

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

---

Журналистика факультеті  
Факультет журналистики

Жас оқытушылар мектебі  
Школа молодого преподавателя

«КӘСІБИ БІЛІМ БЕРУДЕГІ  
ИНТЕРНЕТ-САУАТТЫЛЫҚ:  
ӘДІСТЕР МЕН ШЕШІМДЕР» атты  
III республикалық әдістемелік-тәжірибелік семинар  
ЖИНАҒЫ

I сессия. 25 ақпан  
II сессия. *Online*. 26 ақпан – 1 наурыз

СБОРНИК  
III республиканского методического  
семинара  
«ИНТЕРНЕТ-ГРАМОТНОСТЬ  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ  
ОБРАЗОВАНИИ: МЕТОДЫ И РЕШЕНИЯ»

I сессия. 25 февраля  
II сессия. *Online*. 25-1 марта

Алматы  
«Қазақ университеті»  
2016

• Білім алушылардың жеке өз бетінше білім алуын қамтамасыз ету құралы ретінде қолдануға.

Сонымен, тестік тапсырмаларды жоғарыдағы атаған талаптарға және формаларға сай дайындайтын болсақ, онда тестілеудің негізгі тексеру және бақылау қызметімен қатар білім алушыны оқыту, үйрету, оның алған білімін бекіту және жүйелеудің тиімді құралына айналадыруға болатындығын көреміз.

1. С.Әбенбаев, Ж.Әбиев. Педагогика. "Фоллиант" баспасы-Астана 2009

2. Каланова Ш.М., Усенбаева М.А. «Разработка тестовых заданий для контроля знаний студента» – Тараз, 1998г

3. Е.Бидайбеков, А.Сағымбаева. «Тест құрудың бір критерийі» — ИФМ №31997ж

4. <http://uzdikter.biz>

5. <http://uskz.org/>

## КӘСІБИ БІЛІМ БЕРУДЕГІ МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАР

Әлімжанова А.Б.,

Журналистика факультетінің аға оқытушысы

Ғаламторға қолжетімділік қызметін ұсынатын провайдерлер санының көбеюі, тұрғындардың желіні пайдалану деңгейін анықтайтын маңызды фактор болып табылады. Провайдерлердің арасындағы бәсекелестік қызмет құнын айтарлықтай төмендетеді, өз кезегінде ол ғаламторды соңғы пайдаланушыға қолжетімді ете түспек. Алайда, мамандардың пікірінше, бұл әзірге жеткіліксіз. Мәселен, Жапонияда төрт мыңға жуық ғаламторлық компаниялар жұмыс жасайды, ал АҚШ-та сегіз мыңнан астам. Аймақтардағы провайдерлер санының өсуі және ғаламтор қызметіне бағаның төмендеуі ҚР-дағы желінің сәтті дамуының маңызды факторлары болып табылады. Ғаламтордың қарқынды қолданысы мультимедианың дамуына жол ашты.

Мультимедиа – лат. multum – көп және media-medium – құрал деген сөздерінен шыққан. Ақпараттың бірнеше түрі: мәтін, графика, дыбыс, фото-видео, анимация – электронды тасымалдаушы.

Интернет журналистиканы оқыту тәжірибесінде ақпараттық технологияны, мультимедиялық құралдарды қолдану кең өріс тапқан. Д.Ш. Матрос пікірі бойынша, кез келген әдіс пен технология ақпараттық технология деп танылады. Сонымен қатар оқытушыға ең бастысы білім алушылардың қабылдайтын ақпаратын сапалы меңгеруі үшін оны өңдеу жолдарын іздестіру болып табылады.

