



IV ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 4-21 сәуір, 2017 жыл

**«ТҰРАҚТЫ ДАМУ МАҚСАТЫНДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ
ЖУРНАЛИСТИКАНЫ ОҚЫТУ МОДЕЛЬДЕРІ (II МТІЈ)»** атты
II Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның
МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 7 сәуір, 2017 жыл

IV МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Казахстан, 4-21 апреля 2017 года

МАТЕРИАЛЫ

II Международной научно-практической конференции
**«МОДЕЛИ ОБУЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ
В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ (МТІЈ)»**

Алматы, Казахстан, 7 апреля 2017 года

IV INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, 4-21 April, 2017

MATERIALS

II International Scientific and Practical Conference
**«MODELS OF EDUCATION FOR INTERNATIONAL JOURNALISM
FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (MTIJ)»**

Almaty, Kazakhstan, 7 April, 2017

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика факультеті
Факультет журналистики

IV ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФАРАБИ ОҚУЛАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2017 жыл, 4-21 сәуір

«ТҰРАҚТЫ ДАМУ МАҚСАТЫНДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ
ЖУРНАЛИСТИКАНЫ ОҚЫТУ МОДЕЛЬДЕРІ (II МТИЈ)» атты
II Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ

Алматы, Қазақстан, 2017 жыл, 7 сәуір

IV МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАРАБИЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

Алматы, Қазақстан, 2017 жыл, 4-21 сәуір

МАТЕРИАЛЫ

II Международной научно-практической конференции
«МОДЕЛИ ОБУЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ
В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ (МТИЈ)»

Алматы, Казахстан, 7 апреля 2017 года

IV INTERNATIONAL FARABI READINGS

Almaty, Kazakhstan, April 4-21, 2017

MATERIALS

of the II International Scientific and Practical conference
«MODELS OF EDUCATION FOR INTERNATIONAL JOURNALISM FOR
SUSTAINABLE DEVELOPMENT (MTIJ)»

Almaty, Kazakhstan, 7 April 2017

Алматы
"Қазақ университеті"
2017

Қазақстан Республикасының Білім және ғылым министрлігі
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Алматы қ. ЮНЕСКО Кластерлік Бюросы
БҰҰ Академиялық ықпал бағдарламасы (UNAI)
«Әділ сөз» сөз бостандығын қорғау халықаралық қоры
«Түркітілдес журналистер қоры» ҚҚ
«Мінбер» журналистерді қолдау орталығы» ҚҚ
Халықаралық «MediaNet» журналистика орталығы

Министерство Образования и науки Республики Казахстан
Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Кластерное Бюро ЮНЕСКО в Алматы
Программа Хаба академическое влияние ООН (UNAI)
Международный фонд защиты свобода слова «Адил соз»
ОФ «Фонд Тюркоязычных журналистов»
ОФ Центр поддержки журналистов «Мінбер»
Международный центр журналистики «MediaNet»

Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan
Al-Farabi Kazakh National University
UNESCO Almaty Cluster Office
The Hub program the academic influence of the United Nations (UNAI)
International Foundation for Protection of Freedom of Speech «Adil Soz»
Public Foundation of «Turkic-speaking journalists»
Journalists Support Center «Minber»
International Centre for journalism «MediaNet»

Ғылыми редакторлар:

Шыңғысова Н.Т.

Дудинова Е.И.

Байгожина Д.О.

«Тұрақты даму мақсатындағы халықаралық журналистиканы оқыту модельдері» (II МТИІ)» атты II Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының материалдары.
Алматы, Қазақстан, 2017 жыл, 7 сәуір. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 175 б.

ISBN 978-601-04-2207-0

514-беттегі «Арулау (сүйекке түсу)» мәтіні еш өзгертусіз алынғанын байқаймыз, себебі, түпнұсқада да дәл солай 72-75 беттерде берілген. 521-беттегі «Өлімге бару» сәл-пәл өзгеріске ұшыраған. Оны түпнұсқаның 5-томынан, атап айтқанда 65-66 беттердегі мәтіндермен дәлелдей аламыз. 522 беттегі қысқартыла берілген, сөздері өзгертілген «Топырақ салу» А.Нүсіпокасұлының бес томдық «Ағаш бесіктен жер бесікке дейін» кітабының 5-томының 86-87 бетінде бірізденіп түпнұсқаға айналып жатқанын қалай жасырарсың. Ал 54-55 беттегі "Өлімге келгендердің алдынан қарсы алып шықпау және аттандырмау» Г. Етекбаеваның кітабында, яғни 524 бетте «Өлімге келгендердің алдынан шықпау және аттандырмау» болып қана өзгеріп, негізгі мәтін түгелдей көшіріледі. Сондай-ақ, 63-65 беттердегі "Өлімнің түрлері" Г. Етекбаеваның «Бесіктен бақиға дейін» кітабының 526-527 беттерінде еш өзгертусіз көшіре салғанын дәлелдеу еш қиындық туғызбайды.

