазмұнын тәпсірлейді. Журналист Жамилә Зайырова басылым өкілдеріне алғыс айтып, халықтың асыл қазынасымен жаңа бедерде қайта қауышқанын баяндайды: «Егемен Қазақстан газеті «Қуыршақ театрымен» бірлесіп «Балаларға базарлық» атты Egementv YouTube арнасынан күн сайын кешкі

сағат 19.00-де ертегі айтып жүр. Менің жаттап алған бір ғана ертегім бар еді, енді қорымды көбейтетін болдым. Менікі сол бауырсақ деген бар ғой, сол ғой. Ал, Сіз қандай ертегіні білесіз? Карантин уақытында ерекше жобаны қолға алған Darhan Qudyráli аға бастаған ұжымға және Ая Өміртай құрдасқа мың алғыс» (Facebook, 25.05.2019).



2-сурет – Балаларға базарлық. Ақылды қоян

Басылым журналистері жаңалық ашқан жоқ, тек халықтың асыл қазынасы, әдеби құндылығын жаңа мәнерде ұсынды. Еліміздегі қатары сиреген ата-әже институтын жандандырудың соны сүрлеуін сызып, тың тәсілін тапты.

Бұл ғана емес, зерттеу нысаны есебінде қарастырылған газеттерге тиесілі YouTube арналарының негізгі мазмұны – күнделікті өтімді жаңалықтар, сұхбаттар мен баспасөз конференциялары, түрлі оқиғаларды бейнелейтін әуесқой бейнежазбалар. Ал Instagram-да көркемделген ақпараттық мәтіндер, онлайн-шоулар, әлеуметтік желілердегі хабарлар.

Мұндай жаңа медиа жетелеген жылымықтарды ерекше ұқсата білген басылым – «Айқын». Газеттің басқа редакциялардан басты ерекшелігі – видео-сұхбаттарында. Басылым журналистерінің шығармашыл екенін байқау қиын емес. Әрбір бейне-контенттің басты ажары – дизайн бағдарламаларымен өңделіп жасалған фото-п-

резентациялармен жымындасып, жылы ұшырасып отырады. Фото-презентациялар виртуалды ақпарат кеңістігінде ұсынылған ақпаратты өзге материалдар, жарияланымдардан өзгешелейді. Конвергентті реакция жасаған сапалы медиаөнімдер қатарында журналист Мейірім Бакытжанованың сәтті, сауатты шыққан туындысы «Әр қазақ білуге тиіс тұлға»: Қайым Мұхамедхановтың қазаққа қандай еңбегі сіңді? – видео» туындысын ерекше атап өткен артық емес (Aikyn.kz, 01.06.2021). Контент техникалық жабдықталуы және журналистің шығармашылық ізденісі жағынан да барлық талаптарға сай, журналистиканың жаңа трендтері мен тенденцияларының барлығын табысты сіңірген әрі ақпараттық өзегі аса терең.

Абайтанушы, танымал ғалым Қайым Мұхамедхановтың қазақ руханиятына сіңірген еңбегін журналист өз шеберлігі, оғаш ойы, кең танымы арқылы аңдатады. Туындының таным-

дық астарында кәсіби қызметке адалдық, білім-дарлық пен рационалды пайымды санамалау, қазақтың ұлы ақыны Абайдың шығармашылық әлемін тануды өмірлік мұратына айналдырған ғалым өнегесін саралау сынды маржандар бойын бұғып жатыр. Материалдың маңдайындағы суретті контенттен ғалымның биік тұлғасына, ойшыл да сыршыл бейнесіне, тереңдік пен кемелдіктің басын біріктірген білігіне, шешімгерлігіне, бекзат болмысына үңілу қиын емес. Оның үстіне, журналистің туындыны сезіне дайындағаны байқалады.