Ақпараттық-коммуникациялық жаңа технологиялардың дамуына байланысты БАҚ-тың барлық жүйесінің негізгі жұмыс істеу қағидаларының өзгеруін білдіреді. Ғаламтордың пайда болуымен журналист маманы айтарлықтай трансформацияларға түсуде. Бас редактор, редактор, бөлім жетекшісі, шолушы, корреспондент, репортер сияқты вертикалды басқару түрінің орнына орталық орында журналист тұратын мүлде жаңа жүйе орнауда. Журналист мамандығының адамдарына да талаптар өзгерді. Егер ертеректе бұл сала тек гуманитарлық бағытқа жатқан болса, қазіргі уақытта компьютерлік және Интернет-технологияларды білу жүйелік БАҚ салаларында нәтижелі еңбек етудің шартына айналды. Өзінің кәсіби қызметін желіде іске асырып жүрген журналист компьютерлік технология және журналисттік шеберлікті бірдей игеру керек. Желілік ортадағы журналисттің кәсіби қызметі екі бағыттан тұрады – Ғаламторлық БАҚ-та материалды даярлау кезінде ақпараттық технологияларды қолдану және желі басылым ортасы ретінде. Қазіргі заманда қызмет атқаратын әмбебап журналистте болуы керек білім мен шеберліктің аясы:

– **Компьютерлік білім.** Мәтінді теру мен өзгертудің мәтіндік редакторларды, мультимедиялық ақпаратты өңдеу бағдарламаларын пайдалана алу. Ғаламторға шыға алу үшін бағдарламалық қамсыздандыруды білу, яғни сандық фотоаппарат, сканер, вебкамера, принтер, смартфон, айфон сияқты заманауи техниканы және т.б. пайдалана алу;

– Ғаламторлық технологияны Ғаламтор ресурсы мен оның қызметін толық түрде қолдана алатындай білу. Керекті ақпаратты таба алу үшін іздеу жүйелерінің жұмыс механизімін білу;

– Электронды пошта, жаңалықтар тобы, чаттар, телеконференциялар мен Ғаламтордың т.б. қызметтерін пайдалана білу;

– Ғаламторлық ортаның коммуникативті заңдылықтары мен ерекшеліктерін, желінің лексикасы мен мәдениетін, Ғаламторда қарым-қатынас жасаудың психологиялық ерекшеліктерін білу;

– БАҚ-тың Ғаламтордағы веб-редакциясы мен менеджментінің жұмыс ерекшелігін білу;

*Желіде жұмыс жасайтын журналист мамандығындағы адамға нәтижелілікті арттыра түсу үшін, келесі қасиеттерге ие болуы керек:*

– өз бетінше білім алуға, жаңа дүниелерді тануға ұмтылыс, жаңа технологияларды игеріп, оны жұмыста пайдалануға деген ықылас;

– өте үлкен көлемдегі ақпаратты сараптай алу мен құрылымдай алу мүмкіндігі;

– ғаламтор ресурстарын толықтай пайдалана алуға және әлемдік ақпараттық ортаға ену үшін журналисттің шет тілін білуі өте қажет болып бара жатыр. Техникалық түрде ғаламтор ағылшын тілінде қызмет атқарып тұрғандықтан ең болмағанда ағылшын тілінің негізін білу;

– желідегі нақты және күдік туғызатын ақпараттың көптігіне байланысты, журналист күдікті фактілерді айыра алу үшін жоғары деңгейде сыни ойлай алуы керек. Желідегі алғашқы айтарлықтай басылымдар жарық көрген 1998 жылдан кейін, журналисттер Ғаламторға басылымды жариялау ортасы ретінде назар аудара бастады. Қазіргі уақытта журналисттің кәсібилігіне талаптар күрт жоғарлауда. Компьютер мен Ғаламторға қолжетімділік бар кезде журналист мамандығын алу жеңілдейді. Кез келген адам өз материалын желіде дариялай алады. Алайда осыған байланысты жұмыс нарығында кәсіби журналисттер ғана шыдай алатындай бәсекелестік күшейеді. Сондықтан журналистке қойылатын талаптарға мыналар да жатады:

- жалпы мәдениет пен сауаттылық;
- кәсіби шеберлік, желілік жанрды игеруі;
- берік әлеуметтік ұстанымының болуы;

Кез келген материал желіде оңай орнатылатынына байланысты, оның сапасына байланысты мәселе туындады. Бәсекелестік ортадағы БАҚ ақпаратты ұсынуда келесідей талаптарға сай болуы керек: оперативтілік, дәлділік пен сауаттылық. Кез келген БАҚ-тың бәсекеге қабілеттілігінің маңызды факторы, басылымның кәсіби деңгейі, яғни штатта кәсіби журналисттердің бар болуы. Сапалы ақпарат, жаңашыл білім мен сараптамалық ақпарат дереккөзі ретіндегі компанияның аты – оқырмандар аудиториясындағы үлкен

танымалдылықты, яғни жоғары рентабельдікті қамтамасыз ететін маңызды фактор.

