

ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЯ: ЗАМАНАУИ МЕДИАНЫҢ ДАМУЫ

Сәлімгерей Дильназ Амангелдіқызы gbazarbaiqyzy@mail.ru Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті «Журналистика және ақпарат» білім бағдарламасының 3 курс студенті. Атырау қ. Қазақстан Республикасы. Ғылыми жетекші: аға оқытушы, магистр – Исмурзина Г.Б.

Аңдатпа: Бұл мақалада қазіргі журналистиканың интернет технологиялармен өзара ықпалдастығы және соның нәтижесінде заманауи медианың қалыптасу үдерісі қарастырылады. Ақпараттық қоғам жағдайында цифрлық платформалардың, әлеуметтік желілердің және мультимедиялық контенттің дамуы журналистиканың құрылымын, мазмұнын және таратылу механизмдерін түбегейлі өзгертті. Қазақстандық және шетелдік медиа тәжірибе мысалдарына сүйене отырып, қазіргі журналистиканың дамуындағы интернет технологиялардың рөлі, мүмкіндіктері мен тәуекелдері сарапталады. Кілт сөздер: журналистика, интернет технология, жаңа медиа, цифрлық платформа, онлайн редакция, мультимедиа, ақпарат тарату, медиаконвергенция. Қазіргі ақпараттық қоғамда журналистика саласы бұрын-соңды болмаған өзгерістерді бастан кешіп жатыр. Бұл өзгерістердің басты қозғаушы күші – интернет технологиялар мен цифрлық медианың қарқынды дамуы. ХХІ ғасырдағы медиа кеңістік тек мәтін мен бейнеге сүйенбейді, ол интерактивтілікке, жылдамдыққа, мобильділікке және аудиториямен тығыз байланыс орнатуға негізделеді. Осы тұрғыдан алғанда, журналистика мен интернет технологиялардың тоғысуы жаңа медиа ұғымының қалыптасуына себеп болды. Бұл құбылыс тек техникалық трансформацияны ғана емес, сонымен бірге журналистиканың мазмұндық, құрылымдық және этикалық негіздерін қайта қарастыруды талап етеді. Интернет технологиялар журналистикаға жылдам жаңалық тарату, интерактивті карталар мен визуализация жасау, мультимедиялық форматтарды қолдану мүмкіндігін берді. Ақпарат тұтынушысы енді тек оқырман емес, сонымен қатар пікір қалдырушы, бөлісуші, тіпті контент жасаушыға айналды. Ғалым Т. Оспанов “Жаңа медиа дәуірінде журналистика – аудиториямен диалогқа құрылған көпарналы қатынас алаңына айналды” деді деп көрсетеді. Бұл пікір қазіргі журналистиканың қызметтік форматы қалай өзгеріп жатқанын нақты сипаттайды. Жаңа медианың дамуы редакция жұмысына да үлкен ықпал етті. Онлайн редакциялар дәстүрлі құрылымдардан ерекшеленеді: мұнда жаңалықтар жедел жарияланады, контент үнемі жаңарып отырады, ал жұмыс алгоритмдері Big Data, SEO және платформалық интеграция қағидаттарына негізделеді. Журналист тек ақпарат жинаушы емес, сонымен қатар медиатеchnолог, контент-продюсер, SMM-маман ретінде де әрекет етеді. Бұл құбылысты зерттеген ғалым Л. Кенжеғұлова «Цифрлық журналист – бұл бір мезетте бірнеше медиа форматта жұмыс істей алатын әмбебап маман» деді деп атап өтеді. Осылайша, интернет технологиялардың дамуы журналистиканы әмбебаптандыруға, мазмұнды түрлендіруге және аудиториямен жаңа форматта қатынас орнатуға итермеледі. Интернет технологиялармен бірге өмірге келген маңызды медиа формалардың бірі – әлеуметтік желі журналистикасы. Facebook, Instagram, TikTok, Telegram және X (бұрынғы Twitter) платформалары тек коммуникациялық орта емес, жаңалық тарату мен ақпараттық ықпал ету алаңына айналды. Бұл желілерде ақпараттың таралу жылдамдығы мен аудиторияны қамту 28 ауқымы дәстүрлі БАҚ-тан әлдеқайда жоғары. Көптеген кәсіби журналистер мен редакциялар бүгінгі таңда жеке Telegram арналарын, YouTube блогтарын, TikTok контентін пайдалана отырып, аудиториямен тікелей байланыс орнатуда. Бұл құбылыс журналистиканың демократиялануын, яғни орталықсыздандырылуын білдіреді.