Сөз соңында айтарым Г.Етекбаева «Бесіктен бақиға дейін» кітабын әзірлеу барысында авторлық құқық туралы Заңды ескерді ме? Әлде, қазақтың салт дәстүрі ортақ деген ұстанымда болды ма? Жағарыдағы авторлардың жазбаларына, авторлық және сабақтастық құқықтарына нұқсан келтірді ме, жоқ па? Оны анықтау мақсатында емес, кітаптың жаңашылдығы неде?- мәселесін ажырату мақсатында жазылғанын ескертемін. «Ағаш бесіктен жер бесікке дейін» секілді тағы да басқа осы мазмұндас кітаптарды көшіріп қайталағаннан гөрі, өзі туып өскен Шығыс қазақстан өңірінің ою-өрнегі, тұрмыс салттық дәстүрлері, киім-кешегі, таңбалары жайында ғылыми зерттеулер жүргізіп, сол өлкені танып білу туралы кітаптар жазылса жөн болар еді және Авторлық және сабақтас құқықтарды қорғаудың 48-49-баптарын әрбір автордың біліп жүргені нұр үстіне нұр болар еді [3].

Әдебиеттер:

1. Қ.Бегманов.Этнографпен әңгіме.А:Дәстүр, 2010.-108-109 бб.
2. (<http://m.khabar.kz/kz/news/kogam-kz/item/30098-kymyzdy-eshkandaj-nemis-kasipkeri-patenttep-algan-zhok>).
3. Авторлық құқық және сабақтастық құқықтар туралы. А.: Жеті жарғы, 2004 немесе <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z960000006>
4. Қазақтың салт-дәстүрлері мен әдет-ғұрыптары. А.:Атамұра, 2010
5. Г.Етекбаева. Бесіктен бақиға дейін. Ө.:Либриус, 2011
6. С.Медеубекұлы. Ою хан мен Жою хан. А.: Балалар әдебиеті, 2004 ж.
7. А.Жүнісұлы. Пәниден бақиға дейін. А.: Жазушы, 2001 ж.

Алимжанова А.Б.

*журналистика факультетінің PhD докторанты
КазНУ имени аль-Фараби*

МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА ДАМУЫНА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР

Шеберлігі шыңдалған журналистер үшін ақпаратты дәл сол мезетте оқырманға жеткізу бүгінде маңызды болып отыр. Газет-журнал беттерінен оқып алатын, телеарнадан көріп жадына тоқып алатын ақпаратқа біз ғаламтордың көмегімен бір уақытта, бұл жерде барлығы емес, әрине, соның ішінде жазу-сызуы бөлек сайт-порталға кіру арқылы қол жеткізіп қана қоймай, таңдау мүмкіндігіне де ие боламыз.

Осыдан келе мультимедиаалық журналистикадағы БАҚ технологияларын сараптауымызға болады. Олар:

1. Ақпараттық технология – блогтар, жаңалықтар лентасы.
2. Интерактивті технология – түрлі чаттар, сауалнамалар, форумдар.
3. Фото-аудио-видео технологиялар – журналист өнімін жариялаудағы қосымша мүмкіндіктері.

4. Флэш технология – мақалада флэш-сызбаларды, диаграммаларды қолдану.

5. Мультимедиалық құралдарды тиімді қолдану, онлайн тегін сервистерді игеру.

Мультимедиалық журналистиканың артықшылықтары:

– біріншіден, интернет журналист үшін ақпаратты қысқа мерзім ішінде саны жағынан ауқымды аудиторияға жариялауға мүмкіндік береді;

– екіншіден, интерактивтілік, жарияланған ақпаратқа деген оқырман көзқарасын білу мүмкіндігі. Яғни бұл жерде аудиториямен байланыс орнайды;

– үшіншіден, жеделділік. Ескірген ақпараттың құны жоқ, журналист өнімін уақытында жариялап отыруы тиіс. Ал сайттарда бұл небары бірер минуттарды құрайды;

– төртіншіден, өзара байланыс. Гипермәтіндік сілтемелерді қолдану сайттарды бір бетте топтастыруға мүмкіндік береді.

