

ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИЯ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Қазіргі жаңа технологиялар мен компьютердің мүмкіндіктері адам өмірінің жаңа белесі. Соңғы техникалық, технологиялық мүмкіндіктер ұлттық журналистиканың, дәстүрлі баспасөздің өзгеріске ұшырауына ықпал етті. Соларды зерттеу барысында интернетті, жаңа медианы, электронды баспасөзді зерттеудің маңызы жоғары. Қоғамдағы өзекті мәселелердің бірі осы жаңа медиа.

Интернеттегі коммуникация – интербелсенді, яғни тараптар арасында белсенді өзара әрекет алмасу жүріп жатады. Диалогтық қасиет WWW технологиясының өзіне кіріктіріліп, журналистикаға коммуникацияның бір бағыттағы тәсілдерінен бас тартуға мүмкіндік береді. Интернет коммуникацияның басқа құралдарымен салыстырғанда тиімді кері байланысты, аудиториямен арадағы диалогты қамтамасыз етеді. Оның интербелсенді сипаты кері реакцияны, сөйлесушіден келетін жауапты күтуге кететін уақытты айтарлықтай үнемдеуге мүмкіндік береді.

Мультимедиялық – веб-парақшада ақпараттың барлық түрін мәтіндік, графикалық, бейнелік сияқты түрлерін пайдалана алу мүмкіндігі. Сөйтіп, компьютерлік ортаның негізін құрайтын гипермәтіндік байланыстар арқылы мультимедиялық бір веб-парақшада телевидениенің (динамикалық кескін), радио (аудио) мен прессаның (мәтіндер, суреттер) мәнерлі құралдарын қатар қолдануға мүмкіндік береді.

Адамзат тарихында болмаған соңғы өзгерісті интернет (INTERNET – ғаламтор, халықаралық желі (International Network) әкелді. Ол ақпараттар тасқынымен қатар қоғамның өзгеруіне де әсер етті. Әлемдегі ақпараттық қоғамның пайда болуын интернеттің қолданысқа енуімен қатар атауға болады. Жиырмасыншы ғасырдың аяғында пайда болған, қазіргі уақытта әлемнің кез келген нүктесінен хабар алмасуға, қандай болмасын ақпарат алуға үлкен жол ашқан интернет желісі қоғамға ғылыми, экономикалық, әлеуметтік жаңа серпіні берді.

Бүкіләлемдік тор Интернетті өзгертіп, оның қазіргі заманғы бет-бейнесінің қалыптасуына ықпал етіп, ақпарат саласында үлкен төңкеріс жасады. Интернетті басқаратын белгілі бір орган немесе компанияның болмауы жекелеген желілердің бірігуіне көп әсерін тигізді. 1997 жылы Интернетке 1 миллионнан астам

домендік аттар тіркеліп, 10 млн компьютер қосылды. Ғаламтор танымал, тиімді ақпарат алмасу құралына айналды. Рим папасы Иоанн Павел II 1998 жылы 30 қыркүйекті Бүкіләлемдік Интернет Күні деп бекітті [1].

Қазақстан интернеті 1994 жылдың 19 қыркүйегінде жоғары деңгейлі .kz домені ресми тіркелген уақыттан басталады. Қазақстан кеңістігіне ғаламдық тордың енуі нәтижесінде, 1998 жылы Республикалық телекоммуникация компанияларының басқаруымен телекоммуникация ассоциациясы құрылды. Алғашында қорғаныс мақсатында жасалған жоба уақыт өте ғаламдық ақпараттар тасқынын реттеуде орасан өзгеріс әкелді. Жылдамдық пен тиімділігі жоғары мұндай жүйенің қажеттілігі қазіргі уақытта басты құрал. Яғни, ақпарат алмасуда осы кезеңге дейін адамзат қолданған ақпарат құралдарының бәрін басып озды. Ғаламтордың дамуы мен тиімділігі артқан сайын күнделікті өмірдің белгілі бір бөлшегіне айналды. Іздеген кез келген ақпараттан бастап Қазақстанда таралатын газет-журнал, телеарна, радио сынды ақпараттық арналарды онлайн оқуға, тыңдап, тамашалауға болады. Тек интернетке қосылатын мүмкіндік болса жеткілікті. Бұрынғыдай теледидар, радио қабылдағыш сатып алудың қажеттілігі шамалы. Қолыңызда компьютер болмаса да, қазіргі ұялы телефондар белгілі мөлшерде компьютердің қызметін атқаруға шамасы жетерлік. Ғаламтордың тиімділігі қашықтықтан басқару, бақылау орнату құралдары, мемлекеттік салық пен айыппұлды онлайн төлеуге, интернет-дүкендердің, онлайн сауда жасаудың өркендеуіне үлес қосуда.