Ақпаратты таратудың жаңа технологиялары мәтінді жанрлық және пішіндік сәндеуді қайт қарауға талап қояды. БАҚ-тың даму тарихы, ақпаратты тасушылардың эволюциясымен бірге олардың таралу әдісі де өзгертінін көрсетеді. Баспалы БАҚ жанры мен жүйесі ХІХ ғасырдың соңында қалыптасты. ХІХ ғасырда телеграфтың пайда болуымен бірге жаңалықтарды таратудың жаңа әдістеріне жанрлық бейімделу уақыты да басталды. Журналистикада үнемі «жанрлық политранын» жанаруы жүріп тұрады, сонымен қатар бұндай үдеріс қазіргі уақыттағыдай өтпелі кезеңде болатыны белгілі. Материалды берудің сипаты мен пішіні өзгереді, қалыпты, қатып қалған мәтіндердің мутациясы жүреді. Аталған өзгерістер жанрлардың жаңа коммуникативтік реалиларға «бейімделу» қажеттігінен туындаған.

Желінің жаңа ақпарат құралы ретінде пайда болуымен бірге, жанрлар атауына веб қосымшасы қосыла бастады, бұл материалдың жариялану ортасын танытады. Жалпылай желілік БАҚ-та белгілі бір деңгейде жанрдың барлық үш түрі – ақпараттық, сараптамалық және әдеби-публицистикалық де болатынын атап өту керек. Көптеген желілік БАҚ ақпараттық және сараптамалық жанрды пайдаланады. Осылайша, жаңалық алдымен аудиторияға оперативті түрде беріледі, одан кейін, біраз уақыт өткен соң бұл оқиғаларға комментарий жазылып, баға беріледі.

*Желінің авторлық жобалары.* Веб-шолушы, дәстүрлі журналистикада кездесе бермейтін жанр. Алайда желіде берілген жанрдағы материалдардың пайда болуы, әсіресе БАҚ дамуының бастапқы кезеңінде, эпидемия сипатында болды. Мұндай танымалдылықтың себебі, пайдаланушының Ғаламторда ұсынылған мол ақпараттар арасында бағдар алуы қиындығында жатыр. Пайдаланушыға ол ақпаратты жинақтап, сараптаған және құрылым берген журналисттің материалына сүйенген оңайырақ. Шолушы қоғамдық өмірде болып жатқан өзекті оқиғаларды аудиторияға хабарлауға, оларды сараптап, баға беріп және болжам жасауға бағытталған. Әдетте веб-шолушы «сілтеме-қысқаша комментарий» блоктарынан құралған, мәтіннің бөлшектік құрылымына ие.

Ақпаратты желіде осылайша ұсыну түрі аса нәтижелі болды. Мұндай материалды жариялау мүддесі алдымен шолушылардың өздерінде болды, одан кейін оқырманның осы тектес

материалдарға қызығушылығы мен сұранысы арта бастады. Вешолушыны жасау үдерісі келесіде сатылардан тұрады – Ғалтордан ақпарат жинақтау, оны сараптау, өндеу, құрылымдау, сҒаламтордың белгілі бір ақпараттық ресурсында жариялау мен комментари қосу.

Веб-шолушы оқырманның қызығушылығын арттыру үшін, келесідей талаптарға жауап беруі керек: өзекті мәселеге бағталуы, материалды беруде тілдің шырайлығы, автордың мынұстанымы – ол жарқын, ашық әрі айтарлықтай негізделген болкерек.

*Блогтар мен вебблогтар* – желінің тағы бір өзіндік қасеті жанр. Веблог (weblog) желілік журнал дегенді білдіреді, журидегенде мерзімдік баспа мағынасында емес, «күнделік» дегеұқсас. Пішін бойынша бұл келесідей форматтағы қысқа жазбалабар парак: орынға сілтеме және әдетте кішірек субъектикомментарий. Вебблогтардың авторлары (блоггерлер) әдетте, басынан кешкендерін жазады, қандай да бір саяси және мәдеоқиғаларға өз пікірін білдіреді, сонымен қоса гиперсілтеме ботырып, Ғаламтордағы жариялымға комментарий жазады.

