

Л.Т. Қожахметова<sup>1</sup>, Б.Ж. Омаров<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, Қазақстан;  
<sup>2</sup>Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан  
(E-mail: abina76@mail.ru)

### **Digital-технологиялар дәуірінде медианы дамытудың негізгі үрдістері**

Журналистиканың трансформацияға ұшырауына цифрлану, яғни технологиялық фактор мен ғаламдық интернет желісінің пайда болуы әсер етіп отыр. Коммуникацияның жаңа арнасының пайда болуы журналистика функциясына да өзгерістер әкелді. Бұқаралық коммуникациядағы технологиялық жаңалық журналистиканың әлеуметтік функциясына да әсер етті. Жаңа технология бұқаралық ақпарат құралдарын ғана емес, Қазақстан қоғамын да жүйелі түрде жаңа деңгейге көтерген механизм болды. Дегенмен, жаңа коммуникациялық технологияның әсері бір жақты емес. Жаңа және дәстүрлі құралдардың қақтығысы журналистика құндылықтарына жаңа көзқарас қалыптастырды. Материалдық, заттық тасымалға негізделген бұрынғы журналистикаға қарағанда цифрлық дәуірде өзгерістердің әсері анағұрлым терең. Технологиялық төңкерістің бұрынғылардан айырмашылығы ақиқаттың виртуалды әлемге көшуі, интерактивтілік пен жаһандық сипат алуы. Бүгінде ақпарат тарату әдістері ғана емес, оны қолданушы орта да ауысты. Жаңа жағдайға бейімделген Қазақстан журналистикасы ақпарат таратудың кез-келген түрлеріне эксперимент жасауда. Мақалада цифрлық технологияның қазақ баспасөзіне әкелген жаңалығы талданған, бүгінгі күн тұрғысынан баға берілген.

*Кілт сөздер:* интернет, цифрлық технология, БАҚ, онлайн, сайт, баспасөз.

Интернет ұдайы өзгеріп отыратын құбылыс. Әлеуметтік желілер мен мобильді технологиялар интернеттің қарқынды дамуына жол ашты. Интернеттегі эволюция адамдардың қарым-қатынасына жаңа тәсілдер енгізді. 2004 жылы дүниеге келген Facebook 2230 миллион белсенді қолданушысы бар бүкіләлемдік желіге айналды. Мобильді технологиялар интернет таралымын арттырып, қолданушыларды көбейтті.

Интернет бұқаралық коммуникация құралдарының ішіндегі ең еркін ақпарат көзі болып отыр.

Цифрлық технологиялар мен интернет желісінің әсерінен бүгінгі күннің шындығы да жаңа сипат алды. Ақпарат тарату пішіні ғана емес, әлеуметтік жүйе өзгеруде. БАҚ арқылы әлеуметтік мәселелерді реттеу пішіндері өзгеріп жатыр. Ақпарат тарату мен БАҚ-тың аудиторияға әсер ету пішіндері жаңғырып, жаңа түрлері пайда болды. Қаржы көздері де жаңа ақпараттық технологияның пайдасына қайта қарастырылуда. Жоғарғы технология мен коммуникация саласындағы бизнесті ұйымдастыру пішіні мен құрылымы өзгерді. Журналистердің кәсіби қызмет әдістемесі, аудитория құрылымы мен бұқаралық-ақпараттық контент жаңғыруда.

Халықаралық Internet World Stats веб-сайтында жер бетіндегі аймақтар мен әлемнің 243-тен астам елінде интернетті қолдану, әлеуметтік желілердегі статистикалық деректер, интернет-нарықты зерттеу туралы ең соңғы деректер ұсынылған. Сондай ақ, Internet World Stats сайты — халықаралық онлайн-нарық, әлемдегі халық саны туралы статистикалық зерттеулер, телекоммуникация туралы ақпараттық хабарламалар мен әлем елдерінің Facebookті қолдану статистикасы салынған пайдалы дерек көзі.

Мәселен, [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) сайтында 1995–2018 жылдар аралығында әлемдегі интернет қолданушылардың саны мен өсу пайызы көрсетілген.