Интернеттің дамуы аясында қоғам түсінігінің медиаға бетбұрысы анық байқалады. Күнделікті өмірдің өзі медиаға байланысты өзгеріске түсуде. Медиа мәденет, медиа орта, медиа білім сияқты түсініктер қалыптасты. Осының бәрі «Медиалогия», яғни медианы зерттеу арқылы ғана түсіндіруге болады.

Медиалогия (media studies, medialogie) – медианың гуманитарлық аспектілерінің дамуын, сипатын, нысанын, олардың қоғамға әсер ету нәтижелерін зерттейтін ғылым. Оған жақын түсініктер: коммуникативистика – байланысты зерттеу (communication studies), коммуникология (communication studies), байланыс теориясы (communication theory) [2].

Коммуникативистика жүйелік ресурстар мен өркениеттің әр түрлі кезеңдерінде орын алатын бұқаралық ақпараттың гуманитарлық функцияларын зерттейтін ғылым [3].

Коммуникология – біртұтас синтезді қалыптастырылған білім (ғылым), қарым-қатынас туралы жаңа білім алу үшін білім мен іс-шаралар жүйесі. 1) коммуникация теориясы; 2) әр түрлі автордың, дамыған коммуникацияның түрлі теориялары (мысалы, бұқаралық коммуникация теориясы, мәдениетаралық коммуникация теориясы, көптеген әлеуметтік-лингвистикалық теориялар, жергілікті байланыс теориясы – эгалитарлық байланыс); 3) түрлі бағыттағы байланысты зерттейтін ғылым және ғылымның бағыттары (байланыстың әлеуметтануы, байланыстың психологиясы); 4) түрлі құралдар мен әр түрлі көрсеткіштер арқылы байланыстың теориясы мен практикасы қоғамның түрлі саласындағы іс-шаралар [4].

Байланыс теориясы – бұл байланыстық сипаты бар әлеуметтік-гуманитарлық, нақты ғылымдар мен ғылыми-техникалық білім синтезі. Оның тақырыбы, табиғи әмбебап әлеуметтік және техникалық жүйелер мен байланыс сілтемелері.

Медиалогия түсінігі осы ғасырда пайда болды. Медиа білім, медиа мәдениет, медиа орта, инфосала терминдері медиалогиямен тікелей байланысты. Оның құрамдас бөлігі деуге болады. Интернет арқылы қолданысқа енген, шекарасы жоқ, ұлттық, тілдік ерекшелікті талғамайтын қазіргі ақпарат кеңістігі үлкен өзгерістерге ұшырады. Соны зерттеу мақсатында медиалогияның алатын орны ерекше.

Медиа білім қазіргі технологияны меңгере отырып, ақпаратты қабылдау мен сараптау, байланыс жасау туралы білім беру. Медиа мәдениет мәдениеттің медиа арқылы тасымалдануы. Ғаламтор кітап, кино, әлеумет, еңбек, қаржы т.б. адамзат қажеттіліктерін түгел қанағаттандыратын деңгейге көтеріле бермек. Соның ықпалымен қоғамдық өмірдің медиалануы қатар келеді. Медиалану заманға сай қоғамдық өзгеріс екенін жоққа шығара алмаймыз.