*Материалды беру пішінінің ерекшелігі.* Ортаның коммукативтік ерекшелігін ескеру арқылы, желілік журналистикаматериалды беру стилі өзгереді. «Желілік мәтіннің» негізгі ершеліктері желінің медиалық орта ретіндегі өзгешілігі мен ақратты монитор экранынан қабылдау ерекшеліктерімен анықталад.

*Мобильдік құрылғылардың қажеттілігі.* Ақпараттық қоғдамуында мобильдік құрылғылар кеңінен пайдаланылатын қажтілік көзіне айналды. Олардың үлесі америкалық нарықтапайыздан астамды құрайды әрі көптеген адамдар ғаламтор желісөз телефондарынан кіруді әдетке айдалдырған. Мобилқұрылғыларға әлі күнге дейін үстел компьютерінің бір нұскаретінде қараймыз, бұл түсінікті де: компьютердің жұмыс үстөшін жана нәрсе тудырғанда, бізге пайдалана алатын кеңістұрғысынан ұтымды, алайда мұндайда біз өзіміз тартатпайдаланушылар тұрғысынан ұтыламыз.

Бұл туралы мынадай мәліметті келтіруге болады: «D: Journalism Awards сыйлығының судьясы Вольфганг Блау көптегәзірлеушілер өздерінің түрлі құрылғылардағы интерактивконтенті мен қосымшаларын тестілеуді қаламайтынын, тіпті оғәзір еместігін атап өткен болатын, бұл көптеген мүмкіндіктер

жояды». Мұндағы мәселе, тіпті көптеген оқырмандардың мобильдік құрылғыларды пайдалануында да емес, смартфондардың мүмкіндіктері пайдаланушыларға мәліметтерді қараумен өзара әрекеттесудің жаңа тәсілдерін ұсынуға мүмкіндік береді. Көптеген адамдар смартфондардың Star Walk қосымшасындағыдай сенсорлы әрекет, жаңалықтар ашу, геолокация функциялары, т.с.с. тәрізді стандартты қызметін пайдаланатын мәліметтер журналистикасында визуализацияның пайда болуын тағатсыздана күтеді.

Мәліметтер визуализациясы көбірек ақпаратты, тартымды әрі қызықты болған сайын мобильдік құрылғылар мен компьютерлер өзара орын ауыстыра алады. Сонда біз бар болғаны компьютердің жұмыс үстеліне арналған, мобильдік құрылғылар үшін кішірейтілген бағдарламалар көшірмесін емес, журналистикадағы смартфонға бейімдендірілген мәліметтер визуализациясын көре аламыз.

Әрине, бұл бірқатар мәселелер тудырады: пайдаланушылар көлемі 1000 сөз болатын мәліметтер берілген мақаланы мобильді телефон экранынан оқи ала ма? Олар танымал визуализация мүмкіндіктеріне әдеттенгендіктен, талдамалы мақаланың бүгешігесін ұғына ала ма деген орынды сұрақ туындайды. Біздің тәжірибе көрсеткендей, мәселен, суреттері бар твиттер 50 пайызға көбірек қайта твиттелетінін көрсетеді. Бұл фактіге қарапайым визуализацияның қаншалықты керемет әзірленгеніне қарамастан, вирусты бола алатынын қосыңыз.

Мәселен, Twitter-дегі әлемдегі ең атакты [@MatthewPhillips](#), [@losowsky](#) каналын алайық, ол көбісі жай ғана скриншот болып табылатын қарапайым диаграммаларды жиі жариялайды. Бұл – оқиғаларға жылдам жауап қататын әрі тиімді мәліметтер журналистикасы, ол сіздің оны қандай платформада алатыныңызға қарамай, жұмыс істейді.

