

ӘОЖ 316.774:004.357

ЦИФРЛЫҚ МЕДИА – ЗАМАНАУИ МӘДЕНИЕТ АЙНАСЫ

Бұхарбай Ару Маратқызы

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану факультетінің
2-курс магистранты, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
aru.bukharbai@mail.ru

Ғылыми жетекшісі – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор
Есенбекова Ұ.М.

6870

Жаңа медиа ұғымы ХХІ ғасырда пайда болды. Бұл ұғымның пайда болуы интернет пен технологияның дамуымен және ақпараттың жаңаша сипатымен байланысты. Жаңа медиа интерактивті және цифрлы тәсілдердің өңделуімен жүзеге асады. Бұл құралдар кез келген ақпарат пен өнімді жасай алады. Осының нәтижесінде бүгінде журналистиканың қызметі мен сипаты, жалпы бағыт-бағдары да өзгеруде.

М.Ломоносов атындағы ММУ Журналистика факультетінің Жаңа медиа және коммуникация теориясы кафедрасының доценті М.М.Лукина «Интернет СМИ: теория и практика» еңбегінде жаңа медиалардың сипаттарын жан-жақты зерттеген. Оның «Интернет СМИ: теория и практика» еңбегінде жаңа медиаларға тоқталады. Зерттеуші жаңа медиалармен дәстүрлі медиаларды салыстыра келіп, бұрынғы БАҚ түрлерінің жаңаша сипатын көрсетеді. Яғни, баспа, газет-журналдардың сайттары мен электронды нұсқаларының пайда болуы немесе соның нәтижесінде қағазға басылмайтын, таза интернетте жаңалық таратын ресурстардың пайда болғанын айтады. Сонымен бірге, радиолардың жаппай интернет арқылы таратыла бастағанын, оларды видео және аудио түрінде тыңдауға болатынын ескертеді. Соңғы уақытта телевизия саласының да интернетке тәуелді болып келе жатқанын баяндайды. Осылайша, дәстүрлі БАҚ түрлерінің жаңаша сипатта, жаңаша үлгіде өңделуі медиа саласына көптеген жаңалықтар әкелді.

Ресейлік ғалым, интернеттің журналист қызметіне әсері мен пайдасын айшықтап, блогерлікке анықтамалар мен талдаулар жүргізеді. Зерттеушінің пікірінше, блогерліктің арқасында медиа саласында контент-редактор, аналитик-редактор, твиттер-репортер және басқы жаңа мамандықтар пайда болғанын түсіндіреді. Бұндай мамандар Ресейде немесе әлем елдерінде ғана емес, қазақстандық сайттарда да өз қызметін ұсынуда.

Қазақстан телеарналары жаңа форматқа көшірілуде. Кез келген арнаның хабарларын интернеттен онлайн және оффлайн көре аламыз. Арналарда қолданылатын технологиялық құралдардың барлығы – соңғы үлгідегі цифрлық жабдықтар. Қазақстанда жаңа медиа үлгілердің пайда болуы әлемдік медиа трендтердің дамуымен тығыз байланысты. Жаңа медиа үлгілерге түрлі веб-сайттар, әлеуметтік желілер және мобильді қосымшаларды жатқызуға болады. Веб-сайттар өз кезегінде ғаламтордың құрамдас бөлігі. 2019 жылғы Ақпарат және коммуникация министрлігінің мәліметтеріне сәйкес Қазақстанда 3328 БАҚ тіркелсе, оның 2790-ы газет пен журнал, 128-і телеарналар, 70-і радио және қалған 340 ақпараттық агенттік пен желілік ақпарат құралдарын құрайды.

Ғаламдық желінің дамуымен бүгінгі интернет басылымдардың орны мен әлеуеті, ықпалы күшеюде. Егер осыдан он жыл бұрын бүкіләлемдік ғаламтор ақпарат көзі ретінде қарастырылса, бүгінде біз медианың жаңа формасының – желілік медианың пайда болу фактісін анықтай аламыз, компьютерлік желі оның тарату ортасын айналуға. Миллиондаған адамдар баспа Интернеттегі басылымдарды оқуға көшті. Дәстүрлі таңертеңгі жаңа газеттерді оқудың орнына, адамдар смартфон мен компьютерге жүгінуде.

Интернет-журналистика немесе электронды журналистика – жаңа медиа дәуірінің көрінісі. Желілік журналистика басқа журналистиканың ішіндегі ең жас бағыттардың бірі. Алайда, жаңа медиа формалар адамдардың санасына еніп, оларды дәстүрлі баспа, теледидар және радиодан анағұрлым заманауи, ерекше коммуникативті мазмұнға ауысуға мәжбүр етті. Интернет тек журналистиканың өзін ғана емес, сонымен бірге қоғамның бұқаралық ақпарат құралдарының ықпал ету дәрежесін де өзгерте алатын жаңа мүмкіндіктер ұсынуда. Бүгінде қазақстандықтардың 35% Интернетті белсенді пайдаланушылар және бұл көрсеткіш үнемі өсу үстінде. Көрсеткіштердің желілік бұқаралық ақпарат құралдарын тұтынуға жұмсайтын уақыты да күн сайын артып келеді.