<https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> сайтынан алынды

| Дата              | Қолданушылар саны | Әлем халқының саны % | Ақпарат көзі                |
|-------------------|-------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1995 ж. желтоқсан | 16 миллион        | 0,4 %                | IDC                         |
| 2005 ж. желтоқсан | 1 018 миллион     | 15,7 %               | Әлемдік интернет-статистика |
| 2015 ж. желтоқсан | 3,366 миллион     | 46,4 %               | Әлемдік интернет-статистика |
| 2017 ж. желтоқсан | 4 156 миллион     | 54,4 %               | Әлемдік интернет-статистика |
| 2018 ж. маусым    | 4 208 миллион     | 55,1 %               | Әлемдік интернет-статистика |

Кестеде көрсетілгендей, 1995 жылдың желтоқсанында әлемдегі халықтың 0,4 % интернетті пайдаланған. Яғни 16 миллион пайдаланушы интернетке қосылған. 2005 жылы пайдаланушы 1 миллиард, 2015 жылы 3 миллиардқа өсті. 2017 жылғы желтоқсанда әлем халқының 54,4 % Интернет қол жетімді болды. 2018 жылдың маусым айындағы деректер бойынша 4 миллиард 208 миллион пайдаланушы интернетті тұтынады. Жер халқының 55 % — ы интернетке қосылған.

Жаһандану процесі Қазақстанды айналып өтпеді. Қазақстан Орталық Азияда телекоммуникациялық сектор бойынша көш бастап тұр. Азияның басқа елдерімен салыстырғанда Қазақстанда кең жолақты интернет қол жетімді, ұтқыр интернет белсенді пайдаланылады. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы 2017–2021 жылдар кезеңінде цифрландырудың бәсекеге қабілетті ұлттық инфрақұрылымын құруға бағытталған.

Сандық технология көршілес Ресейдегі ақпарат тарату саласын да өзгертті. Жаңа медианы табысты пайдаланған басылымдар монетизациялау тәжірибесін пайдалана отырып пайда табуда. АКАР мәліметтері бойынша, ресейлік баспа басылымдарына жарнамадан түскен түсімдер 2018 жылдың тоғыз айында 10 % — ға қысқарды. Ал Интернет-медиа, соның ішінде басылымдардың онлайн нұсқалары 2017 жылы 12 млрд рубль көлемінде жарнамадан пайда тапты. Бұл жағдайда газеттер мен журналдар оңтайландырылады, кейбіреулері жабылады, кейбіреулері басқа нұсқаға ауысады.

2018 жылы Ресейдегі ең ірі ақпараттық агенттік РБК жарнаманы көргісі келмейтіндерге ультриматум орнатты. Яғни, жарнаманы оқшаулайтын пайдаланушылар үшін сайтқа кіруге тыйым салынған, ақылы жазылу ұсынылады.

Ресейде ең танымал бизнес жобалардың бірі — краудфандинг. «Медиазон» және басқа басылымдар оқырмандардан түскен қайырымдылық қаражат есебінен өмір сүреді. Тіпті «The New Times» және «7×7» интернет-журналы Роскомнадзордың айыппұлын төлеуге қаражат жинады. Бұл бірінші жағдайда 22 млн рубль, екінші жағдайда 840 мың рубль болды.

Мобильді құралдардың таралуы және мобильді интернеттің жеделдігі медиатұтыну ісінде жаһандық өзгерістерге алып келді. Media Consumption Forecasts жүргізген зерттеуге сәйкес, 2018 жылы Ресейдегі халық гаджеттерге 24 % уақыт жұмсады. 2011 жылы ол тек 5 пайызды құрады. 2020 жылы медиатұтынудың 28 % — ы мобильді интернетті пайдаланады деп болжанып отыр.

2018 жылы мобильді құрылғылардағы Рунет аудиториясы алғаш рет десктоп аудиториясын басып озды, деп хабарлайды Mediascop зерттеу компаниясы. Мобильді аудиторияның танымал ресурстары «ВКонтакте», мессенджер Whatsapp, Google, Яндекс және Instagram. Олардың әрқайсысы 20 % — дан астамын пайдаланады [1].

Ресей мемлекетіндегі ақпараттық кеңістікте болған өзгерістердің Қазақстанға ықпалы зор.