Медиалогияның негізін қалаушылардың бірі француз зерттеушісі Режи Дебрэ «Медиаологияға кіріспе» кітабында, «Медиаология қазір және осы жердегі хабармен және дәл қазіргі байланыс кеңістігімен емес уақыт кеңістігіне хабар жіберумен, ұрпақтан ұрпаққа берілетін ақпараттың ұзақтығымен айналысуды көздейді», – деген тұжырым жасаған [5].

Интернеттегі дерек көздеріне сену қаншалықты тиімді екендігін БАҚ туралы заңның 21-баптың 2-бөлімін негізге алуымызға болады. Яғни интернет-ресурстар БАҚ-қа теңестірілген. Ғаламтордың өрістеп дамуы қоғамдық орта-

ның әлеуметтік желіде қалыптасуына жағдай жасады.

Қоғамға әсер етудің нәтижесі БАҚ-тың мониторингі арқылы анықталады. БАҚ-ты зерттеп, зерделей отырып сараптап, қоғамға керек не екенін білгенде ғана, қоғамның талап ететін қажеттілігіне жауап береміз. Ол БАҚ-тың аудиториясына ықпалын күшейтеді. Әркім әр арнаны, газетті, интернет басылымды оқитыны белгілі. Өзіне керек ақпаратты іздейді. Егер қазіргі БАҚ әркім іздеген ақпаратын алатындай мүмкіндік жасаса онда, сол ақпарат құралының беделі өседі. Бір сөзбен айтқанда аудиторияның сұранысына жауап бере алады. Сондықтан аудиторияны, БАҚ-тың әсер ету аясын зерттегенде ғана аудиторияны толық қамтуға болады.

Қазақстандағы медианы зерттеу барысында 2013 жылы «Ашық қоғам қоры» «Қазақстанның цифрлық медиалар картасын жасады». Онда халықтың интернетке қолжетімділігі, БАҚ-тың барлық саласына (теледидар, радио, интернет басылым) сараптама жасаған. Медиа бизнес, БАҚ төңірегіндегі мемлекеттік реттеу т.б. қамтыған. Жоба хабар таратудың аналогтық форматтан сандық (цифрлық) форматқа көшуін, жаңа медиа-платформалардың жаңалықтар контентінің көздері ретінде өсуін, хабар таратудың дәстүрлі түрлерінің телекоммуникациялар қызметтерімен ықпалдастырылуы факторларынан туған ғаламдық тәуекелділіктер мен мүмкіндіктерге баға береді. Оның маңыздылығы жоғарыда айтқан қоғамның қажеттілігін қанағаттандыруды көздейді.

Медиалогияның қазіргі мүмкіндіктері мен жаңа сипаты жайлы Гарвард университетінің профессоры Дэн Гиллмордың «Біз – медиа» кітабын мысалға алуға болады. Автор қазіргі журналистика дәрістен әңгімелесуге өзгеруін нақтылап, солай болатынын дәлелдеген. Сондай-ақ, 2005 жылы «Газеттер жойылады. Оның орнына жаңа бағыттағы медиа келеді» деп тұжырым жасаған осы Дэн Гиллмор болатын. Автордың еңбегінде қазіргі Веб 2.0 технологияның арқасында қазір әркімнің ақпаратты алумен қатар оны өңдеуге және толықтырып жасауға мүмкіндік беретіні айтылған. Қазіргі журналистиканың қатысуы мен әсерінің бірнеше бағытырын ұсынған. Оның ең негізгісі – азаматтық журналистика.