Алайда ірі ұйымдар үшін пайдалануға қолайлы әрі оқиғаға жылдам үн қататын тәсілді әдемі әрі айрықша дизайнмен үйлестіру міндеті қойылды. Әрі мұны ұйымның ірі жаңалықтар агенттіктері тәрізді ресурстары бар-жоғына қарамастан жүзеге асыру керек болды.

Интерактивті элементтер мобильдік қосымшада жұмыс істейді. Қазіргі модернизациядан кейін оның бәрі қалай өзгеретінін көру қызық.

Мысалы, The New York Times өзінің мобильдік құрылғыларда жақсы жұмыс істейтінін көрсетті, Эмили Белл: «The Upshot –

мәліметтер журналистикасы саласындағы мобильдік құрылғыларға бейімдендірілген аса тиімді ресурс», – дейді.

Twitter мәліметтерімен жұмыс істейтін редактор, мәліметтер журналисі, жазушы әрі көпшілік алдына шығатын дәріскер Саймон Роджерс «Фактілер қасиеті: мәліметтер күші» кітабының авторы әрі Guardian Datablog жасаушы болып табылады.

Қазіргі таңда интернет ресурстарды зерттеу барысында көптеген мәселелер туындауда. Соның бірі дигитализацияның әсерінен тек мәтіндер ғана емес, барлық ақпараттық формаларда, әсіресе аудиовизуалды құралдарға да өз әсерін тигізуде. Телеарналар мен радиоларда да сілтемелер көрсетуге мүмкіндіктер қарастырылған. Бұл мультимедиялық дигитализацияның дамуына жол ашып отыр. Мәселен, MOSKVA.FM сайты алып қарастырсақ, онда 60-тан астам ресейлік радиостанциялар ақпарат таратады. Хабарлар саны сағат сайын 1 594 851 артып отырса, олардың 781 104-і тікелей эфир, 1 890 -ы бағдарлама болса, әр күн сайын 12 459 жүргізуші мен қонақтар қатысады екен.

Қазақстандық электронды БАҚ дәл осындай деңгейге жете қойған жоқ. Десек те талпыныстар да жоқ емес. Өткен жылдан бастап ҚазКонтент компаниясы барлық қазақстандық сайттардың БАҚ-тың басын біріктіріп [www.baq.kz](http://www.baq.kz) порталын ашқан болатын. Сонымен қатар «Аймақтық БАҚ» жобасын қолға алып 500-ден астам сайттардың басын біріктірді.

Интернет ресурстардағы еркеше айта кетерлік жайт, барлық ақпараттардың дереккөзі болмайтындығы. Желілік торларда:

- форум;
- комментарий;
- әлеуметтік желі;
- твиттер;
- онлайн конференциялар;
- интерактивті блоктар, т.б. болуы заңдылық. Аталған жүйелер кез келген саладан тек ақпарат беріп қана қоймай, кәсіп шеберліктерімен бөлісуі де мүмкін. Мысалы, E-gov.kz электронді үкімет жүйесіндегі сұрақ-жауап, онлайн-конференцияларды пайдасы зор.

**Ғаламтордан ақпарат көздерін қалай табуға болады?**

Бұрын журналистер ақпарат көзін табу үшін аз жүгірмейтін, е казір олар шертпені бірнеше рет басса болғаны, іздегенін дем табады.



Накты өмірдің өзінде ақпарат көзін табу оңай емес, ал оларды ғаламтордан іздеу телефон анықтамалығы беттерін аударыстырғанмен бірдей. Көмекке краудсорсинг пен сарапшыларды іздестіруге маманданған веб сайттар келеді.

Төменде сөз болатын бес веб сайттар журналистерге, жалпы педагогика саласындағы мамандарға ақпарат көздері болып табылады. Ал сарапшыларға қарапайым әрі тегін қолжетімділікті ұсынады, олар тіпті журналистік материалдар тақырыптарын береді. Бұл сайттар уақыттары тығыз репортерлер мен фрилансерлерге үлкен көмек.

- <https://www.thematic.co> – қызықты фото әңгіме құрайтын сайт;

- <http://data.gov.kz/> – деректер табу базасы;

- <https://infogr.am/> – диаграммалар жасау сайты;

- <http://www.findexif.com/> – бұл тегін сервиске фотосуретті жүктеп немесе оған сілтеме беріп, суреттің EXIF-деректерін (фото кашан, қандай құрылғыға түсірілді, суреттің параметрлері қандай, тіпті кей фотосуреттер үшін түсірілім орнын да анықтауға болады) көруге болады.