«Виртуалды кеңістіктің қарқынды дамып келе жатқан технологиясы журналист мамандығын да өзгертетінін елестетпеу мүмкін емес. Алайда мамандықтың ішкі негізі, оның әлеуметтік маңызы жалпы өзгерген жоқ. 2010 жылы журналист-роботтар ғылыми фантастика ретінде танылды, ал 2015 жылы шындыққа айналды. 2012 жылы әріптестерімен бірге «РИА-Новости» редакциясына Chartbeat технологиясын енгізумен айналыстым. Бұл технология ақпараттық сайтты пайдаланушының қызметі туралы «тікелей эфир» жасайды. Өткен бесжылдықтың көрсетуінше, технология қызмет көрсету функциясын орындайды және олар адамдар тарапынан әсерді күшейтеді немесе әлсіретеді. Кез келген технология шындыққа, шындыққа, түсіндіру қабілетіне, тәуелсіз талдауға, уайымдауға және беруге деген көзқарасты өзгерте алмайды. Бұл журналистік іске жаңа «сандық ақиқат» ұсынатын ең басты сабақ, — дейді ресейлік ғалым С. Шомова [2].

Chartbeat технологиясы деректерді талдау саласындағы үздіктердің бірі болып табылады. 2012 жылы Ресейде пайдалануға берілген аналитикалық құрал — пайдаланушылардың сайт ішінде, сайттың жеке бетінде және сайттың нақты элементтеріне қаншалықты уақыт бөлетінін қадағалауға мүмкіндік береді. Бұл ретте өлшемдер екі негізгі параметр бойынша орындалады: recirculation (қайтару, сайт беттеріне өту, парақтағы элементтермен өзара іс-қимыл) және engaged time (сайтта пайдаланушылардың белсенді өткізу уақыты, сессия ұзақтығы). Сервисті әлемнің 60-тан астам елінде USA Today, CNN, The New York Times, Vox, Fox News Channel, The Washington Post, MSN, BBC, le Monde, Ringier, The Independent, El Tiempo, Caracol Television, Nikkei America, Media Prima сияқты БАҚ-тар пайдаланады.

Chartbeat жобасы Қазақстандық БАҚ-та 2018 жылы іске қосылды. «Жоба аясында 25 қазақстандық онлайн-басылым әлемнің жетекші БАҚ-тарында қолданылатын жаңа құралдарға қол жеткізеді. Жобаның операторы Қазақстандық баспасөз клубы болып табылады. Жоба Қазақстандағы АҚШ елшілігі арқылы инновациялар қоры есебінен қаржыландырылады. Chartbeat-ты редакциялық жұмысқа енгізу отандық БАҚ-тарға аудиторияны дұрыс талдауға, жақсы түсінуге, онлайн-өлшеудің дәл әдістерін пайдалануға және контенттің сапасын арттыруға көмектеседі. Жоба редакциялық саясатта метрикаларды кеңінен тарату арқылы онлайн-нарықтың жалпы кәсіби деңгейін арттырады. Қазіргі заманғы әдістерді қолдану отандық БАҚ-тың оқырман аудиториясын кеңейтуге және жарнамадан түсетін табысты арттыруға мүмкіндік береді. Конкурс негізінде 25 қазақстандық онлайн-басылым іріктеліп алынды, олар Қазақстан нарығында бірінші болып Chartbeat құралдарын тегін пайдалана алады. Сондай-ақ, жобаға қатысушылар оқудан өтіп, компания өкілдерінен тегін кеңес ала алады», — деп хабарлайды қазақстандық ақпарат көзі.

Журналистиканың кәсіби сипаты өзгерді. Түрлі медиақұралдар конвергенттік редакцияның пайда болуына әкелді. Аудитория баспасөзде көтерілген тақырыпқа, ақпараттық саясатты қалыптастыруға ықпал ете бастады.

Ақпараттық нарыққа енген жаңа сандық технология медиа тұтынудың дәстүрлі түрлерін өзгертті, бұл көптеген бұқаралық ақпарат құралдарын оқырманды ұстап қалу жолдарын өзгертуге мәжбүр етті.