– бесіншіден, үнемділік. Веб басылымдарға жұмсалатын қаржы газет-журнал басып шығару үшін жұмсалатын қаржыдан әлде қайда төмен. Міне, сол себепті де ғаламтордағы БАҚ ұлттық БАҚ-ты сәл де болса ығыстырып отырған жайы бар. Сөзімізге дәлел, 2008 жылғы әлемдік экономикалық дағдарыстан кейін көптеген үлкенді-кішілі БАҚ өз жұмысын тоқтатты. Олардың ішінде 150 жылдық тарихы бар Rocky Mountain News газеті де бар. Соңғы уақытта АҚШ-та дерек бойынша 16 мың журналист жұмыстан шығарылды. Ұлттық бұқаралық ақпарат құралдары біртіндеп онлайн режиміндегі БАҚ-қа ауысуда. Бұл, әрине, әлемдегі жағдай. Алайда бірер жылдан кейін бұл өзгерістердің біздің елімізге де келмесіне кім кепіл [1].

Қазіргі таңда Қазақстанда «ҚазАқпарат» сияқты ақпарат агенттіктері ғаламтор беттерінде өз серверлері жұмыс істейді. Бұдан бөлек, таза желілік ақпарат агенттіктері де жоқ емес. Мәселен, «7kun» қызметін 2015 жылдан бастаған бұл агенттік қазіргі кезеңде ең үздік деп танылған мақалалар жинағын өз сайтында ұдайы жариялап отырады.

Біздің елде де ақпараттық технология қарыштап дамып келеді. Бұл қарқынмен алдағы екі-үш жыл ішінде интернетті пайдаланушылар көрсеткіші күрт жоғарылауы мүмкін. Дегенмен, осы біз сұранысты толық қамтамасыз етіп отырмыз ба? Неге десеніз, ғаламтор беттеріндегі тілі қазақ ресурстардың саны саусақпен санарлық. Мәліметтерге сүйенсек, «kz» доменінде тіркелген сайттардың 10 пайызға жуығы ғана қазақ тілінде екен. Соның ішінде жалпының жартысы ғана тұрақты жұмыс істеп отыр. Дегенмен 2008 жылдан бастап қазақ тіліндегі сайттардың дамуы өте қарқынды жүрді, саны көбейді, қазір қазақтілді басылымдардың жиырмадан астамының ғаламтор нұсқасы пайда болды. Ақпарат таратудың өзге көздеріне қарағанда мүмкіндігі зор жаңа медианың алғашқы қарлығаштары есебінде бүгінде, мысалы, тұрақты аудиториясы қалыптасып үлгерген қазақ тіліндегі Qamzhy.kz, Ult.kz ұлттық ғаламтор сайтырын, Abai.kz ақпараттық порталын, Szh.kz, Masa.kz, Azattyq.org сынды ғаламтор ресурстарын айтуға болады. Қазақ тілді БАҚ рөлінің жан-жақты артқандығын мамандардың өздері де жиі айтып жатады. Мысалы, көрнекті медиа нарық тұлғаларының бірі, ғаламтор басылымдардың кураторы А. Сарым «қазақ тілді баспасөз қарқынды дамуда және әрі қарай зор мүмкіндігі бар» деп есептейді. Елдегі демографиялық жағдайлардың өзгеруінің өзі қазақ тілді сайт-порталдардың біртіндеп көбеюіне әкеледі. Өйткені дүниеге «қазақ тілді қолданушылар» келуде, бұл, әрине, орыс тілді басылымдардың нарықтық өсу бағытын тежейтін бірден-бір себеп. Сөзімізге дәлел:

2015 жылғы мәліметтерге сүйенсек, Қазақстанда интернетті қолданушылар жалпы халық массасының 45 %-ын құрайды. Ескере кету керек, келтірілген көрсеткіш өзгермелі, қолданушылар саны көбейген сайын интернет беттеріндегі ақпаратқа деген сұраныс та арта түспек. Қазнеттегі қазақ тілді сайттар салыстырма үшін 2010 жылдары жалпы көлемнің небары 3 %-ын құраса, бүгінгі таңда бұл көрсеткіш 13 %-ға жеткен. Бұл осы уақыт аралығында 6 мыңнан астам домен аттары тіркелді деген сөз. Қазақ тілді ғаламтор ресурстарының жоғарғы қарқынмен дамуына әсер етіп отырған негізгі факторлар мыналар:

1. Жедел компьютерлендіру.

2. Ауылдық жерлерде ғаламторды қолданушылар санының өсуі.
3. Соның ішінде қазақ тілді қолданушылардың артуы.
4. Ғаламтор сервелерінің қазіргі таңда толығымен БАҚ қызметін атқаруы.
5. Жанама да болса, әсер ететін тағы бір фактор – елдегі демографиялық жағдайдың өзгеруі [2].