Журналистиканың белсенді қатысатын тармағының бірі әлеуметтік белсенді журналистика. Оның басты шарты журналистиканы тек ақпарат таратумен ғана емес, ол қоғамдық өмірдің өзгеруіне де атсалыса алуы керек. Бұл

жағдайда газеттер мен журналдар бейтарап бақылаушыдан, азаматтардың көп бөлігіне маңызды қоғамдық өмірдің белсенді қатысушысы болады. Нақты қоғамдастық шеңберінде әлеуметтік белсенді журналистиканың негізгі қағидаттарын іске асыру шағын қоғамдастық журналистика болады. Мұндай ақпараттар жергілікті оқиғалармен (қалашық, аймақ), онда жаһандық маңызды жаңалықтар басымдыққа ие.

Журналистика қатысатын маңызды бағыттың бірі бірлескен журналистика. Оның маңызы, жарияланатын материалды бір емес, бірнеше адам бірлесіп жасайды. Басылымның лауазымының еркіндігін көрсететін ақпараттардың түрлі көзқараста болғаны маңызды. Онда сіздің кәсіби маман немесе әуесқой жазушы, шартты түрде БАҚ жұмысшысы болуың да маңызды емес. Бірлескен журналистиканың негізгі түрлері Link-журналистика мен вики-журналистика. Link-журналистиканың басты идеясы мәтінді гипер сілтеме мен сыртқы веб-ақпарат көздеріне сілтеме жасаумен қамтамасыз ету. Вики-журналистика кез келген вики-ресурсқа ұқсас. Мысалы, Википедия. Барлық қолданушыға керек ақпаратты ұсынады. Оның өңдеп жаңалықтар жасауға болады. BBC немесе The New York Times сияқты көптеген дәстүрлі БАҚ-тың веб-мамандары бірлескен журналистиканы жаңалықтарды жинауға қолданады. Ол материалға пікір жазуға мүмкіндік беріп, мақалада өзге ақпарат көздеріне сілтеме жасайды. Алынған ақпаратты сілтеме арқылы нақтылауға, оқырманның ақпарат дәлдігіне көз жеткізуге ықпал етеді. Бірлескен журналистикаға жақын интерактивті журналистика. Оларды бірдей деуге болмайды. Интерактивті журналистикада қолданушы жаңалықтың кәсіби деңгейде дайындалуына пікір арқылы атсалысады және автормен байланыс жасай алады. Кері байланыстың тиімділігінің жоғары екенін көруге болады. Журналистиканың әсері веб 2.0 технологиясының дамуы арқасында жүзеге асты. Медиа салада төңкеріс жасап, оның табиғатын түсінуге итермеледі.

Медиаология ғылымы БАҚ та таралатын ақпараттың қоғамға әсерін зерттейді. Яғни, БАҚ-та көрініс табатын арнаның, қандай бағдарламаның, қандай жобаның қоғамға әсері жоғары деген сұрақтарға жауап іздейміз. Ескеретін нәрсе бағдарламалардың қазақ тілді аудиторияға арналғаны. Елдегі 2015 жылы телеарна бағдарламаларының тілдік үлесі мынадай, КТК бір аптадағы қазақ тілінің үлес салмағы 30 пайызға жуық, «Хабар» арнасындағы

қазақ тілінің үлесі 58 пайызға тең болған. «Қазақстан» ұлттық арнасы 2011 жылдан бастап 100 пайыз қазақ тіліне көшті. «31 арнадағы» қазақ тілінің үлесі 35 пайыз. Қазақ тіліндегі рейтингті әлі де аударма сериалдармен толтырып келеді. Арналардың рейтингке жұмыс істеуі ұлттық дәстүрге, мәдениет пен әдебиетке байланысты танымдық бағдарламалар жасауға бағыттады. Оның орнына қоғамдағы даулы мәселелер төңірегінде жасалған хабарлардың көрсетілім деңгейі жоғары.