Баспа басылымдары қағазға, баспаға, оның таралуына қаржы жұмсайды. Интернет ақпаратты тез және арзан таратуға көшті. Бүгін оқырмандар газеттен емес, интернеттен ақпарат алуға үйренді. Газет оқырмандарының саны күрт қысқарды. Көптеген газет басылымдары интернетте сайттарын ашты. Алайда сайттың ашылуы газетті құтқара алмады. Нарықтағы бәсекелестік бұл сайттарды мультимедиялық порталға айналдыруға мүмкіндік берді. Сайтта подкаст, видеороликтер, фотогалерея, анимация, слайд-шоу, радио-сұхбат, бейнерепортаж, видеоролик, инфографика, дауыс беру, рейтинг, бағалау, флеш ойындар және т. б. аудиторияны тек түрлі формалар арқылы ғана ұстап тұруға болады. Әртүрлі сандық құралдарды біріктіре отырып, ақпаратты аудиторияға беретін медиаконвергенция деген ұғым пайда болды. Дигитализация — мәтін, дыбыс, бейне арқылы мультимедиялық өнім жасау. «Мультимедиялық қызметтер, желілік қызмет көрсету, бағдарламалық өнімдерді жасау ажырамайтын байланыстармен бекітілген жаңа интеграцияланған нарық құрылды» [3]. Ғалым Е.А. Баранованың пікірі бойынша, конвергенция сандық құралдар арқылы бір реттік контентті бірнеше рет тираждау және түрлі медиаплатформаларға ұсыну [4]. Бұл ақпаратты берудің түрлі нысандарын табуға мүмкіндік береді. Мәтіннен басқа, мұнда фотосуреттер, бейнетаспалар, инфографикалар, радиобөлшектер болады. Мультимедиялық журналистикада шектеулер жоқ.

«Мәліметтер мен пікірлерді жинау кезінде оқырманға қандай формада ақпарат беру керектігі анықталады. Сөзді түсіндіру қажет болған жағдайда, картаны, диаграмманы, кестені, слайд-шоуды көрсету қажет. Ал оқырмандар пікірді білу керек болса, пікір қалдыра алатын пішін ойлап табады. Мультимедиялық редакцияда журналист оқырманның назарын аударатын режиссерге айналу керек» [5].

Бүгінде барлық қазақстандық редакциялар конвергенттік режимге көшуге дайын емес. Жас басылымдар жаңалықты оңай қабылдады, ал дәстүрлі, ұзақ жылдық тарихы бар басылымдарға мультимедиаға өту оңай болмады.

Бүгінде көптеген басылымдар өз контентін тарату үшін жаңа платформаларды пайдалана бастады. Бәсекелестік баспа басылымдарының интернет-сайттарын жасауға, оларды мультимедиялық порталға айналдыруға мәжбүр етеді. Басылымдарға сұраныстың төмендеуі редакцияларға конвергенттік тәсілмен жұмыс істеуге мүмкіндік берді. «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская

правда» республикалық газеттеріне QR-кодты енгізумен электрондық басылым тізбегі құрылды, ол оқырманға гаджеттің қосымшасы арқылы газеттің электрондық нұсқасына көшуге мүмкіндік берді.

«Егемен Қазақстан» газетінің сайты 3 нұсқада жұмыс істейді, сондай-ақ кириллица, араб графикасы, латын нұсқасы негізінде Еуропадағы және Түркиядағы Қытай Халық Республикасындағы қазақ диаспораларына арналған беті бар. Сондай-ақ Android, iOS, Windows Phone үшін бағдарламалар жасалған. Дегенмен, елде сайттар рейтингісін ұсынатын жоғары рейтингі бар бірінші жиырмаға KZ сайтында баспа БАҚ-тың бірде-бір электрондық нұсқасы кірген жоқ. Кейбір редакциялар онлайн режимге көшті, кейбіреулері жабылды. 2016 жылы «Алаш айнасы» газеті нұсқасын жауып, сайт болды, «Дала мен қала» және оның орыс нұсқасы «Страна и мир» жабылды. Алайда бұл ауылда тұратын оқырмандар үшін тиімді емес. Ауылдық жерлерде интернетке қолжетімділіктің төмендігін ескере отырып, біз бұл оңтайландыру тиімсіз екенін көріп отырмыз. Астана мен Алматыға газеттің 35 %, өңірлерге — 65 % келеді. Біз көріп отырғанымыздай, Қазақстан аймақтарында газеттер әлі де сұранысқа ие.