Мойындау керек, қазіргі кезде ғаламторда көптеген қазақ тілді сайттар бірте-бірте интерактивтілік жағынан дамып келеді, кішігірім аудиториясы да қалыптасып үлгерген. Олар әр түрлі жанрда мейлі ол очерк болсын немесе сараптамалық мақала болсын, ақпарат таратып отыр, жұмыс жүріп жатыр. Мәселен, «алдыңғы сапта тұрғандар» деп сайттардан abai.kz, ult.kz-ті атасақ, «Егемен Қазақстан», «Айқын», «Алаш айнасы» сынды газеттердің интернет беттеріндегі электронды нұсқаларын да осы санатқа жатқызамыз.

Бүгінде Қазақстандағы ғаламтор ресурстары, атап айтқанда, портал, форум, блог, чат, WAP портал, ғаламтор телевидениесі дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілді. Бұл әрекет журналистиканың жаңа бір саласы – ғаламтор журналистиканың өз алдына дербес сала болып қалыптасуына негіз болды. Блог, форум, чаттарға қарағанда сайттар мен веб порталдарда ғана журналистика ізі байқалатын сыңайлы. Өйткені олардың ішінде өз редакторы, тілшісі болады, жұмыс істеп отырған, негізінен, журналист мамандар немесе осы салаға әдейілеп машықтанғандар. Сәйкесінше, жарияланымдар сапасы жоғары, стандартқа сәйкес келеді. Мәселен, бүгінде Baq.kz ақпараттық сайт ретінде рейтинг көшін бастап тұр. «Қазконтент» АҚ тікелей қолдауымен шығып отырған порталдар el.kz, adebiportal.kz, kaztube.kz, adebiportal.kz сияқты порталдар мультимедиалық журналистиканы дамытып отыр. Контент жариялауда заманауи талаптарды ескеріп отыр.

Сайттың ішкі құрылымынан бөлек, бұл жерде дизайн, интерактивтілік мәселесі, мақала жариялаудың өзіндік ережелері бар. Бұған сайт ақпараттарының күнделікті жаңарып отыру үрдісі, сәйкесінше, әр жарияланым астында түсініктемелердің реттеліп отыруы, өзге ақпарат көздеріне сілтемелердің ұдайы көрсетіліп отыруын тағы қосыңыз. Демек, сайтта жұмыс істейтіндер – сала қызметіне қанық, қыр-сырын білетіндер. Сәйкесінше, олар сайтқа өнімдерін жариялап отырады.

Осыдан келіп, жаңа саламен қатар кәдімгі журналистикадан сәл де болса айырмашылығы бар жаңа веб журналист мамандығы дүниеге келеді. Қаламы мен қағазынан басқа, оның ғаламтор деген тағы бір көмекшісі бар. Ғаламтормен жұмыс істей білудің өзі бөлек әңгіме.

Германиялық RTL-дің бас редакторы Петер Клэппельдің: «Ғаламтор жақсы журналисті ұшпаққа шығарады, жаман журналисті шыңырауға түсіреді» деуінің өзі осының айғағы.

Ал атап өткен чат форумдарда ғаламтор журналистикаға қарағанда азаматтық журналистика жақсы дамыған сияқты. Өйткені сайт порталдағыдай қызметті 2-3 адам емес, яғни журналист қауымнан бөлек, әр адам өз алдына чат, блог, форум ашып, пікір алмасуға болады. Бұл жерлерде де тұшымды ойлар айтылары сөзсіз, өйткені бар нәрсені сол қалпында жеткізу, қарапайымдылық бар. Ойыңдағыны орағытпай-ақ жаза саласың, бітті. Алайда жылдар бойы қалыптасқан журналистика жанрлары, ақпарат тарату ережелері сонда қайда қалады?

Сол себепті де сайт-порталдар ғана әзірге ғаламтор журналистика ұясына айнала алады-ау деген ойдамыз. Аз да болса, мұнда жүйелілік бар. Қазақстандағы интернет журналистканың даму тенденциялары дегенде сол себепті де сайт порталдардың жай-күйін саралауды жөн көрдік.

Алдымен, сайтқа тән кейбір ерекшеліктерді анықтап алсақ.

Біріншіден, сайт өзіндік көзқарасы мен бағыт-бағдары бар, сауатты жастарға арналған. Қазақ тілді ғаламтор басылымдар тәуелсіздік жылдары білім алған жастарға бағытталған, демек, қолданушылар қатары да осы аралықта. Заманына сай адамы демекші, олар жұмыстарымен жаңа ағым, өзіндік стильдік ерекшелік әкелді.