Ғалым С. Тілегенов «Әлеуметтік медиа – бұл енді тек технология емес, журналистиканың жаңа формасы, онда аудитория ақпарат көзіне де, тұтынушыға да айналады» деді деп сипаттайды. Бұл тұжырым қазіргі медиа кеңістіктің күрделі трансформацияға ұшырағанын дәлелдейді. Бұрын журналистикада ақпарат тек бір жақты — журналистен аудиторияға бағытталса, бүгінгі таңда бұл байланыс екіжақты, тіпті көпжақты сипатқа ие болды. Яғни, бүгінгі медиажүйеде әрбір адам тек оқырман немесе көрермен ғана емес, сонымен қатар өзі де ақпарат көзі, таратушы, сарапшы, тіпті медиа ойыншы бола алады. Аудиторияның белсенділігі артқан сайын, оның рөлі де арта түседі. Бұрын редакциялар жаңалықтарды таңдап, сұрыптап, тексеріп берсе, енді бұл үрдіс желілік мәдениеттің аясында жылдам әрі филтрсіз жүзеге асады. Әлеуметтік желіде әрбір қолданушы жаңалық жариялап, ақпараттық тренд қалыптастыра алады. Бұл жағдай журналист пен аудитория арасындағы дәстүрлі шекараны жойып, жаңа қарым қатынас формасын қалыптастырды. Қазіргі журналистикада репортаж немесе мақала жазу ғана жеткіліксіз — журналист аудиториямен диалог жүргізуі, пікірлерге жауап беруі, тікелей эфирде сұрақтарға жауап беруі қажет. Алайда мұндай ашықтық пен жылдамдықтың ар жағында бірқатар этикалық және кәсіби мәселелер туындайды. Ең алдымен, ақпараттың сенімділігіне қатысты сұрақтар өзекті. Аудиториядан келетін ақпараттар жиі тексерілмеген, эмоциялық реңкі басым және манипуляцияға бейім болуы мүмкін. Сонымен қатар, әлеуметтік желілерде жалған жаңалықтар мен фейк ақпараттардың таралу жылдамдығы редакция арқылы таралатын ресми ақпараттан әлдеқайда жоғары. Бұл жағдайда журналистиканың рөлі — тек ақпарат таратушы емес, ақпаратты сүзгіден өткізуші, тексеруші және түсіндіруші ретінде ерекшеленеді. Сондықтан да әлеуметтік медиа дәуіріндегі журналистиканың жауапкершілігі бұрынғыдан арта түсті. Бұл тек технологиялық емес, этикалық трансформацияны да білдіреді. Журналист енді тек дерек жинап, хабар тарататын маман ғана емес, цифрлық мәдениеттің белсенді қатысушысы, медиалық кеңістіктің модераторы және қоғам алдындағы сенімнің иесі. Интернет технологиялар медиаконвергенция ұғымының да мәнін күшейтті. Қазіргі заманғы медиа кеңістігінде әртүрлі ақпарат құралдары – баспасөз, радио, теледидар және онлайн платформалар – біртұтас ақпараттық экожүйеге бірікті. Бұл тек техникалық үйлесім емес, мазмұн мен форма жағынан да күрделі синтез процесі. Бір ғана жаңалық енді мәтін түрінде ғана емес, бейнерепортаж, подкаст, инфографика, тікелей эфир және әлеуметтік желілердегі реакция форматында қатар ұсынылады. Аудитория ақпаратты тек оқымайды, сонымен қатар көреді, тыңдайды, талдайды, бөліседі және оның мазмұнына ықпал етуге мүмкіндік алады. Бұл процесті талдаған ғалым Ә. Құдайбергенов “Медиаконвергенция – журналистиканың мазмұн мен форма тұрғысынан күрделі синтезі” деді деп тұжырымдайды. Бұл синтез журналистикадағы дәстүрлі тәсілдердің қайта қаралуына себеп болды. Бұрын газеттің мақсаты – жазу, радионың мақсаты – дыбыстау, теледидардың мақсаты – көрсету болса, бүгінде осының бәрі бір контент аясында тоғысады. Журналист бір материалды бірнеше форматта ұсына алуы тиіс: мәтіндік нұсқасын жазады, бейнебаян түрінде шығарады, подкастқа түсіреді, Instagram немесе TikTok-та бөліседі, сондай-ақ аудиториямен кері байланыс орнатады. Медиаконвергенция аудиторияның ақпаратты қабылдау, өңдеу және сақтау тәсілін де өзгертті. Қазіргі адам бір ғана ақпаратпен шектелмейді, ол ақпаратты әр түрлі арналардан, әртүрлі бұрыштан қарап, өзіндік интерпретация жасайды. Бұл – медиа тұтынудың белсенді моделіне көшу. Енді қолданушы жай қабылдаушы емес, контент жасаушыға да айналып отыр. Ол мақалаға пікір қалдырады, бейнені бөліседі, өз көзқарасын жариялайды, тіпті сол тақырыпта жаңа контент жасайды. Бұл қатысым формасының өзгеруі – 29 медианың біржақты емес, көпжақты сипат алуына алып келді. Медиаконвергенция – медиа дамуының табиғи нәтижесі ғана емес, сонымен қатар қазіргі журналистиканың жаңа