«Казконтент» АҚ қарайтын e-history.kz сайт біререй тарихи контентті, National Digital History және жаңа интерактивті мүмкіндіктері бар ауқымды порталға айналды. Сайттың жаңа дизайны мен логотипі әзірленді, жаңалықтарды шығару және беру жақсартылды, «қазақстандық» бөлімі қосылды.

«Казконтент» АҚ құрамына кіретін Bnews.kz сайтында өз жұмысының сараптамалық-ақпараттық мәнін кеңейтті, әдеби портал adebiportal.kz сайтының редизайны өткізілді. Оның мобильді қосымшасын қосу жоспарлануда, оның көмегімен онлайн режимде кітаптарды оқуға, сондай-ақ аудиокітап тыңдауға болады.

«ҚазАқпарат» Халықаралық ақпараттық агенттігін жаңғырту оның техникалық инфрақұрылымын — компьютерлік паркті, бағдарламалық қамтамасыз етуді және бләйд-серверлік жабдықты жаңартудан бастады. Сайт аудиториясы тәулігіне 45 мың пайдаланушыны құрайды. Бұл санды екі есе арттыру жоспарлануда, бұл агенттікке елдің ақпараттық нарығы көшбасшыларының бірі болуға мүмкіндік береді. Ресурс мобильді қосымшаны әзірледі, сондай-ақ жекелеген жобаларды енгізуді жоспарлап отыр.

«Алайда, осыған қарамастан, Қазақстандағы желілік және Интернет-басылымдардың үлесі шамалы, БАҚ жалпы санының 7 % — ы ғана құрайды» [6].

Газеттің таралымын арттыру үшін Д. Пулитцер бір ғасыр бұрын ұсынған формула қазақстандық журналистикада кеңінен қолданылады. Белгілі журналист саяси жанжал, зерттеу, түрлі сенсация, спорт, әйелдер тақырыбы, иллюстрация, әзіл, жарнама үлкен таралымды қамтамасыз етеді деп санайды. Отандық баспасөз интернет-технологияларға және Қазақстандық ақпараттық кеңістікке енген абсолюттік бостандыққа дайын емес. Аудиторияның контентті пайдалануы ғана емес, сонымен қатар біздің баспасөзде контентті құру еркіндігі де бар. Сандық дәуірде контент мәтіні мен журналистика жанрлары өзгерді. Этикалық нормалар сақталмайды, сленгтерге басымдық беріледі. Бұл аудиториялар ойлау және сөйлеу сипатындағы өзгерістерге ұшырағанын көрсетеді.

Әлеуметтік желілер арқылы тілдік, моральдық нормаларды сақтамай жазу жұртшылық үшін күтпеген мүмкіндік болды. Бұл сондай-ақ мазмұнды тұтыну заңдылығына әсер етті. Бұл қазақ журналистикасы үшін күтпеген жағдай. Интернет дәуірінде мәдени, тілдік, әлеуметтік, идеологиялық, ағартушылық және басқа да нормалар қалыптасты. Енді ақпараттың мазмұны мен құрылымы көпшілік алдында анықталады. Цифрландыру Қазақстан журналистикасы үшін қоғамға деген қарым-қатынасты өзгертті. Автор мен аудитория арасындағы шекаралар жойылды.

Web 2.0 желісі арқылы әлеуметтік желілерден, блогерлерден, жарияланымға пікірлерден шексіз ақпарат шығарылады. Енді ақпарат тек жаңалықтар агенттігінен ғана емес, аудиторияның өзінен де келіп түседі. Бүгінде аудиторияға оқиғаны кездейсоқ куәгер немесе кәсіби тілші жариялай алады.

«Біздің ақпараттық ғасырда танымалдықты қолдан жаасуға болады», — деді М. Маклюэн [7].

Интернет-пайдаланушылар ақпараттық кеңістікте белсенді бола түсті. Осылайша, әлеуметтік желіге ерекше қызығушылық аудиторияның журналистикаға деген көзқарасын өзгертті.

Азаматтық журналистика ақпаратты таратуда жеделдікке ие. Алайда, ақпаратты тексеру — fact checking, оқиғаларды бағалау, іріктеу кәсіби журналистердің еншісі.