Республиканың мемлекеттік органдары интернет-БАҚ-тың өсіп келе жатқан ықпалын мойындауда. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарының Интернет платформаларға ауысуы елдің қоғамдық-саяси және әлеуметтік-экономикалық өміріндегі ақпараттың орны мен рөліне мүлдем жаңаша мән беруде Интернет – аудиторияға қолжетімділіктің жаңа нысаны, жарнама берушілерді, кәсіпкерлерді тарту құралына айналды.

Әлеуметтік желілер пайдаланушыларға ақпарат көздерін таңдау мүмкіндігін ұсынуда. Қолданушылар әлеуметтік желіні ақпарат таратушы канал ретінде пайдалана алады. Интернет және әлеуметтік желілер – көпшілікке арналған ашық медиа алаң. Олар мемлекет тарапынан қойылатын шартты цензураның элементтерін жоққа шығарады. Сол себептен, қазіргі уақытта

әлеуметтік желілерді телеканалдар мен газеттер қосымша ақпарат құралы ретінде белсенді қолдануда.

Осыдан ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың дамуы жаңа медиа үлгілерінің пайда болуына түрткі болғанын байқаймыз. Жаңа медиа үлгілер жеделділік пен нақтылықты талап етеді. Журналистика мамандығы да ауқымды трансформацияға ұшырағанын айта кеткеніміз жөн. Футуристердің пікірінше, келешекте жаңалықтарды ақпаратқа толы роботтар жеткізіп отыруы әбден мүмкін. Біз тек сол кезеңге жетелейтін өтпелі кезеңде ғана өмір сүріп жатуымыз әбден мүмкін.

Елдің экономикалық дамуын ақпараттық қоғам тұжырымынан бөлек қарай алмаймыз. Жаңа медиа үлгілер бұқаралық коммуникацияның жаңа жүйесін қалыптастыруда. Байланыс ақпарат алмасу және бизнесті дамыту үшін түбегейлі жаңа мүмкіндіктер қоғамды ғана емес, сонымен бірге мемлекеттік жүйені де өзгертуге ықпалын тигізуде. Жаңа медиа технологиялар миллиондаған адамдардың әлеуметтік, экономикалық, саяси және мәдени өміріне әсер ететін шешуші факторға айналды.

Орталық Азияда Қазақстанның ақпараттық өрісі басқа елдермен салыстырғанда қарқынды және үдемелі динамикамен ерекшеленеді. Еліміздегі цифрлық қоғамның өсуінің негізгі драйверлері: жаңа технологияларды қолдануға ынталандыратын «электрондық» үкімет пен мемлекеттік қызметтерді цифрландыру болса, екінші қозғаушы күшке, бизнес пен қоғамдағы жаңашылдыққа ықпал ететін факторлар жатқызылады.

Ақпараттық қоғамды дамыту драйверлері жаңа технологияларды күнделікті өмірде қолданудың белсенді өсуіне, ақпараттық саланы қаржыландыруға, байланыстың жаңа және замауани әдістерін жасауға, ұялы құрылғылар арқылы аудиторияны кеңейтуге ықпал етті. Ақпараттық ортаның белсенді дамуы коммуникациялық технологиялардың индустриясы мен жаңа медиа ақпараттық арналардың сапалы өсуіне жол ашуда.

Соңғы жылдардағы медиа тұтынуды талдау Қазақстанда медиа контенттің тұрақты тұтыну аудиториясының қалыптасқанын көрсетеді. «Mediametrics Қазақстан» аналитикалық порталының хабарлауынша, елімізде айына 40000 мыңнан астам жаңалықтар жасалынады, ай сайын пайдалану аудиториясы 11 миллионды құрайды. Негізгі ақпарат 190 қазақстандық веб-сайттарда жазылады және басқа сыртқы көздерден мәліметтерді жинауға мүмкіндік береді. Мәселен олар: Facebook, Google, Mediametrics, News.Google, Яндекс Одноклассники, Twitter, Вконтакте бағыттаушы ақпараттық сілтемелер бар. Facebook елдегі белсенді әлеуметтік желілер қатарында.

Бүгінгі таңда Қазақстанның әлеуметтік желілері БАҚ-та ақпарат алмасу алаңынан гөрі адамдар үшін қарым-қатынас құралы ретінде қызмет етуде. Елдегі сайттардың жылдам өсуі қолданушылар арасында танымалдылықты да арттырып келеді. Қазақ тіліндегі материалдар мен жаңалықтардың қатарының көш бастап тұруы қуантарлық жәйт.

Осылайша, біз Қазақстанның медиа кеңістігі жаңа даму тұжырымымен сипатталғанын дәлелдедік. Жаңа қағидалар негізінде пайдаланушылар онлайн қызметтерді белсенді қолданады және аудитория әлемде болып жатқан оқиғаларға жылдам жауап береді. Цифрлық медианың жаңаша сипаты да адам өміріндегі медиа дәстүрлердің өзгеруімен байланысты болып қалыптасуда.

Пайдаланған әдебиеттер тізімі:

1. Бекхожин Х., Матвиенко С., Козыбаев С. Очерки истории казахской журналистики. – Алматы: 1991.
2. Омашев Н., Қазақ радиожурналистикасы. – Алматы: 1992.
3. Аллаберген Қ., Нұсқабаев Ж., Оразаев Ф., Қазақ журналистикасының тарихы. (1870 – 1995 жылдар). – Алматы: 1996.
4. Лавров А.М. Переход к новой системе межбюджетных отношений // Финансы. - 2008. - №9. - 3-9.
5. Лукина М.М., Интернет СМИ: теория и практика. – М., -2005. – 87 бет.