Қазіргі ақпараттың заманауи тұтынушысына бейнематериалды әрі көзге тартымды, деректері құнды, сапасы жоғары, әдіс-тәсілдері соны жарияланым, яғни толыққанды мультимедиалық ресурс қажет. «Айқын», «Егемен Қазақстан», «Қазақ әдебиеті» газеттеріндегі видоконтенттердің жанрлық құрылысы, жаңалықтық болмысы бойынша төмендегідей бөлеміз:

- Бейнематериалдарды ұсыну форматтарының ішінде көшедегі бейне-сұрау мен мақалаға қосымша ақпараттық мән үстейтін бейне-түсініктемені бөліп көрсетуге болады;

- Жаңалық пен пікір;

- Оқиға болған жерден тікелей жүргізілген репортаж;

- Веб-естелік, веб-күнделік, веб-суреттеме, веб-қазанама, қоғамдық пікір жетекшілерінің жазған очерктері;

- Диджитал толғам (медиа алаңында рисале және философиялық ой қоғау мақсатында таңбаланған мәтіндер жиыны);

- Ағартушылық мақсаттағы бейне-оқулық, видеодәрістер форматы. Әдетте, бұл шағын бейнелер (4 минуттан аспайды),

- Интерактивті желілік теледидар форматындағы түрлі туындылар;

- Ақпараты шағын, бейнематериалы көлемді сұхбаттар;

- Түрлі журналистік зерттеулер мен бейнеөнім сипатындағы дереккөз.

Осы кездегі интернет қолданушылары әртүрлі ақпарат көздеріне зер салады. Мұндай ауқымды таңдау ықтасынында ірі газеттер мен журналдарды, дәстүрлі ақпарат сайттарын Mediapart, Slate, Atlantico, Newsring, What сияқты қағаз басылымдары жарық көрмейтін жаңалық порталдары шаң қаптырды. Соған сәйкес «ақпарат тұтыну» тәсілдері өзгерді. Қазір әркім интернетте және ұялы телефондарда дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының, блогтардың

және басқа да көптеген дереккөздердің үзінділерінен тұратын өзінің ақпараттық арнасын жасайды (Emmanuel N.O., 2017)

«Әрине, интернет және басқа да сандық технологиялардың журналистиканы жақсартуға әлеуеті зор. Газет жаңалықтары мен телебағдарламаларды тарату шығынымен салыстырғанда қарапайым ғана веб-сайт сол қызметті аз ғана қаржылық шығынмен атқара алады. Интернет басқа бұқаралық ақпарат құралдарымен салыстырғанда ұйымдастырудың өте қарапайым және қолайлы түріне ие» (Джонес Д., 2014).

«Жаңа медиа» санатының мәнін түсінудің кілті – олардың қасиеттерін тану. Басты қасиеттері:

1. интернет арқылы сандық түрде тарату;
2. интерактивтілік;
3. мультимедиялық;
4. гипермәтіндік;
5. өзгергіштік.

Жаңа медиа әкелген жылымық өзгерістерге ұлттық өре биігінен көз салып, ұлттық туындылар топтасқан шығармашылық шеберхананы веб-алаңға көшіруге ерекше көзге түскен басылымдардың бірі – «Қазақ әдебиеті». Еліміздегі рухани ауан, шығармашылық көңіл-күй, туындыгерлік өнеге һәм табыс, суреткерлік мәтіндер топтамасы мен әдеби жаңалықтардың алтын арқауына айналған басылымның ұлттық сана тегершігіне айналар табысы жаңа медиа дәуірінде тіптен арта түседі. Газеттің еліміздегі рухани әлеуеттің биіктеуін демеп отырғаны жайлы ғалым, ұлттық журналистика ғылымының зергері Намазалы Омашев төмендегідей тағымды ой айтады:

«... Бізде әдебиет саласы бойынша «Қазақ әдебиеті» газеті шығады. Бұл үлкен жетістігіміз. Өйткені журналистиканың араласпайтын саласы жоқ. Сол тұрғыдан «Қазақ әдебиеті» газеті – Қазақ халқының рухани байлығы. Мысалы, шопаны бар, шофері бар, диханы бар, қоғам қайраткері бар – бәрі бірдей әдебиетті жақсы біле бермейді ғой. Бұл газетті оқи отырып, қазақ әдебиетінің, мәдениетінің, өнерінің, ұлттық журналистиканың, қазақ тілінің түрлі жетістіктері мен проблемаларын біліп, дәстүр-салтын, тарихын таразылап отырады. Оқырманның рухани байлығын мейілінше байыта түсетін, тіпті үзбей бірнеше жыл оқыған адамға осы саланың институтын бітіргендей нәр беретін басылымның халқына бергені де, берері де мол» (Омашұлы Н., 1999)

Аталмыш басылымның жаңа медиа сипатында «Қобыз сарыны», «Таным», «Фотошежіре» айдарларының алар орны бөлек. Газетте жарық көрген материалдар, соның ішінде, сатира туындылары, мәтіндік қағытпа қалжындар, эссе-толғам-рисалелер, естеліктер, поэзиялық-прозалық туындылар мультимедиалық зерлеуден өтіп, диджитал кеңістікте ерекше сипат алады.