міндеттерін қалыптастыратын құбылыс. Бұл – кәсіби медиамамандардан техникалық, аналитикалық және креативті дағдылардың үйлесімін талап ететін жаңа медиақұрылым. Жаңалық таратудың алгоритмдік жүйесі де журналистикаға жаңа талаптар әкелді. Әлеуметтік желілер мен іздеу жүйелері пайдаланушылардың қызығушылығы мен жүріс тұрысына қарай контентті сұрыптап, ұсынады. Бұл – алгоритмдер дәуіріндегі ақпараттық бәсекенің жаңа түрі. Журналист тек шындықты жеткізіп қана қоймай, сонымен қатар сол шындықты алгоритмге сай етіп жеткізудің амалын табуы тиіс. SEO, engagement rate, CTR сияқты метрикалар – қазіргі журналистика тілінің жаңа өлшемдеріне айналды. Заманауи медианың дамуы барысында интернеттегі ақпараттық қауіпсіздік пен цифрлық этика мәселелері де өзекті бола бастады. Журналистиканың жаңа формалары мен құралдары тек мүмкіндіктер ғана емес, белгілі бір қауіптерді де ала келді. Ақпарат тарату жылдамдығы мен қолжетімділік кейде тексерілмеген, жалған немесе манипуляциялық материалдардың таралуына жол ашады. Бұл жағдай тек аудиторияға ғана емес, журналистиканың беделіне де тікелей әсер етеді. Фейк жаңалықтар, deepfake технологиясы, кликбейт және ақпараттық шабуылдар – қазіргі медиа экожүйенің шынайы проблемаларына айналды. Ғалым Н. Сәрсенбай «Ақпараттық қоғамда шындық пен жалғандық арасындағы шекара бұлдырап барады, ал журналистиканың міндеті – осы шекараны анық ету» деді деп тұжырымдайды. Осы орайда кәсіби журналистиканың этикалық қағидалары, фактчекинг, дереккөздің сенімділігін тексеру секілді дәстүрлі әдістер өз маңызын жойған жоқ, керісінше, қайта жанданды. Цифрлық этика – бұл тек кәсіби міндет емес, сонымен қатар терең адамгершілік жауапкершілік. Қазіргі медиажүйеде журналист – ақпарат беруші ғана емес, қоғамдық пікірдің қалыптасуына ықпал ететін маңызды тұлға. Оның жариялаған материалы қоғамда резонанс туғызып, әлеуметтік көңіл-күйге, тіпті саяси шешімдерге де әсер етуі мүмкін. Сондықтан журналист тек дерекпен жұмыс істемейді, сонымен қатар адамның психологиясымен, эмоциясымен, сенімімен жұмыс жасайды. Жауапсыз жарияланған ақпарат жалған дүрбелең туғызып, фейк жаңалықтар толқынын бастаса, этикалық тұрғыдан ойластырылған материал оқырманға бағыт береді, сенім қалыптастырады. Қазіргі таңда медиа мамандары аудитория психологиясын, цифрлық мінез-құлықты, эмоционалдық триггерлер мен реакция механизмдерін терең түсінуі тиіс. Себебі ақпараттың қабылдануы мен таратылуы енді тек мәтіннің мазмұнына емес, оның формасына, эмоционалдық әсеріне, визуалдық берілуіне тікелей байланысты. Журналист жазған әр сөйлем, таңдалған әр тақырып оқырманның ішкі эмоциясына әсер етіп, сол арқылы қоғамдық пікірді қалыптастырады. Ғалым Б. Қарабаев “Журналист – бүгінгі медиада тек баяндаушы ғана емес, эмоциялық ландшафты қалыптастырушы” деді деп атап өтеді. Бұл – журналистің ендігі рөлін нақты көрсететін тұжырым. Цифрлық медиада этика – тек моральдық ұстаным ғана емес, кәсіби стандарттардың негізі. Мысалы, адамның жеке өміріне қатысты мәліметті жариялау, баланың немесе құрбан болған адамның фотосын көрсету, біржақты немесе манипуляциялық тақырып қою – бұлардың бәрі журналистің этикалық таңдауының көрінісі. Бұл таңдаулар аудиторияның сеніміне, медиа мекеменің беделіне және журналистиканың қоғамдағы миссиясына әсер етеді. Болашақ медиа жүйесі – бұл гибридіті құрылым: бір жағынан, жасанды интеллект пен алгоритмдерге сүйенетін автоматтандырылған контент таратушы жүйе, екінші жағынан – адам факторына, яғни журналистің біліміне, жауапкершілігіне, адамгершілігіне тәуелді сала. Жас медиа мамандарға қазіргі заманның технологияларын меңгеру аздық етеді. Олар сыни ойлау, зерттеу, фактімен жұмыс істеу және кәсіби этиканы сақтау дағдыларын қатар меңгеруі қажет. Тек осындай жағдайда ғана цифрлық этика – журналистикадағы шынайылық пен сенімділіктің тірегіне айналады. 30 Қорыта айтқанда, журналистика мен интернет технологиялардың өзара ықпалдасуы қазіргі медианың табиғатын түбегейлі өзгертті.