Жаңа медианың жеделдігін дәстүрлі БАҚ-тармен салыстыруға болмайды. Кез келген маңызды оқиға редакциялық өңдеусіз ұсынылады. 2019 жылы 1 қаңтарда Қарағанды қаласында армян ұлтының өкілі иелік ететін «Рим» мейрамханасындағы төбелес халыққа Facebook және Ватсап арқылы жедел тарады. Мейрамханада жаңа жылды қарсы алған қазақ жастары мен мейрамхана қызметкерлерінің арасындағы қақтығыс салдарынан бір адам қаза тапты. Бұл оқиға

қазақстандықтардың ызысын тудырды. Жүздеген адам далаға шығып, кінәлілерді жазалауды талап етті. Ақпараттың тек әлеуметтік желілер арқылы таралуының басты себебі 1, 2 қаңтар күні мерекені мерекелеуге байланысты баспасөз және телеарналар арқылы жаңалық тарату мүмкін болмады. Оқиға орнынан бейнетүсірілімдер, фотосуреттер салынып, пікірлер әлеуметтік желі арқылы үлкен резонанс тудырды.

«Оқиға 1 қаңтарда болды, бірақ депутаттар тек 9 қаңтарда ғана ресми мәлімдеме жасады. Осы кезеңде ақпараттық кеңістікте бұл оқиға туралы 140 материал шықты. Олардың 95-і қазақстандық, 45-і шетелдік БАҚ-та. 108 материал түпнұсқа, сілтеме жасалған 32 материал қайта жарияланды. 8 қаңтарда ПМ ресми баспасөз мәслихатына дейін қазақстандық БАҚ-тардың ешқайсысында «армян» сөз жарияланбаған. Баспасөзде төбелеске қатысушыларының ұлты көрсетілмеген. ҚР ПМ мәлімдемесінен кейін «Армения азаматтары» термині қолданылды. 6 қаңтарда ел алдында сөйлеген Қарағанды облысының әкімі Ерлан Қошановтың сөз сөйлеуінде ғана эмоциялар байқалды [8]. Ал әлеуметтік желілерде күдіктілердің ұлты ашық жарияланып, ұлтаралық қақтығысқа теңестірілді. Толық және жан-жақты ақпараттың болмауына байланысты қақтығыс асқынды. Осыған байланысты Бас Прокуратура жалған ақпарат таратушыларды қылмыстық жауапкершілікке тарту туралы ескерту жариялады.

Осыдан шығатын қорытынды Қарағандыда болған оқиға туралы қазақстандық БАҚ-та ресми хабарламаларды жариялаумен шектелді. Зардап шеккендердің, қақтығысқа қатысушылардың, сарапшылардың пікірі берілген жоқ. Осылайша, дәстүрлі журналистика әлеуметтік желіден ұтылды.

Жаңа медиа кез келген оқиғаға «халықтың жеке пікірін» қалыптастырады. Соңғы бес жылда Солтүстік Африка мен Таяу Шығыста «араб көктемі» сияқты түсінбеушіліктердің өршуіне бұқаралық коммуникацияның әсері зор болған.

Бақылаусыз ақпарат тарату елдегі тұрақтылыққа қауіп төндіреді. Соңғы жылдары қоғамдық формацияға сыртқы және ішкі әсердің күшеюі қазақстандық билікке ақпарат нарығы мен БАҚ-қа қоғам алдында жауапкершілік жүктейтін жаңа нормаларды енгізуге мәжбүр етті. Қазақстан жаңа медиа арқылы түсетін ақпаратты шектеуді заңнамалық реттеуге күш-жігерін салды. Бұл жағдайда мемлекет әлеуметтік желіні БАҚ-пен теңестіретін даулы заң нормаларын қабылдауға ұрынды.

Интернет туралы қабылданған жаңа заң интернет-қоғамдастыққа ғана емес, масс-медиаға да жаңа шектеулер енгізді. Заңда барлық интернет-сайттар, блогтар, чат және форумдар бұқаралық ақпарат құралдарына теңестірілді. Сот шешіміне бағынбаған жағдайда сайт бұғатталады, ал оның иесі өзінің доменін және осындай тақырыптағы домендік атауларды үш айға дейін мерзімге пайдалану құқығынан айырылады. Заңды жауапкершілікке интернет-ресурстарда жарияланған материалдар ғана емес, оларға жазылған пікірлер де кіреді. Блогерлер, өз парақшаларында жарияланған ақпарат пен түсініктемелер үшін жауап береді. Ал чатта жазылған сөздерді модератор бақылап отыруы керек. Бір қызығы, сотқа тек қазақстандық интернет-ресурстарға ғана емес, сондай-ақ кез келген елдің ресурстарына да шағым жасауға болады.