Бұқаралық ақпарат құралдары онлайн платформалар, диджитал медиаарналар арқылы оқырмандардың іс-әрекеттері мен көзқарасына әсер ететін бейнелерді, пікірлер мен түсініктерді жеткізеді (Manoli A.E, Janečić D, 2021). Атап айтқанда, жас ұрпақ бұқаралық ақпарат құралдарындағы, әсіресе реалисти-шоулардағы бейнелер арқылы жеткізілетін хабарламаларға аса сезімтал, бұл құбылыс олардың стереотиптерді қабылдауына, сіңіруіне әсер етеді. Технологиялық жетістіктерге қарамастан, бұқаралық ақпарат құралдары нәсіл, этникалық айрықшалық сияқты мәдени аспектілерге қатысты маңызды ақпарат көзі болып қала береді, суреттер мен хабарламалар әртүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының ажарын айшықтайды. БАҚ қашан да танымал мәдениет көзі. Танымал мәдениет – антропология, тарих, әдебиет және әлеуметтану сияқты көптеген пәндермен қиылысатын күрделі және алуан түрлі ұғым (Aistrope T., 2020)

«Қазақ әдебиеті» газетінің танымал әдебиетті нысаналандыру арқылы эстетикалық көркемдікке қол созып, халықтың рухани аңсарын техника мүмкіндіктері арқылы өтеуге ден қойғаны байқалады. Дәлел – «Күй тыңдайық» жобасы. Интернеттің ютуб хостингінде ірге салған бастама шеру-концерт сарынында жалғасып, оқырман қауымды ұлттық құндылықтар әлеміне жетелеп отырады. Мұндай ерекше жобалар басылымның қорын құнды туындылармен, бейнелі-көркемді өнер элементтерімен, мазмұнға бай аудиомен байыта түседі. Газет ұйымдастыру әрі ақпараттандыру қызметі арқылы шығармашылық эстетиканың әсерін әлеуметтендіреді, ауқымдандырады. Жобаның басты ерекшелігі – күй шертуге, қобыз шалып, сыбызғыны сызылта ойнауға газет журналистері бастамашы болады. Кейіннен «арқаланған өнерпаздар» бір-біріне эстафета жолдап, онлайн санатта өз өнерін ортаға салу желінін жалғап өкетеді. Екінші бір айрықшалығы – редакция мұндай бастамаға кіл кәсіби мамандарды тартады, арнайы академиялық білімі бар, музыка мектептерінің тезінде шираған таланттардың танылуына жол ашады. Осы орайда бір жайды талдай өтуге тура келеді. «Қазақ әдебиетінің» жобаларын журналист, белгілі

ақын Тоқтарәлі Таңжарық өзінің ютуб арнасында жүргізіп, ширатып отырады. Руханият айдынында салмағы бар әрі елге танылған «қоғамдық пікір жетекшілеріне» тізгінді ұстату арқылы да газет едәуір толайым табыстарға ұласқан. Журналист Тоқтарәлі Таңжарық бұған қатысты өзінің бір сұхбатында:

«Қазақ әдебиеті» газеті «Күй тыңдайық» жобасын қолға алды. Ардаби Мәулеттің орындауында Әшім Дүңшіұлының күйі «Салықшы». Күй сәлемді ары қарай күйші Біләл Ысқақов пен сыбызғышы Талғат Мұқышев жалғастырады», – деп жеткізеді.