Екіншіден, қазақтілді сайттар қазір танымал тұлғалардың, шығармашылық зиялыларының, ұлт патриоттарының бас қосар алаңына айналды.

Үшіншіден, қазақ тілді сайттар ел дамуындағы өзекті сауалдарға көпшілікпен пікір алмасу арқылы жауап іздеуге мүмкіндік беріп отыр.

Бір қызығы, 2009 жылы ғаламторда қоғамдық-саяси бағыттағы неары 6-ақ сайт жұмыс істеген. Олар: abai.kz, egemen.kz, qazaquni.kz, turkystan.kz, zamandas.kz. Бұл тізімдегі сайттардың екеуі сол уақытта интернет жоба пішімінде болса, қалған төртеуі баспа басылымдарының электронды нұсқасы.

Сайттарды жарияланған ақпараттар легіне қарай 3 топқа бөліп қарастыруға болады:

1. Лойалды.
2. Оппозициялық.
3. Бейтарап [3].

Мемлекеттегі саяси жүйеге жылы қабақ танытып отырғандар жалпы республикалық басылымдар, олар: egemen.kz, aikyn.kz. Сонымен қатар олар мемлекеттік ресми үгіт-насихат жүргізу шараларына да дендеп кіріскен. Бұл екі сайт та соңғы жылдары сайттарын жаңартып, мультимедиалық бағытта жұмыс жасай бастады. Ал оппозициялық сайттар қатарына janaozen.net және zhasalash.kz-ті жатқызуға болады. Ұмытпау керек, сайт ұстанымы тікелей сайт басшылығына байланысты.

Сайттарымыздағы тағы бір кемшілік – жарияланымдардағы айқындықтың жоқтығы. Қоғамдық саяси бағыттағы қазақ сайттарының осы бағыттағы орыс тілді басылымдарға қарағанда рейтингісінің төмен болуы, міне, сондықтан. Ғаламтор статистика орталығы zero.kz мәліметтері бойынша бүгінгі таңда салыстырмалы түрде «танымал» қазақ тіліндегі қоғамдық-саяси тақырыпқа маманданған ғаламтор басылым – ult.kz, оның тәулігіне 3500 пайдаланушысы бар, жалпы рейтинг бойынша 100-інші орынға табан тіреген. Ал, мысалы, атакты орыс тілді қоғамдық саяси сайт zona.kz-тің 4 есе артық қолданушысы бар, тәулігіне 1400 қолданушысы бар және 39-ыншы орында тұр.

Неліктен?

Біріншіден, интернетті қолданушылардың көпшілігі орыс тілді, қала тұрғындары.

Екіншіден, қазақ тілді қолданушылардың дені, негізінен, қоғамдық саяси тақырыптарға аз қызығушылық танытатын жастарды құрайды.

Үшіншіден, қоғамдық саяси мәліметтерді қажет ететін елдің қоғамдық және саяси жоғарғы топ өкілдері өздеріне қажетті мағлұматтарды орыс тілінде алуды жөн көреді. Сол себепті орыс тілді БАҚ неғұрлым бәсекеге қабілетті.

Қалай десек те қазақ тілді интернет ресурстар саны жағынан артып келеді, бұған қолда дәлел жетерлік. Алайда ең негізгі мәселе бұл емес. Ең негізгі мәселе – қолданушыларды қызықтыру, ғаламтор басылымдарды саяси мағлұматтарды алудың негізгі көзіне айналдыру мәселесі шешімін таппай отыр. Бірақ кейбір сайттар өз рейтингілерін сақтап қалу мақсатында әр түрлі қитұрқы әрекеттерге барып жатады: жалған оқырмандар жасайды, есептеуіштерді бұрайды немесе өздері мәтіндерге пікір жазады.

«Стратегия» әлеуметтік-саяси зерттеу орталығының мәліметтері бойынша, сайттардың мазмұндық сипаттамаларына баға беру төмендегі параметрлер бойынша жүзеге асады:

1. Жарияланымның түрі (мәтіндік немесе бейнелік).
2. Жарияланымды қостау (суреттер мен бейне материалдарың бар болуы).
3. Авторлық құқық (жеке немесе артық жөнелтім).
4. Жарияланым түрі (хабарлама, репортаж, сұхбат, мақала т.б.).

Талдау нәтижесімен таныса отырып, байқағанымыз, зерттеу объектісі болып отырған ғаламтор басылымдар бейне-видео форматтағы жарияланымдарды өте сирек қолданады. 2892 материалдың 31-і ғана (1 %) бейне жарияланым және олардың барлығы интернет басылым беттерінде орналасқан.