Бірнеше жыл бұрын телеарналардағы елу де елу жобасы әр арнадағы тілдік үлестің теңестіру жайлы заң жобасын жасады. Отандық арналар ол шарттарды орындағанмен көрерменнің көңілін толтыратын ешқандай өзгеріс байқалмады. Алғашында эфир уақытын толтыру мақсатында кәріс телесериалдарын қазақшаға аудардық, одан кейін түріктерді тамашаладық, енді үнді телесериалдарына жаппай аудару жүріп жатыр. «Қазақстан» ұлттық арнасы, «КТК», «Астана» телеарнасы, «31» арна осылардың барлығында үнді телехикаясы көрсетіліп жүр. Оның орнына қоғамға қажетті материал ұсынсақ әлдеқайда жақсы болады. Дегенмен, жеке меншік арналардың өзін-өзі қаржыландыруы рейтингке жұмыс істеуге мәжбүрлеуде. Интернет сайттарынан да осы процесс байқалады.

Қазақстанның медиа саласына зерттеу жасайтын ешқандай орталықтың жоқтығы да мәселені ушықтыра түсуде. Мысалы, Ресейде «Медиология» ақпараттық-сараптама жүйесі жұмыс істейді. Оның мақсаты Ресей кеңістігінде таралатын медиаға сараптама жасап, кім не жазды, қанша оқырманы бар, қоғамда қалай қабылдады деген сияқты ақпарат беріп отырады. Ал, АҚШ-тың медиа саланы зерттеу жүйесі АҚШ телеарналарына қандай хабарды көрсету керектігіне кеңес беріп, қоғамға қандай хабар керек соның жобасын да жасап береді. Яғни, БАҚ-тың қоғамға әсерін бақылаудың маңызы жоғарын екенін ескеруге міндеттіміз. Медиологияны зерттеп, Қазақстанның медиа саласына сараптама жасау арқылы ғана қоғамға не керек екенін, отандық телеарналардың қандай болуы керектігін біле аламыз. Жоғарыда айтылған арналардағы мәселелер де осындай зерттеудің аясында шешімін табатыны сөзсіз.

Медианың қоғамға әсері. БАҚ-тың психологиялық әсерін қарым-қатынастың себебі мен салдары төңірегінде қарастыру керек. Мұндағы себеп түрлі байланыс құралдары арқылы тарайтын ақпарат. Бұқаралық ақпараттың мінез-құлық пен психикаға әсерін зерттейтін әлеуметтану-

шылар мен психолог мамандар қатаң сақтандыру шараларын ескеру керектігін алға тартады. Ол өзге факторлардың әсерін азайту үшін. Мұндай әдіс ғалымдарға бұқаралық ақпараттың жеке тұлғаға әсер етуін бақылауға мүмкіндік береді. Қазіргі дамыған қоғамдағы адам күніне мыңдаған медиа ақпаратты қабылдайды. Оның адамға әсер ететіні ақиқат. Одан байқағанымыз, осы әсердің куәгерлері мен медианың әсеріне қызығушылықтың артуы бұқаралық коммуникациямен бірге туындағандығы. Медиа ақпараттың әсеріне адамдар ешуақытта немқұрайлы қараған емес. Әсіресе өз ұрпақтарына әсерін назардан тыс қалдырған жоқ. Қоғам белгілі ақпараттың кері әсерін ешқашан жоққа шығарған емес. Сондай-ақ, медиа ақпараттың әлеуетті әлеуметтік әсеріне де қызығушылық болды.

Жаңа медиа жайында сөз қозғамас бұрын медиа сөзінің мағынасын анықтаған дұрыс. Қазір медиа сөзін барлық салаға қатысты қолданып жүрміз. Медиа холдинг, Арна медиа, Нұр медиа деген атауларға қарасақ, медиа сөзі орталық деген мағына береді. Белгілі блогер Асхат Еркімбаев «Медиа» сөзін латынның «medium» сөзінен «орта, аралық» деп аударса, Алиев Шаттық өз еңбегінде медианы латынның «media, medium» – құрал, сарапшы немесе ақпараттық деген тұжырым жасаған [6]. Ал, ағылшын тілінен аударғанда «әдіс, тәсіл» деген мағынаға ие болады. БАҚ саласына кейін келген термин болғандықтан, аталған сөзге әлі нақты аударма жасалған жоқ. Сонымен қатар «медиа» сөзін салаға байланысты қолданған дұрыс. Жоғарыда айтылған медиа сөзімен байланысты атауларға тән нәрсе орталық болса, информатика саласында медиа сөзі тасығыш. Яғни, салаға байланысты сөздің мағынасы екі түрлі пікір қалыптастырады.