«Қазақ әдебиеті» басылымындағы жобаның басты мақсаты – ұлттық өнеріміз бен ұлттық аспаптарда ойнау шеберлігін дәріптеу, қазақ күй өнерін әспеттеп, әр мектеп өкілдерінің бейне-контенттерінен келешекке алтын қор дайындау. Медиа-жобада өнер көрсеткен майталмандар қатарында:

1. Жанғали Жүзбайдың орындауында Қыздарбектің күйі «Сылқым қыз»;
2. Сыбызғышы Талғат Мұқышевтің орындауында «Кербез қыз»;
3. Қобызшы Ақнар Шәріпбаеваның орындауында Ықыластың күйі «Ерден»;
4. Қайрат Айтбаевтың орындауында Тәттімбеттің «Секіртпесі»;
5. Әбдулхамит Райымбергеновтің орындауында «Қоңыр Ақжелен»;
6. Мұрат Әбуғазының орындауында Боранкүлдың күйі «Жұртта қалған»;
7. Сыбызғышы Ақжол Жүсіптің орындауында «Қайран Тотай»;
8. Саз сырнайшы Эльмира Қашқымбаеваның орындауында «Кертолғау»;
9. Жетігенші Қорлан Картенбаеваның орындауында «Бұлғын-Сусар»;
10. Жетігенші Диляра Окманованың орындауында «Бөкен жарғақ» бар (Youtube).

Жақсы жобалардың жарасымы бірге екіүдайлы ой қалдырады. Бұл арада «Қазақ әдебиеті» газетінің модерн медиа талаптарына сай интеграциялануына қажетті бірқатар талап-тілекті атап өтуге болады. Атап айтқанда, редакция қызметкерлерінің медиамашығын арттыруға айрықша көңіл бөлу, журналистиканың жаңа трендтеріне сай медиаөнімдер ұсынуды арттыру (визуалды көрінімдер, инфографика, графикалық суреттер, т.с.с.), әлеуметтік желі парақшаларындағы қызметті күшейту. Бұл тараптардың тасасынан шығу арқылы жаңа аудиторияны, әсіресе, жас аудиторияның рухани әлеуетін арттыруға, шығармашылық танымын құтайтып,

дүниетанымын, көркемдік танымын кеңейтуге мүмкіндік аламыз.

Сондай-ақ, барлық газет арналарының аудиториясында оқиғаның қарапайым бейнежазбасына іңкәрлік (live-туындылар) байқалады. Мұның әсерімен: ойнақы-серпімді, патриоттық сезім сыйлар әрі таңдандырар туындылар қара үзіп алға шығады, күлкілі немесе қорқынышты әсерге ие контенттер ұтысқа жетелейді.

Осындай санамалаудың негізінде, технологиялық платформадағы соны форматтарды келесі түрлерге бөлу қажеттілігі туындайды:

- мәтіндік форматтар;
- иллюстрациялық форматтар (фотоформаттар, графикалық форматтар);
- бейнелі форматтар;
- дыбысты форматтар;

Жинақтай айтар болсақ, қазіргі бұқаралық коммуникация транзакциялық ерекшеліктерден көктейді. Коммуникациялық биліктің өзгеруі, олардың өзара алмасып отыруымен сипатталады, кез келген медиатұлға ақпарат қабылдаушы, жіберуші, алушы, таратушы бола алады. Мұндай айрықшалықтар журналистер шеберханасына шапшаңдық дағдысын дарытып, көпшіліктен «оқ бойы озық тұруға» міндеттейді. Ұлттық ақпарат кеңістігінің өзіндегі байланыс жүйесінің трансформациясын тік парадигмадан көлденең парадигмаға айналғанын бажайлауға болады. Демек, модерн газет-журнал қызметі жалаң, жалқы бағытты емес, контент жасаушылар мен тұтынушыларға тең байланыс тізгінін тартады, транзакциялық, интерактивті араластық-құраластық шырғасында ширайды. Осылайша, аудиторияның қағілездігі артады, ақпарат ауанының жаңа модельдері дамиды, ұлттық әлеуметтің бұқаралық ақпарат құралдары мен олар шығаратын ақпараттық өнімдерді қабылдау өресі биіктейді не кері кетеді (өрлеу – журналистерге сын), тұтас диджитал кеңістіктің сын-сипаты өзгереді.