Интернет беттерінде жарияланған материалдың көп бөлігі (83 %-ы) фотосуреттермен, карикатуралармен қоса жарияланған. Ал бейнематериалдармен әрленгендері 0,5 %-ды құрайды.

Ескере кететін жайт, баспа басылымдарының сайттарына қарағанда қарағанда интернет басылымдар бейне, фото материалдарды жиі қолданады екен (арақатынасы 87 % және 77 %-ға тең).

Электронды БАҚ-тың типологиялық жіктелім мәселесін де қолға алу да маңызды болмақ. Интернеттің қандай да бір ресурсының БАҚ болып табылатындығын қандай критерийлер бойынша нықтаймыз деген орынды сұрақ туындайды. Кейбір ғалымдар желілік БАҚ ретінде кез келген сайт немесе сайттар топтарын түсіндіруді ұсынып отыр. Бұл пікір бір мағыналы болып табылады, бірақ ол бізге неғұрлым объективті көрінеді. Қазақ тілді контентті бүкіл әлем оқи алатындай мүмкіндіктер жасау керек. Мысалы kaztrk.kz телеарна сайтының 99 % көлемін тек отандық көрермен тамашалайды екен. Ал tengrinews.kz ақпараттық сайтының 89%-ын отандық оқырмандар қарайды.

Зерттеу объектісін осылай түсінудің негізінде интернет-басылымдардың келесідей түрлері қалыптасты:

1. Желіде бар басылымдардың көшірмелері. Бұл түр неғұрлым кең таралған, оның бірнеше себептері бар, олардың ішіндегі ең негізгісі олардың экономикалық пайдалылығы көрінеді. Басылым тек Интернетте ғана болады, анықтамасы бойынша шығынды болып табылады. Мысалы, АҚШ-та бизнестегі таза онлайндық басылымдар дәстүрлі БАҚ-қа тиесілі порталдардан артта қалып келеді. national Association of America деректері бойынша, баспа басылымдарының электронды нұсқалары онлайндық БАҚ-қа қарағанда екі есе пайдаланушыларға ие. Қазақстанда шамамен барлық басылымдар, телеарналар мен радиостанциялардың жарияланған нұсқалардағы материалдар орналастырылатын жеке сайттары бар.

2. Аралас басылымдар. Олар қарапайым БАҚ-тан да, түпнұсқа жарияланымдардан да материалдардың болуымен сипатталады. Қазақстанда осындай жобалар онша көп емес. Соның ішінде, баспасөз мониторингін жүргізетін, бар жарияланымдардың дайджестін жасайтын, бірақ осы ресурс үшін арнайы жазылған материалдарды жариялайтын baq.kz порталын айтуға болады. Ал жоғарыдағы инфографикада жалпы Қазақстандық оқырмандар сайтқа қандай месенджерлер арқылы кіріп қарайтыны айқындалған. Көбінесе жаңалық порталдарына іздеу жүйесі арқылы кіріп оқитындар басымдық танытып тұр.

3. Интернетте ғана бар басылымдар, - бұл құбылыс әзірше сирек кездеседі, алайда осы типті анықтауға типологиялық тұрғыдан келетін жаңа жобалар жиі-жиі пайда болып келеді. Ақпараттық кеңістікте жарияланымдар тұрақты түрде орналастырылатын мұндай сайттардың күн сайын саны артып келеді.

Соңғы 10 жылда мультимедиа туралы нақты айтыла бастады. Бұл хабар жүргізу әдісі ретіндегі компьютерлік техника мен компьютерлік желілердің дамуы мен өрлеуіне байланысты болды. Осы технологиялар бір сақтаушы компакт-диск ішіне әр түрлі коммуникация құралдарын – визуалды, мәтіндік, дыбыстық жәнәсөйлеу – біріктіруде мүмкіндік берді. «Түбінде журналистердің дені мобильді телефон компанияларына қызмет етеді» депті 1996 жылы Луис Робертсон деген шетелдік журналист. Әрбір адам – шағын медиа-студияның қожайыны. Мәселен, sutori.com онлайн сервисі арқылы қызықты мультимедиалық материал дайындауға болады. Онда сторителлинг әдісі арқылы оқиғаларды өрбітіп, фото, видео, аудио, инфографиканы бір материал аясында беруге болады.