Журналистикада медиа сөзін «әдіс, тәсіл, құрал» деп қолданған ұтымды. Себебі, ерте дәуірлерден ақпарат беретін манускриптар мен тасқа қашалған жазулар, қазақ даласындағы балбал тастардағы бейнелер, Орхон Енисей жазбаларын медиа деп атауға болады. Барлығы ақпарат беріп тұр. Ақпарат берудегі ерекшеліктерін ескерсек бірі тасқа қашалып жазылса, екіншісі сурет түрінде. Әрқайсысына тиесілі өз әдіс, тәсілін байқаймыз. Орталық деген атау ғаламтор арқылы ақпарат таратудағы мақала, бейне баян, аудио хабар бәрінің бір орталықтан таралуынан туғаны анық.

Қазіргі ғаламтор мен компьютерлік бағдарламалардың мүмкіндігіне қарай бейне баянды, аудио хабарды, мақаланы да жариялауға

болады. Оларды бір-біріне кіріктіре отырып бір орталықтан таратуға да, жеке таратуға болады. Бәрін бірге беру немесе әрқайсысын жекелеп жариялау. Бұл ғаламтор мен жаңа мүмкіндіктерге ие бағдарламалардың жемісі.

Компьютердің техникалық мүмкіндігін медиа сөзінің орталық деген атау беруіне мәжбүрлеп отырмыз. Қазақстанға интернет келгенге дейін теледидар, радио, газет-журналдар басты ақпарат тарату құралы болды. Оған дейін қазақ халқының ауыз әдебиетінен бастап кітап басу, телеграф, телефон, газеттің пайда болуы ақпарат беру тәсілдерінің бастамасы еді. Яғни, уақыт өткен сайын ақпарат алмасу бар, тек ақпарат берудің тәсілдері ғана өзгеріске ұшырауда. Жаңа заман ұсынып отырған құралдар мен ғаламтор ақпарат алмасудың жылдамдығын арттырып, ақпараттық қоғамның қалыптасуына әсер етті.

Жаңа медиа – заманауи технологиялар мен ғаламтордың даму нәтижесінде пайда болды. Компьютерлік бағдарламалардың жетістігі арқылы «Жаңа медиа» ақпарат таратудың тың, жылдам және тиімді тәсілдерін ұсынуда. Оның жаңашылдығы аудио, бейне, мәтіндік хабарларды ғаламтор арқылы тарату. Қолжетімді интернеттің болуы шарт. Қазір кез келген газет журнал, телеарна, радио барлығының сайттары бар екенін білеміз. Сол арқылы қалаған уақытта ақпарат алуға болады. Өтетін хабарды күту, газетті сатып алу міндетті емес. Соңғы шыққан қалта телефондары толықтай интернет жүйесіне кіруге, ақпарат алып, оны таратуға ыңғайлы. Ұялы телефонның бұл саладағы белсенділігі оның үлесін арттыруда.

Жаңа медианың электронды БАҚ-пен байланысы оның қоғамдағы интернет әкелген өзгерістің нәтижесінде құрылды. Ол – ақпараттық қоғам. Бұл өз кезегінде еліміздің барлық саласын қамтуда. Оған БАҚ-тың араласуы заңдылық. Жаңа ақпараттық технологияның әсерінен масс медиада айтарлықтай өзгерістер байқалуда. Бұл өзгерістер ақпарат тасымалдауды түбегейлі өзгертті. С.Г. Машкова «Интернет-журналистика» еңбегінде БАҚ-тың интернет арқылы ақпарат берудегі өзгерістерін бірнеше процеске жіктеген [15].