Қорытынды

Қорыта айтқанда, жаңа медианың дамуы журналистиканың ақпараттық қызметін, сондай-ақ дәстүрлі медианы да өзгертті. Талай жылдық тарихы бар, айқын идеясы мен ұстанатын бағдары бар мерзімді басылымдар формацияның биік белесіне шықты. Жаңа медиа БАҚ-тың дамуына тікелей ықпал етті. Технологиялық прогресс ақпарат тарату құралдарының, оның ішінде мерзімді басылымдардың қызметіне едәуір жаңашылдық енгізді. Классикалық журналистика жұмысын тоқтатқан жоқ, есесіне

жаңа технологияның мүмкіндігімен түр-түрпа-тын өзгертіп, қайтадан жаңғырып, сұранысқа сай қызмет атқарып келеді. Бұл журналистерге көбірек жұмыс істеуді, техникамен табысуды, инженерлік дағды мен медиамашықты қатар тізгіндеуді, жаңа медианың қыр-сырын меңгеріп, ақпарат таратудың жаңа талаптарын игеруді міндеттейді. Осы міндет аясында ұлттық журналистикаға тән медиаформация әлі жалғасып жатыр.

Зерттеу жұмысында цирфлық дәуір кезеңіндегі мемлекеттік басылымның жаңа бағытта трансформациялануы қарастырылды. Баршамызға белгілі, ақпарат құралдары оқырман талғамын ескеріп, онлайн нұсқаларға көшті, арнайы онлайн платформалармен жымьндаса іске кірісті. Формат ауысқанымен, қалып өзгеріп, медиаалаң түрлі құралдардың жиынтық кешеніне толғанымен, журналистика жанрлары өз көшінен жаңылмады. Жаңалық өз мәнерінде түрлі платформаларға жайылды, журналистика нысанын жаңа медиа ауқымдандырды. Бұрын жатсынатын әлеуметтік медиа мен мобильді қосымшалар ақпарат алудың шынайы көзіне айналды. Мобильді қосымша нақты аралықтағы жаңалықтарды қиналмай табуға, аудиториямен қарым-қатынас жасауға, байланыс арқылы оқырмандарының қажеттілігін қанағаттандыруға үлкен мүмкіндік ашуда. Бұл – жаңа медианың қарқынды дамуымен жеткен жетістігіміз.

Қазақ журналистикасы жаңа медиа алаңына өзіндік болмыс-бітімімен келіп қонды, өзгерістер мен журналистика тарихындағы ұлы ашылуларға өз ізін салды. Заманның сұранымына, адамның қажетіне, аудиторияның таным-түсінігіне икемделді. Ұлттық баспасөз жаһандық интеграцияға, дағдарыс кезеңдерін өткеру үрдісіне өзінше бөлек адым атты. Біз зерттеу жұмысын жүргізу барысында журналистің кәсібилігі мен танымы, шығармашылық түйсігі мен жеке медиамашығы көп дүниенің қыртысын жазып, ажарын өзгерте алатынына қауқары екеніне көз жеткіздік.

Журналистика тарихында қанша жыл оқырман жедел ақпарат, саяси сараптама, көркем детектив, көркем очерк, жедел ақпар, маңызды хабарлама, дайджес пен шолу, т.б. басылым табиғатына тән жанрлармен сусындатып келді. Жаңа техногенді ғасырда ұлттық баспасөзіміз де саптан қалмай, постиндустриалды қоғамның ырқы мен еркіне бас ұрды. Мұның барлығы оқырман мен көрерменге, тыңдарманға адалдық, ортада сенім қалыптастыру, журналистика толқынында шындалу, ширьғу. Сол себептен

де, «Қазақ әдебиеті», «Егемен Қазақстан», «Ай-қын» басылымдары виртуалды интернет то-рында өзіндік қолтаңба мен мәнер, ақпараттық мақам қалыптастыра отырып, оқиганы сурет-теумен ерекшеленуде, дыбыстық, бейнелік ақ-параттар арқылы сұхбат жанрын түрлендіруде, дизайн өнерінің элементтері арқылы ақпарат-

тық материалдар дайындауда, жалпы айтқанда, өздерінің жаңа медиадағы бейнесін жасап, оны интеграциялап жатыр. Ұлттық баспасөз жаңа медиа алаңындағы ұяшықтарға құндылық қа-лыптастыру миссиясымен орнықты, диджитал ортаны трансцендентальды қажеттілікке сай по-лихромды реңге бояды.