Қорыта айтқанда бүгінгі медиа саласындағы мамандар үнемі ІТ сауаттылығын арттырып, ғаламтор басылымдарды салаландыруға ұмтылуы қажет. Сондай-ақ, арнайы тақырыптық сайттар санын көбейтіп қана қоймай сапалы контент жасауға, мультимедиалық құралдарда пайдалануға дағдылануы және мамандауы керек.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б. Мультимедиалық журналистика.– Алматы: Қазақ университеті, 2015
2. Медиаконвергенция, которая изменила мир? [Электронный ресурс] / Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. – 137 с. URL: <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336> (қаралған күні 10.12.2016)
3. Мирошниченко А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции [Электронный ресурс] // Медиаконвергенция, которая изменила мир? – Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.– С. 63-74 (қаралған күні 15.12.2016)

Буенбаева З.Қ.

*журналистика факультетінің 1-курс докторанты
әл-Фараби атындағы ҚазҰУ*

**БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ
КОНВЕРГЕНЦИЯ ҮДЕРІСІНІҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ**

Бүгінде көз алдымызда әлемдік тәжірибеге негізделген, оперативті, техникалық мүмкіндіктерді жан-жақты пайдалана білетін және нарықтық экономиканың принциптерін ескерген әмбебап қазақ журналистикасы жан-жақты әрі қарқынды дамып келеді. Соның ішінде технологиялық дамудың негізінде пайда болған журналистикадағы бірегей үдеріс – конвергенция. Яғни, сандық технология, бұқаралық ақпарат құралдары мен байланыс нарығының қайта жаңғырып, халық талғамының өзгеруі – медиа кеңістіктегі конвергенция үдерісінің пайда болуына, дамуына әкеліп отыр. Өзіміз көріп отырғандай, сандық хабар тарату жүйесі бұқаралық ақпарат құралдарында контент ұсыну, оны сақтау және таратуға жаңа леп әкелді. (Raport & Яворский, 2001). Контентті интернет порталда орналастырып, әлеуметтік желіде бөлісу арқылы оны қанша адам көргенін немесе оқығанын анықтау мүмкіндіктері пайда болды. Бұл өз кезегінде жаңалықтың қаншалықты маңызды болғанының көрсеткіші. Шынтуайтына келгенде, журналистика саласы және ақпараттық мекемелер бүгінде сын сағатта тұр. Жаңа заман ұсынып отырған мүмкіндіктерді журналистика әлі толыққанды пайдалана алмауда. Әлеуметтік желі мен мобильді телефонияның мүмкіндіктері ақпараттық нарықты кеңейткені соншалық, журналистика сол нарықтың бір кішігірім бөлігі болып қалғандай. Дегенмен де, журналистиканың бітім-болмысы едәуір өзгермеді. Тек нарықтық экономикаға бейімделу жолында масштабтау, жылдамдық және табыс табу көздерін іздеп, дамытуда.

Сандық хабар таратуға келсек, ол бұқаралық ақпарат құралдарында бір контентті бірнеше салада (телевизия, мерзімді баспасөз немесе радио) бірдей пайдалануға мүмкіндік берді. Ал біздегі отандық хабар тарату нарығы әлі толыққанды сандық ақпарат таратуға көшіп үлгермеді. Мемлекеттің қолдауымен жартылай ғана ауысты. «Қазтелерадио» АҚ жоспарына сәйкес тұрғындарды эфирлік сандық телеарналармен қамту көлемі 2018-жылға қарай 95 пайызды құрауы тиіс. Мәселен, «ОТАУ TV» тікелей жерсеріктік хабар тарату жүйесіне жазылушылардың санын 2018 жылға қарай 800 000 абонентке жеткізуді көздеп отыр.

Халықаралық медиа саласының даму тарихына назар аударсақ, 1990 жылдары Америка мен Еуропа телебайланыс секторын ырықтандыра бастайды да, оған толықтай еркіндік береді. Нәтижесінде, бәсекеге қабілетті БАҚ нарығы пайда болды. (Dal Zotto & Dowling, 2003; Dal Zotto & ван Краненбург, 2008). Осылайша, медиада қызмет көрсету деңгейі жоғарылап, әмбебап, сан салалы медиа кеңістік пайда болды. Халық өз қызығушылығы мен қажеттілігіне орай ақпараттық және көңіл-күй көтеруге бағытталған