Бірінші процесс – бұл дегитализация (ағылшын тілінен ауд. Digitalisation – сандық, цифрландыру). Ол БАҚ-тың мазмұнын, мәтіндік, графикалық, дыбыстық түрін, заманауи компьютерлерге түсінікті санды форматқа өзгертті. Дегитализация ақпараттың кез келген электронды желіде тасымалдануын жеңілдетті. Нәтижесінде, ғаламтор медиа өнімді сандық

формат арқылы шектеусіз таратушы, ақпараттық және байланыстың ерекше ортасына айналуға. Дегитализация БАҚ-тың мазмұндық деңгейін ажырата отырып, жинақтылыққа жол ашты.

Жинақтылық (конвергенция, ағыл. ауд. convergere – жақындау, ұқсас) – БАҚ-тың негізінің заманауи өзгеруіне жататын екінші маңызды процесс. Жинақтылық түсінігіне ең жақын «бірлестік» термині.

Біріншіден, бұл бірлестік технологиясы әр түрлі техникалы тасымалдаушы кабельді және телефон желілері, сымсыз спутникті байланыс арқылы тұтынушыға немесе қолданушыға ақпарат жеткізу.

Екіншіден, топтасу, бұл бір-бірінен алыс және бөлек жатқан БАҚ бірлестігі. Қазір бірігудің мынадай формалары қалыптасты: радио мен теледидар интернетте, видеофильмдер компакт-дискте, жаңалықтар тізбегі ұялы телефонда т.б. Нәтижесінде, қолданушының бірдей ақпарат өнімдерін әр түрлі желі арқылы алу мүмкіндігі оның бұрынғы ақпараттық және байланыс түсінігін түбегейлі өзгертті. Әртүрлі БАҚ-тың бірігуі, өнім мазмұнының әр түрлі арналар арқылы ортақ көрінісі жаңа кешенді жанрдың тууына әкелді. Теледидар дәуірінің өнімі ақпараттық (ақпараттық + ойын-сауық), Интернет дәуірі эдьютейнмент (білім беру + ойын-сауық), жеке арналар қазіргі заманғы ақпараттық инфорториал (ақпараттық + редакциялық) туғызды.

Кәсіби журналистік деңгейде жинақтылық бірнеше формада байқалады. Біріншіден, журналист жасаған жұмысын газетке де, онлайн басылымға және телеарнаның телемәтін қызметіне де ұсына алады. Екіншіден, журналистің өзіне де талаптар өзгерді. Қазіргі заманғы кәсіби журналист мультимедиялық құралдарды меңгерген, кез келген бұқаралық ақпарат құралдарында материалдарды өндіруге қабілетті болуға міндетті.

Үшіншіден, жинақылық – бұл нарықтың бірігуі. Қазіргі заманғы медиа саласы телекоммуникация саласын және ақпараттық-компьютерлік технологияларды қолдану арқылы интеграциялануға бағыт алды. Онда жаңа кешенді нарық қалыптасты, бәсекелес бағдарламалық құрал компаниялары, кабельді теледидар станциялары, спутниктік теледидар қызметі жаңа нарық қаупін азайту мақсатында біріктірілді [7].

Мультимедиялық қызмет бір жүйеге бірікті: желілік қызмет көрсету, бағдарламалық өнімдерді құру және т.б. Конвергенция жақын

онжылдықта БАҚ саласын ғана емес, сонымен байланысты барлық өндіріс саласын өзгертуге толықтай мүмкіндігі бар.

Жаһандану әлемдік үрдісте, ашықтық және өзара тәуелділікті білдіреді. Бұрын бұқаралық ақпарат құралдарының әсер ету аймағы мемлекеттің ауқымымен анықталса, қазір ұлттық шекараның жоқтығы оның мағынасын жоғалтты. 1960 жылдың ортасында М.Маклюэн бұл құбылысты «жаһандық ауылы» деп атады. Жаһандану қолданушыларға орасан ресурстарға жол ашты. Сол арқылы медиа ұйымдар өз аудиториясын арттыруға мүмкіндік алды. Бұл құбылысқа сын айтушылар «сандық алшақтық» туралы жиі мәселе көтереді. Оның мәні ресурстарға халықтың аз ғана бөлігі қол жеткізе алады. Ал кедей елдер бұл инновациялардан тысқары қалады.