Медиа қоғамға көзқарасты қалыптастыру кезінде әртүрлі PR-технологияларды, маркетингтік құралдарды пайдалануды игерді. Журналистикада ақпарат ұғымының сипаты өзгерді. Дәстүрлі журналистикадағы ақпараттың шынайылығы құндылық болып саналды. Бүгін бірінші орынға ақпараттың шынайылығы емес, эксклюзив шықты. Сондықтан фейк жаңалықтар дәуірі дүниеге келді. Бұл жағдайда аудиторияны тарту үшін сапасыз контентке басымдық беру Қазақстан журналистикасындағы дағдарыстың көрінісі болып табылады. Алайда, контентті пайдалану құрылымының өзгеруі жаңа әдістемелердің пайда болуына алып келді.

Ақпарат тарату технологиясындағы өзгерістер қоғамда, оның ішінде қазақстандық журналистикада жаһандық әлеуметтік процестердің пайда болуына алып келді. Журналистика — қоғамның өзгерістерге дайындығының айқын көрінісі. Бұл өзгерістер технологиялық ғана емес, әлеуметтік себептер бойынша да орын алады. Жаңа ақпараттық қоғамға көшу қоғамдағы әлеуметтік үдерістердің, жүйелердің және қатынастардың, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарының жаһандануының көрінісі болып табылады. Қазақстандық медиа жаңа сандық технологияларға оңай бейімделді дей алмаймыз. Дегенмен, цифрлану қазақстандық медиа үшін коммуникацияның жаңа инновациялық құралдарын жасады.

## Әдебиеттер тізімі

- 1 Медиарынок 2018: продажа Forbes, бум спортивного контента и победа мобильного трафика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2018-34710.html?fbclid=IwAR3r6V38e3oVKdnIvwRM4c\\_3W9LLcCdhF-YFoN\\_vbkWK6MPuCNfK-fxUPI](http://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2018-34710.html?fbclid=IwAR3r6V38e3oVKdnIvwRM4c_3W9LLcCdhF-YFoN_vbkWK6MPuCNfK-fxUPI)
- 2 Качкаева А.Г. Мультимедийная журналистика: учеб. для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 413 с.
- 3 Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Развитие информационного общества в России: монография: [В 4 т.]. — Т. 1. Теория и практика. — СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2001. — С. 157–164.
- 4 Баранова Е.А. Особенности развития газетных редакций в условиях медиаконвергенции: автореф. канд. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 – «Журналистика» / Е.А. Баранова. — М., 2011. — 30 с.
- 5 Мамбетова И.К. Актуальные проблемы прессы Казахстана, 1991–2016 гг.: автореф. канд. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 – «Журналистика» / И.К. Мамбетова. — М., 2016. — С. 105, 106.
- 6 Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің сайты [Электрондық ресурс]. — Қолжетімділік тәртібі: <http://qogam.gov.kz/>
- 7 Маклюэн М. Понимание Медиа: внешнее расширение человека / М. Маклюэн. — М.: Гиперборей, 2007. — С. 301.
- 8 Как СМИ освещали убийство и массовую драку в Караганде? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://newreporter.org/2019/01/11/kak-smi-osveshhali-ubijstvo-i-massovuyu-draku-v-karagande/>

