Кіріспе лекция

**Отандық медиакеңістік және сән журналистикасы**



***Қазіргі нарық жағдайында сән – журналистикасы жөнінде дұрыс ақпараттандырылған жандар санаулы, Қазақстан ішінде бұл саланы тек бір топ аудитория біледі деуге болады. Ал, шет елдік сән журналдарын онлайн және оффлайн түрде назарында ұстайтын халық өте көп. Қазақстанда сән – журналистикасына байланысты брендтік контенттер жоқтың қасы. Тек әлемдік брендтердің франшизасы ғана үстем тұрады.***

***Бұл қазіргі жағдайды бақылауға ғана емес, сонымен қатар Қазақстан мемлекетінің әлемдік нарыққа шығып, бәсекеге түсе алатын модельдеуге, инвестициялық тартымдылығын қамтамасыз етуге, ең жоғары экономикалық және әлеуметтік нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік беретін оның ерекшеліктерін ескере отырып жүргізілетін білікті кадр саласы.***

Киім мен сән, бағалы заттар, жалпы әдемі өмір сүру – адам өміріндегі тамақтан кейінгі орын алатын маңыздылық болып табылады. Қысы жылы, жазы жеңіл, ыңғайлы сапалы киім барлық адам баласының қалауы екендігі сөзсіз.

Заман талабына сай бренд пен тренд ұғымдарының қалыптасуы адамдар арасында үлкен бір талқыға түсетін ауқымды мәселеге айналуда. «Адам көркі – шүберек», демекші қай – қайсысына да әдемі, жарасымды киім кию адамның мінезі мен іштегі сезімдерін айқын көрсететін қолтаңба.

Fashion журналистикасы жөнінде ақпараттар легі қазақ тілінде өте аз кездеседі. Ал, бұл сала жөнінде ақпараттандыратын орыс және ағылшын тілдері елдергі осы саланың брендтерін жарнамалай бермейді. Қазақ аудиториясы мен көршілес өзбек, қырғыз ағайындар үшін бұл атаулы индустрия жаңа толқынның басы болып есептеледі. Ақпараттың аздығынан сән журналистикасының беретін мүмкіндіктері мен әлем халықтарына бейсаналы түрде әсер етіп, еліктеуге әкеліп соқтыратындығынан кем хабардар. Иә, Fashion журналистикасы қоғамға жақсы жағынан әсер бере алады, салт-санаға  жаңа лек пен мағыналы өмір сүру деңгейін көрсетеді.

Көптеген адамдар сән және стиль әлеміне енуді армандайды.  Сән журналисті кім деген сұрақ туындайды. Оған қол жеткізу үшін дизайнерлермен байланысып, жылтыр журналдармен жұмыс жасап, сән көрсетіліміне шақырулар алу және қызықты жерлерге бару секілді сонымен қатар стильді және сәнді адамдармен танысуға мүмкіндік беретін сала ретінде қарастыру аздық етеді.

Сән саласындағы екі жаңа және ерекше мамандық – сән блогері және сән журналисі.

Сән журналистикасы – бұл жазу мен фотожурналистикаға басты назар аударатын сән БАҚ-тарының құрамдас бөлігі. Сән журналистері негізінен трендтер мен оқиғаларға назар аударады, сонымен қатар дизайнерлермен және стилистермен қарым-қатынасты сақтайды. Сән журналисі сән тарихын жақсы біледі және әрдайым саланың үрдістерін зерттейді.

Сән журналисі ішкі білімге және сәнге деген сүйіспеншілікке қоса, жазу, баяндау және ақпарат тарату үшін мықты қабілетті қажет етеді. Бұқаралық ақпарат құралдары дәуірінде сән жазушысы сандық тұрғыдан шебер және заманауи технологиямен ыңғайлы болуы керек. Барған сайын, басылымдар веб-контент құру дағдылары бар жұмысқа үміткерлерді таңдайды.

Сән журналисінің жұмысы – соңғы сән үрдістері туралы есеп беру болып табылады. Сән журналисі сән саласының тенденциялары, болжамдары туралы ақпарат таратады. Журналистердің көп бөлігі зерттеуге, фактчекингке және іс-шараларға баруға кетеді. Сән журналистері басылымда тұрақты жұмыс істейді немесе штаттан тыс мақалалар жібереді.

Бұл сала қызметтерінің бірі ретінде сән туралы мақалалар мен бағандарды жазу, редакциялау, сән индустриясына маманданған кітаптар, газеттер мен журналдарды басып шығаруды қарастыруға болады.

Қазір бұл салаға қызығушылық артуда, дегенмен «сәнді журналистика» терминіне қабылданған нақты түсініктеме жоқ. Алайда, сән журналистикасы тәуелсіз сала бола алмайды, себебі көптеген жарияланымда сән шолуларының бөлімдері бар, бірақ ол жеке феномен деп аталмайды, бұл тек әйелдерге арналған журналдың бір бөлігі ғана. Сән индустриясында табысты журналистердің бірі атану үшін, теориялық тұжырымдамаларды, психологиялық және кәсіби қасиеттермен жұмыс істей білу керек.

**Сара  ХАЙДАР**

<https://kazgazeta.kz/news/132521>