МАЗМҰНЫ

Карпов С., Модели обучения опыт и ресурсы ЮНЕСКО в Алматы	3
Дубовицкая М. Приветственное слово	5
Ахатова Б.А., Павленко В.Н., Опыт деятельности НПО по профессиональной подготовке кадров-коммуникаторов	7
Свитич Л.Г., Особенности нового журнализма в условиях медиатрансформации	11
Shyngyssova N.T., Amangeldi Y., Are we living through a 'Golden age' of tabloid journalism in Kazakhstan? ...	17
Dudinova E.I., Mukhamadiyeva L.I. Concepts of reforming of educational process within education digitalization	22
Ахметова Л.С., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Международные стандарты и интернационализация современного образования	27
Барлыбаева С.Х. Современные тренды медиа развития	30
Султанбаева Г.С. Караван медиаграмотности ЮНЕСКО	34
Бекболатұлы Ж. Қазақстандағы ақпараттық қоғам	39
Тербергенова А.А. Features of the transformation of journalism in modern society	41
Negizbaeva M.O., Baigozhina D.O., Saduakasov A.A. State youth programs in conditions of sustainable development	44
Аргынбаева М.Х., Абдраш А. Из истории возникновения Шанхайской организации сотрудничества	48
Ниязгулова А.А., Ибрагимов Н.А., Перспективы развития конвергентной журналистики	51
Misayeva K.N., Role of Social Media on Society and Kazakhstan's Media	54
Gubasheva D.T., Model Nations Conference – New Silk Road to the 25 th anniversary of the accession of Kazakhstan and the Central Asian countries to the United Nations	62
Рожков А.В., Тұрақты өзгеріс форматындағы журналистика	63
Акчалов Е.Е., Бекхожин М.К. – Производственная логистика в работе студии-продакшн	67
Шакирова С., «Как бы»: вербальный мусор нашего времени	71
Мусинова А.А. Проблемы становления e-learning обучения на платформе MOOK КАЗНУ имени аль-Фараби	73
Жаксылықбаева Р.С., Қазақстан және шетел журналистері тәжірибесіндегі құқықтық нормалар	76
Муканова Г.К., Метафоры и идиомы как инструмент обучения международных журналистов: история и личности (Мустафа Шокай)	79
Өзбекова Г.С., Өзбек А., Қазақстан Республикасының сыртқы саясаты мен дипломатиялық мәселелері ...	81
Zhurtbay N.T., Zhumabaeva A.K., Mamurova G.S. Research methods: library congress	85
Әшірбаев Б. Оқу үрдісіндегі дуалды білім беру жүйесі	90
Дауренбекова А.А. БАҚ қызметін реттейін халықаралық құқық	91
Нода Л.П., Современные реалии метода «Журналист меняет профессию»	94
Тілепберген А.М. Полиграфия өндірісінің техникасы мен технологиясы: ерекшеліктері, мәселелері және даму барысы	98
Султанбаева Э.С., Медиаменеджмент технологияларының даму тенденциялары: әлемдік және ұлттық тәжірибе элементтері негізінде	104
Әлқожаев Б., баспасөз және электронды БАҚ кафедрасының аға оқытушысы – Адам табиғаты мен психологиялық рендерінің публицистикалық өрімі	108
Нурсали А.Б., Баспасөздегі экономикалық медиамәтіннің рөлі	114
Кутпанбаева Ж.Б. Коммуникативные стратегии и технологии в СМИ	116
Nursali A. The culture of journalistic speech	121
Данаева Н.Т., «Бесіктен бақиға дейін» немесе этнокөсемсөз	123
Алимжанова А.Б. Мультимедиалық журналистика дамуына әсер ететін факторлар	128
Буенбаева З.Қ. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы конвергенция үдерісінің эволюциясы	133
Маханбетжанова А.С. Реклама в электронных изданиях	136
Талгат Ш., Динамика развития СМИ и международного терроризма: аспекты взаимодействия	141
Мухамбетова И., Деятельность служб по связям с общественностью в органах государственного управления	146
Toleukhanova A., Current journalism education trends, positive and negative experience in Kazakhstan universities	149
Каримова А. Много языков, один мир	151
Төлєнова Е.А. Оқушылардың пәнге қызығушылығын арттыру	155
Бухарбаева Л.А. Қазақ тілін оқытудағы жаңа технологияларды пайдаланудың ерекшеліктері	157
Акмурзина А.А. Мектеп оқушыларына сабақ өту тәсілі	159
Муратова Д. Орфографияны оқытудың дидактикалық мәселелері	161
Нурходжаева М.И. Мектепке оқытуға баланы психологиялық дайындау	163
Сымханова Ж.А. Қазақ тілін оқытудағы жаңа технологиялар	165
Жунусбекова Д.А. Әлеуметтік желінің мектеп оқушыларына әсері: кері ықпалы мен тигізер әсері	167
Байтєнова Б.К. Орфографиялық жаттығуларды орындатудағы қарым-қатынас	168
Kazhimuratova S., Experiential learning: a case study teaching fashion journalism course at KIMEP university ...	172
Резолюция	171