



ХҒТАР 19.41.07

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-150-1-130-148>

Журналистика жанрлары мен пішіндерінің өзгеру үрдісі: мультимедиялық аспектілері

М.Б. Шиндалиева 

«Тұран» Университеті, Алматы, Қазақстан

(E-mail: m.shindaliyeva@turan-edu.kz)

Аңдатпа. Бұл мақалада қазіргі журналистика жанрлары мен пішіндерінің өзгеру үрдісі, мультимедиялық аспектісі қарастырылып, журналистикадағы дәстүрлі жанрлар мен пішіндердің цифрлық дәуірде қалай жаңарып, әртүрлі форматтарға бейімделгені талданады. Ақпараттық технологиялардың дамуы, әсіресе интернеттің кең таралуы, әлеуметтік медиа мен мобильді платформалардың әсері, жаңа жанрлар мен пішіндердің пайда болуына себеп болды. Жаңа медиа құралдары мен платформалардың журналистикадағы ықпалы, сондай-ақ мультимедиялық контенттің мәтін, бейнемазмұн, инфографика, подкаст және интерактивті элементтердің бірігуі ақпаратты қабылдаудағы өзгерістерді қалай тудырғаны зерттеледі. Мақалада жаңа жанрлардың құрылымы мен функциялары талданып, олардың ақпараттық кеңістіктегі орны мен қоғамдағы ықпалы зерттеледі. Журналистикадағы жаңа жанрлар мен олардың қолданылуы журналистік қызметтің тиімділігін арттырып, аудиторияның қажеттіліктеріне жауап беруге мүмкіндік беріп отырғаны туралы айтылады. Ақпараттың жылдам таралуы мен тұтынушылардың жаңашылдыққа деген сұранысы журналистика жанрларының өзгеруіне қалай әсер ететініне тоқталып, қазіргі журналистиканың болашақта қандай бағыттар бойынша дамитыны туралы ой-пікірлер мен болжамдар жасалады. Мақалада жаңа жанрлардың әлеуметтік функциясы мен аудиториямен қарым-қатынас жасаудың жаңа әдістері назардан тыс қалмайды. Журналистикадағы мультимедиялық элементтердің қолданылуы қоғамда ақпараттың жылдам әрі тиімді таралуына ықпал етіп, ақпарат тұтынушыларымен терең байланыс орнатуға көмектеседі. Мақала қазіргі заманғы журналистикадағы жаңа жанрлардың даму бағытын, олардың қоғаммен байланысын және медиа саласындағы болашағын қарастырады.

Түйін сөздер: журналистика, жанр, пішін, мультимедиа, функция, ақпарат, инфографика, подкаст, аудитория.

Кіріспе

Журналистика – қоғамның ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандырып, қоғамдық пікірді қалыптастыратын маңызды сала. Уақыт өте келе журналистиканың жанрлары мен пішіндері дамып, өзгеріп отырды. Әсіресе, соңғы бірнеше жылда цифрлық революция мен жаңа медиа құралдарының қарқынды дамуы журналистика жанрларының құрылымына түбегейлі өзгерістер алып келді. Бұл өзгерістер журналистиканың дәстүрлі пішіндерінен бастап, жаңа медиа жанрлары мен пішіндерінің қалыптасуына дейінгі кезеңдерді қамтиды.

Цифрлық ақпараттық технологиялардың кең таралуы, әлеуметтік желілер мен мобильді құрылғылардың пайда болуы журналистикаға жаңа тәсілдер мен әдістерді енгізді. Бұл өзгерістер ақпарат тарату мен тұтынудың динамикасын, аудиторияның ақпаратқа деген сұранысын өзгертіп, бұрын белгісіз болған жаңа жанрлар мен түрлердің дамуына жол ашты. Қазіргі уақытта журналистика тек мәтінмен шектелмей, мультимедиялық, интерактивті, визуалды және аудиовизуалды форматтарды қамтиды, бұл өз кезегінде ақпаратты жеткізу тәсілдерінің түрлерін арттырды.

Бұл ғылыми мақалада қазіргі журналистика жанрларының дамуы мен өзгеру үрдісі, сонымен қатар жаңа жанрлардың пайда болуы және олардың қоғамдағы рөлі қарастырылады. Сонымен қатар, жаңа технологиялардың журналистикаға ықпалы мен бұл өзгерістердің ақпарат тұтыну мәдениетіне қалай әсер еткені зерттеледі.

Журналистика жанрлары мен пішіндерінің дамуы қоғамның ақпараттық қажеттіліктеріне, технологиялық өзгерістерге және ақпаратты жеткізу әдістеріне тікелей байланысты. Журналистика тарихында жанрлар мен пішіндердің эволюциясы бірнеше кезеңдерден өтті, әрбір кезең өзіне тән жаңалықтар мен өзгерістерді әкелді. Бұл мақалада журналистика жанрларының уақыт өткен сайын қалай өзгергені, олардың дамуы мен қазіргі кездегі жаңаша сипаттары қарастырылады. Сандық технологиялардың журналистикадағы мультимедиялық жанрлардың дамуына әсерін [1], аудиторияның әртүрлі қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін сандық медиа жаңа жанрлар мен пішіндерді қалай жасайтынын [2], интернет пен жаңа медианың журналистикадағы жанрлар эволюциясына ықпалын [3] зерттеген ғалымдар баршылық. Біз бұл зерттеу мақаламызда өз теориялық тұжырымдарымызды бекіту үшін жоғарыдағы шетел ғалымдары еңбектеріне сүйене отырып қорытынды жасадық.