Әдебиеттер

- Aistrophe T. (2020) Popular culture, the body and world politics. *European Journal of International Relations*. 26(1):163-186. Doi: <https://doi.org/10.1177/1354066119851849>
- Arapoğlu F. (2012) *Artam Global Art&Design Magazine*. – 48-52
- Askeroglu E., Karakulakoğlu S. (2019) Citizen journalism as a changing journalistic approach with the transition from traditional to new media: research on generations. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 508
- Бақытжанова М. (2021) «Әр қазақ білуге тиіс тұлға»: Қайым Мұхамедхановтың қазаққа қандай еңбегі сіңді? – видео, <https://aikyn.kz/138962/kauyum-muhamedhanov-kazakka-kanday-en>
- Biryukova Yu.V., Novgorodova E.A., Kichkina E.G. (2021) New media as a modern communication environment for interaction between mass media and its audience. –<https://research-journal.org/en/archive/2-104-2021-february/novye-media-kak-sovremennaya-kommunikacionnaya-sreda-dlya-vzaimodejstviya-smi-i-auditorii>
- Джонес Д. (2014) Сандық журналистика: оқулық / ауд. Қ.Н. Мысаева // ҚР білім және ғылым министрлігі. – Алматы: ҚР Жоғары оқу орындары қауымдастығы. – 266 б.
- Dilmen N.E. (2007) Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*. – 113
- Deuze M. (2001) *Online Journalism: Modelling the first Generation of News Media on the World*
- Еркімбаев А. (2012) Қазіргі кездегі журналистік білім беру: Инновациялар, жаңа технологиялар: оқу-әдістемелік құрал. – Алматы: «Асыл кітап» баспасы, – 97 б.
- Emmanuel J.A. (2023) Social Media Communication and National Integration. *Cross-Disciplinary Journal of Digital Investigation*
- Emmanuel N.O. (2017) Assessment of Journalism Trends and Practices in New Media Era // *University of Nigeria Interdisciplinary Journal of communication Studies // Formerly International Journal of Communication: an Interdisciplinary Journal of Communication Studies*. –No. 2. –Vol. 21
- Жанболат К. Балаларға базарлық. Ақылды қоян. – <https://egemen.kz/article/228929-balalargha-bazarlyq-aqyldy-qoyan>
- Hegen D. (2019) Reverse Integration: The Marginalization and Future Approach of Journalism in the Context of Traditional Media's Recession[J]. *Journal of Northwestern Polytechnical University (Social Sciences)*, 26(15):36-42.
- Кепиос, https://kepios.com/?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2024&utm_term=Kazakhstan&utm_content=Kepios_Home_Link
- Конвергенция: кто будет жить теперь по-новому? – <https://gipp.ru/news/wan-ifra/>
- Кретов Б.Е. (2000) Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // *Социально-гуманитарные знания*. № 1. С. 101
- Қамзин К. Журналистика негіздері. – Алматы: Қазақ университеті, 36.
- Wide Web. First Monday 6. Available at: <http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>
- Liu H. (2017) Research on news communication mode innovation under the background of new network media. *Bol. Tec. Vol. 55, issue 11. P. 470–476*.
- Manoli A.E., Janečić D. (2021) Challenges to the role of media in reporting sport corruption: Insights from reporters in Balkan countries. *International Review for the Sociology of Sport*; 56(6):842-858. Doi: <https://doi.org/10.1177/1012690220967284>
- Омашұлы Н. (1999). Жол үстінде – журналист. – Алматы: Атамұра. – 168 б.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press
- Social media users in Kazakhstan the last month of 2024. –<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-kazakhstan/2024/>
- Үшкын, №1.17.01.1919
- Facebook, <https://www.facebook.com/egemenkz/videos/245151179948952/>
- https://www.youtube.com/watch?v=rjm9En_JwsM

References

- Aistrophe T. (2020) Popular culture, the body and world politics. *European Journal of International Relations*. 26(1):163-186. Doi: <https://doi.org/10.1177/1354066119851849>
- Arapoğlu F. (2012) *Artam Global Art&Design Magazine*. – 48-52
- Askeroglu, E., Karakulakoğlu, S. (2019) Citizen journalism as a changing journalistic approach with the transition from traditional to new media: a research on generations. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 508

Bakytzhanova M. (2021) Ar qazaq biuge tiis tulga. Kaiym Muhaamedkhanovtyn kazakka kandai enbegi sindi? [A person that every Kazakh should know”: What merits of Kayim Mukhamedkhanov left for Kazakhs? – video], <https://aikyn.kz/138962/kayym-muhamedkhanov-kazakka-kanday-en>

