**Креативті индустриялар: Креативті кино, театр және медиа индустрия пәні**

**Лекция 11 лек. Кино мен көркем әдебиеттің сабақтастығы**

Жаңа медианың даму барысына болжау жасаудың өзектілігі бірнеше себептермен тығыз байланысты. Алғашқысы – дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдары яғни баспасөз, радио,телевидениенің заман талабына сай «ескі» медиа» қатарына қосылуы. Оларды ескіргендер қатарына қосу себебі, қазіргі заман адамының ақпаратпен қамтамасыз етудегі талабын толығымен қанағаттандыра алмауында. Адамдар қазіргі ақпарат құралдарынан классикалық немесе дәстүрлі болсын ақпараттық аштықты жедел, шынайы және толығымен қамтамасыз етуді талап етіп отыр.

Екінші себеп – сандық технологияның қарыштап дамуы. Қазіргі кезде дүниеге келген сәбиді біз сандық немесе digital бала дүниеге келді деп жатқандарын жиі естиміз. Соңғы технологиялық үрдістер қалтаға сиып кететін қорап көлеміндегі мобильді телефон құралының көмегімен бір уақытта бірнеше медиа арналарды қарауға мүмкіндік беруде. Сол құралдың экранынан бейне трансляцияларды, радио ақпараттарды, жаңалықтарды қарап, күнделікті бір мезетте оқып, көріп, естіп отыруға қолжетімділік бар. Яғни қалта телефоны біздің өзімізге күнделікті қажетті айна мен тарақпен теңесіп, бірақ олардан да маңызды құралға айналды. Қазір адамдар қалтасында бет орамалдың немесе айна, тарақтың бар жоғын іздемеуі мүмкін, алайда, мобильді телефонсыз өмірді елестете алмайды.

Үшіншіден, қазіргі ақпарат тұтынушылар дәстүрлі медиа секілді ұсынған дүниемен қанағаттанып қоймайды, олар өздеріне қажетті ақпаратты жинақтағанды, бақылағанды, тіптен медиа ағынға өзіндік үн қосқанды қалайды. Мысалы, интернеттегі пайдаланушылардың ұсынған өнімдері негізінде видеохостингтер, фотохостингтер, подкаст, блог, Вики, әлеуметтік желілер және т.б. көптеген ресурстар құралды. Яғни мазмұнның иесі сол дүниені тұтынушылардың өздері болып табылады. VoD (Video on Demand) немесе тапсырыс бойынша видео – болашақта киноиндустрия нарығындағы DVD дискілерді жалға беру қызметін алмастыратын сегментке айналады. Дамыған елдердің тәжірибесіне сүйену арқылы өзіміздің жаңа медиа саласындағы ары қарай даму бағыттарын үйреніп, анықтауға және болашақта оны тәжірибеде қолдануға болады. Қазіргі кездегі жаңа медианың әлемдегі даму жағдайын осылай салыстыра қарастыру тиімді болмақ. Ең маңыздысы әлемдік жаңа медиа нарығының жағдайын түсіну арқылы олардың өзімізде қолдануға мүмкін болатын тұстарын пайдалану.

Сонымен әлемдегі жаңа медиа дегеніміз не? Әлемдегі жаңа медиа ұғымы сандық медиамен тығыз байланысты. Мәселен, неміс журналисі Дитрих Ратцке жаңа медианы: «ақпаратты жинақтау, өңдеу, сақтау және таратуда қолданылатын жаңа немесе жаңартылған ескі технологияларды пайдалануға негізделген барлық құралдар және медиа» деп атап көрсетеді. Германияда жаңа медиа ұғымы жаңа, әсіресе сандық технологияларды өмірдің өнер, журналистика, жарнама және т.б. әр түрлі салаларында қолдану бағыты ретінде қабылданған.