Л.Т. Кожакметова, Б.Ж. Омаров

**Основные тенденции развития медиа в эпоху Digital-технологий**

В статье проанализировано использование новых цифровых технологий в казахской прессе, дана оценка цифровизации в журналистике на сегодняшний день. На трансформацию журналистики, по мнению авторов, существенно повлияла цифровизация, то есть технологический фактор. Появление нового канала коммуникации привело к изменениям и в функции журналистики. Технологическая новизна в массовой коммуникации оказала влияние на социальную функцию журналистики. Новые технологии стали механизмом, последовательно поднимавшим на новый уровень не только средства массовой информации, но и казахстанское общество. Однако влияние новых коммуникационных технологий не является односторонним. Конфликт новых и традиционных средств сформировал новый подход к ценностям журналистики. Влияние изменений в цифровую эпоху гораздо глубже, чем прежняя журналистика, основанная на материальных, вещевых перевозках. В отличие от предыдущих технологических революций происходит переход истины в виртуальный мир, интерактивность, что носит глобальный характер. На сегодняшний день сменились не только методы распространения информации, но и среда ее пользователей. Казахская журналистика, адаптированная к новым условиям, экспериментирует с любыми видами распространения информации.

*Ключевые слова:* СМИ, Интернет, пресса, онлайн, цифровые технологии, сайт.

L.T. Kozhakhmetova, B.Zh.Omarov

**The main trends of media development in the era of Digital-technologies**

The transformation of journalism is influenced by digitalization, that is, the technological factor and the emergence of the global Internet. The emergence of a new communication channel has led to changes in the function of journalism. Technological innovation in mass communication has also influenced the social function of journalism. New technologies have become a mechanism that has consistently raised not only the media, but also Kazakhstan's society to a new level. However, the impact of new communication technologies is not one-sided. The conflict of new and traditional means has shaped a new approach to the values of journalism. The impact of changes in the digital age is much deeper than the previous journalism, based on material, clothing transportation. Unlike previous technological revolutions, the transition of truth to the virtual world is interactive and global. To date, not only the methods of dissemination of information, but also the environment of its users have changed. Kazakhstan journalism, adapted to the new conditions, experiments any kind of information dissemination. The article analyzes the novelty of digital technologies, given in the Kazakh press, the assessment to date.

*Keywords:* Internet, mass media, Internet, press, online, digital technologies, website

## References

- 1 Mediarynok, 2018: prodazha Forbes, bum sportivnoho kontenta i pobeda mobilnoho trafika [Media market 2018: Forbes sales, sports content boom and mobile traffic win]. *sostav.ru*. Retrieved from [http://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2018-34710.html?fbclid=IwAR3r6V38e3oVKdnIvwRM4c-\\_3W9LLeCdhF-YFoN\\_vbkWK6MPuCNfK-fxUPI](http://www.sostav.ru/publication/mediarynok-2018-34710.html?fbclid=IwAR3r6V38e3oVKdnIvwRM4c-_3W9LLeCdhF-YFoN_vbkWK6MPuCNfK-fxUPI) [in Russian].
- 2 Kachkaeva, A.G. (2017). *Multimedinaia zhurnalistika [Multimedia journalism]*. Moscow: Izdatelskii dom Vysshei shkoly ekonomiki [in Russian].
- 3 Vartanova, E.L. (2001). K chemu vedet konverhentsiia SMI? [What is the convergence of the media?]. *Razvitie informatsionnoho v Rossii — Development of information society in Russia*. (Vols. 1–4; Vol. 1). Saint Petersburg: Izdatelstvo Sankt-Peterburhskoho universiteta [in Russian].
- 4 Baranova, E.A. (2011). Osobennosti razvitiia hazetnykh redaktsii v usloviakh mediakonverhentsii [Features of development of newspaper editions in the conditions of media convergence]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moscow [in Russian].
- 5 Mambetova, I.K. (2016). Aktualnye problemy pressy Kazakhstana, 1991–2016 hh. [Actual problems of the press of Kazakhstan, 1991–2016]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moscow [in Russian].
- 6 Kazakstan Respublikasy Akparat zhane kohamdyh damu ministrlihinin saity [Website of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan]. *qogam.gov.kz*. Retrieved from <http://qogam.gov.kz> [in Kazakh].
- 7 McLuhan, M. (2007). *Ponimanie Media: vneshnee rasshirenie cheloveka [Understanding Media: the external expansion]*. Moscow: Hyperboreia [in Russian].
- 8 Kak SMI osveshchali ubiistvo i massovuiu draku v Karahande? [How did the media cover the murder and mass brawl in Karaganda?]. *newreporter.org*. Retrieved from <https://newreporter.org/2019/01/11/kak-smi-osveshchali-ubiistvo-i-massovuyu-draku-v-karagande/> [in Russian].