Biryukova Yu.V., Novgorodova E.A., Kichkina E.G. (2021) New media as a modern communication environment for interaction between mass media and its audience.–<https://research-journal.org/en/archive/2-104-2021-february/novye-media-kak-sovremennaya-kommunikacionnaya-sreda-dlya-vzaimodejstviya-smi-i-auditorii>

Chadwick, A. (2017). The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press

Dilmen N.E. (2007) Internet diaries-blogs within the framework of the concept of new media and their reflections on journalism. Marmara Communication Magazine. – 113

Deuze M. (2001) Online Journalism: Modeling the first Generation of News Media on the World

Emmanuel J.A. (2023) Social Media Communication and National Integration. Cross-Disciplinary Journal of Digital Investigation

Emmanuel N.O. (2017) Assessment of Journalism Trends and Practices in New Media Era // University of Nigeria Interdisciplinary Journal of communication Studies // Formerly International Journal of Communication: an Interdisciplinary Journal of Communication Studies.–No. 2. -Vol. 21

Erkimbay A. (2012) Kazirgi kezdegi zhurnalistik bilim beru: Innovaciylar, zhana tehnologiyalar: oku-adistemelik kural [Modern journalistic education: Innovations, new technologies: educational and methodological tool]. – Almaty: “Asyl Kitab” publishing house, – 97 p.

Jones D., (2014) Digital journalism: textbook/audio. K.N. Mysaeva // Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. – Almaty: Association of Higher Education Institutions of the Republic of Kazakhstan.- 266 p.

Hegen D. (2019) Reverse Integration: The Marginalization and Future Approach of Journalism in the Context of Traditional Media’s Recession[J]. Journal of Northwestern Polytechnical University (Social Sciences), 26(15):36-42.

Kepios, https://kepios.com/?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country_Article_Hyperlink&utm_campaign=Digital_2024&utm_term=Kazakhstan&utm_content=Kepios_Home_Link

Konvergenciya: kto budet zhit teper po-novomu? [Convergence: Who will live in a new way now?] – <https://gipp.ru/news/wan-ifra/>

Kretov B.E. (2000) Sredstva massovoi kommunikacii – element politicheskoi sistemy obshchestva // Socialno-gumanitarnye znaniya [Mass media – an element of the political system of society // Social and humanitarian knowledge]. No. 1. P. 101

Kamzin K. Zhurnalistika negizderi [Fundamentals of journalism]. – Almaty: Kazakh University, 3p.

Liu H. (2017) Research on news communication mode innovation under the background of new network media. Bol. Tec. Vol. 55, issue 11. P. 470–476.

Manoli AE, Janečić D. (2021) Challenges to the role of media in reporting sport corruption: Insights from reporters in Balkan countries. International Review for the Sociology of Sport; 56(6):842-858. Doi: <https://doi.org/10.1177/1012690220967284>

Omashuly N. (1999) Zhol ustinde – jurnalist [Journalist on the road]. – Almaty: Atamura. – 168 p.

Social media users in Kazakhstan the last month of 2024. –<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-kazakhstan/2024/Ushkyn, №1.17.01.1919>

Wide Web. First Monday 6. Available at: <http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802>

Zhanbolat K. Balalarga bazarlyk. Akyldy koyan [Market for children. Smart rabbit]. – <https://egemen.kz/article/228929-balalargha-bazarlyq-aqyldy-qoyan>

Facebook, <https://www.facebook.com/egemenkz/videos/245151179948952/>

https://www.youtube.com/watch?v=rjm9En_JwsM

Авторлар туралы мәлімет:

Қастай Дастан Қуандықұлы (корреспондент автор) – оқытушы, Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Қазақстан, Алматы қ., e-mail: dastan.kastay@gmail.com);

Башанова Құралай Алмасқызы – оқытушы, Баспасөз және электронды БАҚ кафедрасы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (Қазақстан, Алматы қ., e-mail: kuralayb8@gmail.com).

Information about authors:

Kastay Dastan Kuandykuly (corresponding author) – Lecturer, Department of Print and Electronic Media of al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: dastan.kastay@gmail.com);

Bashanova Kuralay Almaskyzy – Lecturer, Department of Print and Electronic Media of al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan, Almaty, e-mail: kuralayb8@gmail.com).

Келін түсті: 27 тамыз 2024 жыл

Қабылданды: 3 қараша 2024 жыл