4 дәріс. БАҚ-тың жаңа медиа жағдайындағы функциялары және ақпараттық диалог мәселесі

Жаңа БАҚ арасында сондай-ақ жаңалықтар контентінің басқа да эксперименттік түрлері дамуда, атап айтқанда:

- иммерсивтівидео (бейнекөріністерге толыққанды қатысуды қамтамасыз етеді),

- 3D-графика,

- интерактивті фотосуреттер,

- модельдендірілген деректі фильмдер

- локативті БАҚ

|  |
| --- |
| *Ақпаратты жинау*  Ақпаратты немесе мәліметтерді жинау түрлі формаларда, атап айтқанда, аудио, сурет, видео репортерлік заметка түрінде жазылған мәтін формасында жүзеге асырылады. Әдетте репортерлік заметкалар бүкіл журналистика жұмысының негізіне айналған. Жаңа медиа журналистикасында ол өзінің жоғары мәнін жойған жоқ, алайда көбіне электронды немесе сандық формада көрініс табады. Журналист бұл заметкаларын дербес қалта компьютеріне немесе ноутбугына, электронды планшетіне жазады.Әрине, жаңалықтарды жинауда басқа да көптеген құралдар, ең алдымен сандық бейнекамералар мен сандық диктофондар қолданылады. |
| *Ақпаратты өңдеу*  Ақпаратты өңдеу репортердің жинаған материалын редакциялауды білдіреді. Оның мәтін, аудио немесе сурет, бейнематериал екендігіне қарамастан, репортерлар мен редакторлар компьютерлік құралдарды «шикізат» ретіндегі материалды іріктеу, түзету және заметкаға, репортажға, графикаға айналдырып оқырманға немесе көрерменге толыққанды дүние ретінде жеткізу мақсатында басқа да форматтарға айналдыру үшін қолданады. Компьютерлер де, компьютерлік өңдеу де әрі жылдам әрі арзан тәсілге айналуда, бұл Мур заңының салдары. Мур заңы компьютердің бір чипіндегі құрауыштар саны әрбір 18 ай сайын арта түсетінін көрсетеді (Moore, 1965). Бұл компьютерлер әрбір жарты жыл сайын жылдамырақ бола бастағанын көрсетеді. Компьтерлер әлемінің «шағындандырылуы» да Мур заңының салдары болып табылады, сандық құрылғылардың қуаттылығы артып қана қоймай, көлемі жағынан едәуір кішірейіп кетті. Мәселен, 2007 жылғы нәтижелер АҚШ нарығында үстелдік стационарлық компьютерлермен салыстырғанда, ноутбуктердің аса танымал екенін көрсетті. Журналистер де ноутбуктерді жаңалықтарды өңдеуде немесе шикі ақпаратты репортажға немесе басқа кез келген жанрға айналдыру үшін ыңғайлы құрал ретінде пайдаланады. |

|  |
| --- |
| Локативті БАҚ – жаңа медиа журналистикасының дамып келе жатқан түрі, ол модельдендірілген деректі фильмдерді ауқымдырақ форматта береді. Локативті БАҚ медиа-форматтың географиялық жағдайға негізделген барлық формаларын қамтиды.Көбіне локативті БАҚ онлайн қолжетімділік үшін құрылады. Олар әдетте географиялық виузалды жүйе Google Earth арқылы жұмыс жасайды, оны *Google*пайдаланушыларға тегін ұсынады. (<http://earth.google.com/download-earth.html>, 2008 жылғы 8 наурыздағы жағдай бойынша). ABC World News Tonight тәрізді көптеген жаңалықтар ұйымдары Google Earth-ті алыс ара қашықтықтарда ақпараттық мәліметтерді іздеу үшін визуалды құрал ретінде пайдаланады. Ғарыштан қарағандағы Жердің көрінісі жаңа ақпаратттық мәлімет ашады, оның суретін үлкейтіп, көрермен үшін баяндап беруге тұрарлық нәрсені табуға болады. |
| сандық бейнелер мен қажетті бағдарламалық жабдықтауды жүйе жерсерігінен немесе ұшақтан жасалған фотосуреттер түрінде тегін ұсынады. Мұндай технологияларды пайдалана отырып, жаңа медиа журналистері ғаламшардағы ең ерекше жерлер туралы хабарларды таратады.Қандай да бір адам, жер немесе оқиға туралы мәтін, бейне-, аудиофайлдарды географиялық координаталарына сәйкес *Google Earth*бағдарламасы нақтылап қалады.Қызықты локативті медиа жобалар қатары артуда([www.locativemedia.org/projects/C 93](http://www.locativemedia.org/projects/C93), 2008 жылғы 4 қаңтардағы жағдай бойынша). Локативті медиа орталығы ([www.locative-media.org](http://www.locative-media.org/), 2008 жылғы 3 қаңтардағы жағдай бойынша)осындай бірнеше жобаларға жол ашып отыр, олардың қатарында блюздің пайда болуы мен дамыған жерін көрсететін Миссисипидельтасы бойынша геобағдарлық маршрут та қамтылған.  Локативті БАҚ-тағы ағымдағы жаңалықтардың пайдалы шолуы журналист *PBS* Лесли Рулдің (2008) блогында жарияланған. |
| Жаңа бұқаралық ақпарат құралдары журналистердің, журналистік ұйымдар мен олармен байланысты әлеуметтік топтардың, әсіресе, оқырмандар аудиториясының, ақпарат көздерінің, реттеуші мемлекеттік органдардың, инвесторлар мен бәсекелестердің арасындағы қарым-қатынастарды қайта құруға әкеледі. Бұл қарым-қатынастар журналистиканың қоғамдағы қызметін жалғастыру мен оның ықпалында зор мәнге ие. Сол арқылы БАҚ пен қалың жұртшылықтың, дәлірек айтқанда, аудиторияның арасындағы қарым-қатынастар тереңдей түседі. Аудториясыз БАҚ-тың мақсаты болмайды. Мұндай қарым-қатынастар үшін жұртшылықтың сенімі зор мәнге ие. Абыройлы болу бұқаралық ақпарат құралдары/қоғамдық қарым-қатынастар қарым-қатынасының негізі болып табылады. Абырой – бұл көпмәнді ұғым, оған тек ақпарат көзінің де, хабарламаның да немесе оның мазмұнының дасенімділігі ғана емес, беделділігі кіреді. |