Әртараптандыру. Қазіргі заманғы медиа хабарды адамдардың көп бөлігіне жеткізе алғанымен, ол оған талпынбайды. Керісінше, БАҚ бұқаралық аудиторияның шағын сегменттеріне бағытталған. Жаһандық тарату мүмкіндігі, ақпараттық өнімді жеңіл және

салыстырмалы арзан жасау мен тарату, аудиторияға тиімді қызмет көрсетуге барынша ұмтылатын БАҚ-тың мамандануы мен әртараптандыруы. Бұл құбылыс жайлы бірінші Э. Тоффлердің «Үшінші толқын» еңбегінде жазылған. Ақпарат жасау мен жеткізуді жетілдіру жүйесі бұқаралық ақпарат құралдарына нақты аудиторияға және жеке ақпаратты ақырғы пайдаланушыға беруге жағдай жасайды.

Газеттегідей ұзын-сонар мақала жазудың тиімсіздігін уақыт дәлелдеді. Оған әсер еткен ақпараттың шектен тыс көптігі. Сәйкесінше, ақпарат таратушы сайттар да жетерлік. Оның барлығын қарап шығуға уақыт тапшы. Қысқа ақпаратқа шолу жасап, жылдам қарап шығуға көп уақыт кетпейді. Ұзақ мақала оқылмай қалатын болғандықтан, қысқаша ақпарат беру тиімді болуда. Соның нәтижесінде электронды БАҚ-та блог, блоггер, интербелсенділік, инфографика, медиа журналистика, веб-редактор т. с. с. жаңа атаулар қолданысқа енді. Осылай электронды баспасөз интернет-журналистиканы қалыптастырды.

Әдебиеттер

- 1 Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б. Мультимедиялық журналистика: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 126 б.
- 2 Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 592 с
- 3 Краснянский Д.Е. Основы теории коммуникации: пособие по изучению дисциплины. – М., 2009. – 154 с.
- 4 http://actualcomment.ru/vvedenie_v_mediologiyu.html
- 5 «Кәсіби білім берудегі интернет-сауаттылық: әдістер мен шешімдер» республикалық әдістемелік-тәжірибелік семинар жинағы /жауапты ред. А.Б. Әлімжанова. – Алматы: «Қазақ университеті», 2016. – 226 б.
- 6 Еркінбай А. Жаңа медиа: Монологтан диалогқа. – Алматы, 2013.
- 7 Машкова С.Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. – Тамбов, 2006.

References

- 1 Sultanbaeva G.S., Alimzhanova A.B. Multimedialyq jwrnalistika: oqu quraly. – Almaty: Qazaq universiteti, 2016 – 126 b.
- 2 Şarkov F.I. Communicology: baylanis teoriyası negizderi: Oqw quralı / Şarkov F.I. – M: Izdatelskotorgovaya korporaciyası «Daşka i K», 2010. – 592 bar.
- 3 Krasnyansky D.E. Baylanis teoriyasının negizderi. Zertew swbektilerine nusqawlıq. – Moskva, 2009. – 154 b.
- 4 http://actualcomment.ru/vvedenie_v_mediologiyu.html
- 5 «Kasibi Bilim Internet sauattylyq berudegi: adister sheshimder ozgerdi» respublikalyq adistemelik-tazhiribelik seminar zhinary. / Zhauapty A.B. Alimzhanova / – Almaty: «Qazaq universiteti», 2016 – 226 b.
- 6 Erkinbay A. Jana media: Monologtan dialogqa. Almaty 2013
- 7 Maskov, S.G. Internet jwrnalistika:- Tambov. 2006