Ақпаратты тарату, өңдеу, қабылдау үдерісі бұрынғыдан әлдеқайда жылдам әрі күрделі сипатқа ие болды. Цифрлық платформалардың дамуы журналистиканы интерактивті, көпформатты және аудиторияға бағытталған салаға айналдырды. Бұл трансформация тек техникалық жағынан ғана емес, журналистиканың мәні мен миссиясына да әсер етті. Журналист – енді тек ақпарат жеткізуші ғана емес, контент продюсері, желілік коммуникатор, этикалық модератор рөлін атқарады. Жаңа медианың дамуымен бірге туындаған мәселелер де аз емес. Ақпараттық қауіпсіздік, фейк жаңалықтар, аудиторияның эмоциялық манипуляцияға ұшырауы – журналистиканың алдына тың міндеттер қойып отыр. Сондықтан кәсіби стандарттар мен цифрлық сауаттылық, этикалық жауапкершілік – болашақ журналистер үшін негізгі ұстаным болуға тиіс. Интернет технологиялар дәуірінде журналистиканың дамуы – үздіксіз бейімделу мен жаңғыру үдерісі. Бұл салада табысқа жету үшін техникалық құралдарды меңгеру жеткіліксіз. Журналист адамдық факторды, аудиторияның мәдени-әлеуметтік бейімін, цифрлық кеңістіктің психологиялық әсерін де терең түсіне білуі қажет. Сондықтан қазіргі медианың дамуы – технология мен гуманизмнің бірлігіне негізделген жаңа парадигма.

Қолданылған әдебиеттер тізімі: 1.Оспанов Т. Цифрлық журналистика негіздері. – Алматы: Қазақ университеті, 2020. – 256 б. 2.Кенжеғұлова Л. Онлайн редакция және жаңа медианың форматы. – Нұр-Сұлтан: Медиа әлем, 2019. – 212 б. 3.Тілегенов С. Әлеуметтік желі және жаңа журналистика. – Алматы: Жаңа дәуір, 2021. – 180 б. 4.Құдайбергенов Ә. Медиаконвергенция: теория және тәжірибе. – Шымкент: Университет баспасы, 2022. – 198 б. 5.Сәрсенбай Н. Ақпараттық қоғамдағы журналистиканың миссиясы. – Алматы: Рауан, 2021. – 224 б. 6.Қарабаев Б. Цифрлық этика және эмоциялық медиа. – Тараз: Білім, 2020. – 170 б.