**Дәріс 1**

**Желілік медиа тәсілдерін нығайту**

**Мақсаты:** цифрланған медиа әлемінің айрықша ерекшеліктерін қалыптастыру. **Мазмұны:** интернет-журналистиканың белсенді қалыптасуы.

Нақты уақыттағы байланыс.

Журналистер пайдаланушыларға үнемі "жетуі" керек.

Мәтін, бейне және кескін теңдігі.

Интернет-журналистика белсенді дами бастаған алғашқы ел АҚШ болды. 1994 жылы американдық күнделікті газеттердің 57% - ы электронды желіге қосылды, бұл мәліметтер базасын кеңінен бөлісуге мүмкіндік берді. Салыстыру үшін, сонымен бірге, Қазақстанда интернет 1994 жылдың қыркүйек айының соңында ресми түрде пайда болды. Виртуализация процестерінің негізгі механизмдері-қиял, ауызша құрылыс, көп өлшемді сәйкестікті құру тестілік тәсілге негізделген, бірақ қазір ол жеткіліксіз, дыбыс, сурет, бейне және қабылдаудың әртүрлі әсерлері түрінде тұрақты толықтырулар қажет. Әлемдегі жетекші медиа компаниялар гибридті, кросс - медиа шешімдерін және мазмұнды ұсынудың инновациялық түрлерін дамытады. Ақпаратты іріктеу және интернет-БАҚ-та жаңалықтар жасау принциптері дәстүрлі журналистикада көретінімізден өзгеше. Форматтар мен жанрлар ұғымдары өзгерді. Жаңа медиа талап етедіқазіргі мазмұнды.Алдындажурналистер, бүгінгі күні пайдаланушыға "жетуді" үйрену және оған барлық жерде ыңғайлы болу міндеті тұр. Егер дәстүрлі БАҚ-та аудитория тек ақпараттық хабарламаларды алушы болса, онда интернет-БАҚ желілік басылым мен аудитория арасында ақпарат алмасу процесін ұйымдастырады және мұндай екіжақты байланыс нақты уақыт режимінде де жүре алады. Бұл коммуникацияның нысандарына келетін болсақ, олар мақаланы немесе түсініктемелердегі бейнерепортажды талқылаудан бастап, интернет-арнаның жұмысын бағалауға, оның мазмұнын және жеке корреспонденттердің жұмысын сауалнамалар мен тестілерді толтыру, әлеуметтік сауалнамалар, редакцияға электрондық хаттар арқылы талқылауға дейін өте кең. Басқаша айтқанда, интернет-журналистика контент жасаушылардың аудиториямен тұрақты байланысын сақтай алады. Бұрынғы классикалық бұқаралық ақпарат құралдарының көптеген тәжірибелі редакторлары мен танымал журналистері өздерінің сүйікті тақырыптарына толықтай назар аударуға мүмкіндік беретін және іс-әрекеттің толық еркіндігіне кепілдік беретін өздерінің медиа порталдарын ашты. Сонымен қатар олар бұрынғы жұмыс берушілерге, трансұлттық баспа үйлеріне бәсекелес болды, олар қазір интернеттегі шекаралардың болмауына байланысты әлемнің барлық аудиторияларымен жаңа медиа арқылы жұмыс істейді. Кейбір тауашалық медиа тұрақты табысқа ие. Осындай мысалдардың бірі-француздық онлайн-тергеу порталы 2008 жылы" Ле Монд "газетінің бұрынғы редакторы Эдви Пленель негізін қалаған" медиа-парт". Мұнда 40 журналист тұрақты негізде еңбек етеді. "Медиапарт" және 170 мың тұрақты ақылы жазылушысы бар. Қазақстанда осындай портал болды "Vlast.kz". бұл медиа портал ел өміріне қызығушылық танытатын пайдаланушылар ең өзекті және шынайы жаңалықтарды ала алатындай етіп жасалған. Портал көптеген тақырыптар бойынша жарияланымдарды орналастырады. Саясаттан сән әлеміне дейін. Сонымен қатар, басты бетте порталдың эксклюзивті репортаждары мен тергеулерін көруге болады. Сондай-ақ, сайтта осы интернет-БАҚ-пен ынтымақтасатын қызықты және пайдалы ресурстарға сілтеме бар. Қазіргі заманғы медиа порталдар ұзақ уақыт бойы жеке элементтердің тіркесімі ғана емес,мәтінді,аудионы, бейнені қолданудың ерекшелігі. Яғни, олар кезектесіп отырады шыны, тек назар аудару үшін ғана емес, сонымен қатар ақпарат алып жүреді. Мультимедиялық Жарияланымдар процесінде барлық компоненттерден бірыңғай мәтін жасалады. Интернет қолданушылары веб-бетте ұзақ уақыт тұрмайды және мазмұнды сөзбе – сөз оқымай-ақ еркін қарайды-бұрын журналдарды оқығанда немесе бағдарламаларды көргенде. Әр сөзді оқудың орнына, оқырмандар кілт сөздерді, сөз тіркестерін және көрнекі белгілерді іздеу арқылы ақпаратты іздеу үшін беттерді "сканерлейді". Бұқаралық ақпарат құралдарындағы қаржы ағындары өзгерді. Егер бұрын жарнаманың үштен екісі БАҚ басылымдары арқылы өтетін болса, қазір Интернетте ең көп кіретін желілік ресурстар негізгі табыс алушылар болып табылады, интернет-БАҚ әлдеқайда аз ақша таба бастады. Соңғы он жыл ішінде журналистикада айтарлықтай өзгерістер болғанын айту керек. Ақпаратты өндіру циклі өзгерді. Дереккөздердің құрылымы өзгерді. Форматтар мен жанрлар ұғымдары өзгерді. Оқиғаны жарықтандыру оқиғамен қатар жүреді. Журналистің дағдыларына қойылатын талаптар түбегейлі өзгерді. Бұл жедел хабар алмасу дәуіріндегі медиа платформалардың алуан түрлілігінде көрінеді, мұнда әркім бірінші болғысы келеді, бір элемент өзгеріссіз қалуы керек. Бұл классикалық сапалы журналистика.

**Бақылауға арналған сұрақтар:**

1. Классикалық БАҚ-ты цифрлыққа айналдыру процесін қадағалаңыз.
2. Интернет медиасында жанрлардың өзгеру белгілерін көрсетіңіз.
3. Ақпаратты өндіру циклінің жаңа формаларын қарастырыңыз

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

**1.** Авдонина Н.С.Новостнаяинтернет-журналистика.-М.,2023.

**2.** Вирен Г.В.Современныемедиа.-М.,2016.

**3.** МатисонД.Медиа-дискурс.-М.,2017.