- <http://fotoforensics.com/> – error level analysis (ELA) жасай алатын, яғни сурет бетіндегі «қоса салынған» немесе өңдеу кезінде қосылған аумақтарды табуға мүмкіндік беретін сайт. Өңдеуден кейін бағдарлама өңделген фрагменттер өзгелердің қасында бөлектеніп көрініп тұратын фотосуретті шығарып береді. Сонымен қатар, бағдарлама фотосуреттің EXIF- деректерін де береді.

- <https://www.pinterest.com/journalismtools/> – журналистерге таптырмайтын құрал, кез-келген саладағы соңғы жетістіктерді біліп отыруға болады.

Қазақстандық интернет БАҚ-тағы бір үлкен мәселе, ақпараттық кеңістіктегі парадокс – авторлардың белгісіздігі. Өткен заманымыздағы фольклорлық шығармалардың авторлары ауыздан-ауызға көшіп, жатталып жетіп, аты-жөндері ұмытылып қалса, бүгінде ақпараттық технологиялардың дамығандығы соншалық кімнің жазып қалдырған жазбасы екендігін ажырату мүмкін емес. Сондай-ақ мәтін, сурет, аудио, видео, т.б. материалдарды қанша рет көшірсек те өз еркімізде. Бірақ бастапқы сілтемелердің жоғалуына байланысты кім салған материал екендігін ажырату мүмкін болмайды. Бұл мәселені шешу үшін, алдымен, нақты интернет-ресурстарын қолдану туралы арнайы құжат қажет деп

ойлаймыз. Сонда ғана нақты мультимедиалық өнімді кім алғаны жариялады, қай сайттың рейтингісіне тиселі екені анықталар еді. Мультимедиалық өнімдер – заман талабы. Барлық салаларда мультимедиалық материалдар дамиды болса, салалық бағыттар жаңашылдық та пайда болар еді. Мультимедиадағы жаңа қадамдарға сәттілік дейміз.

#### **Тапсырмалар мен өзіндік жұмыс тақырыптары:**

1. Мультимедиа ерекшеліктері, оны пайдаланудың маңызы мен қажеттігі, қазіргі қоғамдағы саяси, экономикалық, құқықтық, мәдени рөлі мен мәні.

2. Ақпаратты қорғау жүйесін қамтамасыз ету – ақпараттық қауіпсіздік. Журналистке Интернет қоятын талаптар.

3. Ақпараттық инфрақұрылым және мультимедиалық технология.

4. Ақпараттық ресурстар. Мультимедианың ерекшелігі мен қызметтері.

---

1. Машкова Г.С. Интернет-журналистика. – Тамбов: ТГТУ, 2006. – 86 с.

2. Калмыков А.А. Медиалогия интернета. – Москва: Либроком, 2013.

## **БАҚ-ТЫҢ АГРЕССИВТІЛІК (НЕГАТИВТІЛІК) СЕЗІМІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ФАКТОРЛАРЫН АНЫҚТАУ ТӘСІЛДЕРІ**

**Қабылғазина К.,**

*әл-Фараби атындағы Ұлттық университет профессоры*

**Жұматай А.,**

*журналистика факультетінің 2 курс магистранты*

XXI ғасыр ақпарат ғасыры. Адам сол ақпараттық кеңістік өмір сүруде, ол ақпаратсыз өмір сүре алмайды. Біз демократия елде тұрып жатқандықтан мемлекеттік құпия болып табыла ақпараттан өзгесіне шектеу қойылмаған. Сондай-ақ, біз интернет арқылы үнемі жан-жақтан әртүрлі тақырыптағы ақпарат қабылдаймыз. Ал сол ақпаратты таратудың негізгі көзі – БАҚ-адам психологиясы мен таным-түсінігіне әсері зор болып отыр. Өйткені, бүгінгі күні БАҚ ақпаратты тек таратып қана қоймай сонымен қатар сол ақпарат жайлы аудиторияға оң не теріс п