Журналистиканың алғашқы кезеңдерінде ақпарат тек қағаз бетінде жарияланып, газет-журналдар арқылы тарады. Сол уақыттағы негізгі жанрлар: хабар-ошар, мақала, репортаж, очерк, сұхбат т.б. болды. Бұл жанрлар дәстүрлі ақпараттық қызмет атқарып, қоғамдағы ең маңызды оқиғалар мен құбылыстарды хабарлауға бағытталды. Жаңалық – ақпараттың негізгі түрі, негізінен деректі баяндап, оқиғаның ең маңызды элементтерін қысқа әрі нақты жеткізуді мақсат етеді. Мақала – ақпаратты тереңірек талдау мен сараптауды қажет ететін жанр. Бұл жанрда белгілі бір мәселе туралы автордың жеке көзқарасы мен пікірлері қамтылады. Репортаж – оқиға орын алған жерден тікелей хабар жеткізетін жанр. Репортажда автор оқиғаның атмосферасын және қатысушылардың

эмоциясын бейнелеуге тырысады. Сұхбат – белгілі бір тұлғаның ойлары мен пікірлерін жинақтау арқылы қоғамға ақпарат ұсынуды көздейді.

Қоғамның ақпаратқа деген қажеттіліктері мен журналистиканың рөлі уақыт өте өзгеріп отырды. XIX ғасырдың соңында және XX ғасырдың басында бұқаралық ақпарат құралдары дамып, радио мен телевидение сияқты жаңа ақпараттық арналар пайда болды. Бұл кезеңде журналистика жаңа жанрлар мен пішіндерді қажет етті, себебі аудио және визуалды құралдар мәтінмен салыстырғанда басқа тәсілдер мен мүмкіндіктерді талап етті. Телевизиялық жаңалықтар радионың орнына теледидарды ақпараттық құрал ретінде пайдаланудың жаңа пішініретінде пайда болды. Бұл жаңалықтарды беру форматы тек мәтінмен шектелмей, бейнемазмұнды қамтиды. Телевизиялық репортаж – көрерменге оқиға орнынан тікелей әсерлі бейнемазмұн ұсыну арқылы журналистика жанрының жаңа түрі қалыптасты. Бұл жанр оқиғаны тек көрнекі түрде ғана емес, эмоциялық тұрғыда жеткізуге бағытталды.

XXI ғасырдың басында интернеттің дамуы журналистиканың барлық саласына әсер етті. Интернеттің әсерінен ақпаратты тарату тәсілдері біршама өзгерді. Газет-журналдар, радио, теледидардан бөлек, веб-сайттар мен әлеуметтік желілерде ақпарат таратылуы жиілеп, жаңа жанрлар пайда болды.

Онлайн жаңалықтар дәстүрлі газет-журналдардың қағаз форматынан интернетке көшуі жаңалықтар жанрын өзгертті. Онлайн жаңалықтар тез әрі нақты берілуі тиіс, себебі интернет қолданушылардың ақпаратты жылдам алуға деген сұранысын қанағаттандыру үшін редакторлар жаңа форматтарды қолданып, көпшіліктің назарын аударатын әдістерді ойластырды.

Блогтар мен жеке сайттар, блогерлер мен тәуелсіз журналистер ақпаратты өздерінің жеке веб-сайттарында немесе әлеуметтік желілерде жариялай бастады. Бұл жаңа жанр қоғамдық пікірді қалыптастыруға, халықтың назарын аударуға және пікірталас туғызуға мүмкіндік берді. Бұл жанр туралы терең зерттеу жүргізіп, кітап жазған ғалымдар: «Блог жазбалары, подкасттар және бейнеблогтар сияқты журналистиканың жаңа жанрларының пайда болуында әлеуметтік медиа мен блогерлердің рөлі зор» [4], - дейді.

Подкасттардың жаңалықтарды тарату және ақпарат беру тәсілін өзгертетін журналистиканың жаңа жанры ретіндегі дамуын толық зерделенген «Подкастинг және журналистиканың ауыспалы әлемі» [5] атты еңбек бар. Подкастингдыбыстық ақпаратты тарату арқылы жаңа жанр қалыптастырды. Подкастингте ақпаратты тыңдау арқылы алады және оны радио мен телевидениенің аралық жанры деуге болады.

Әдіснама

Зерттеудің негізгі мақсаты қазіргі журналистикадағы жанрлар мен пішіндердің өзгеру үрдісін анықтау және мультимедиялық аспектілердің рөлін талдау. Осы мақсатқа жету үшін мынадай міндеттер қойылады:

- Журналистика жанрларының тарихи эволюциясын зерттеу және қазіргі заманға тән ерекшеліктерін көрсету.
- Цифрлық дәуірде мультимедиялық форматтардың қалай дамып жатқанын зерттеу.
- Мультимедиялық элементтердің журналистика жанрларына ықпалын талдау.

– Қазіргі ақпараттық қоғамдағы жаңа медиа пішіндері мен жанрлардың аудиториямен өзара әрекеттесуін бағалау.

Зерттеу әдістері теориялық талдау, контент талдау, кейс стадиялар мен сауалнама алу әдістерімен жасалды. Мақалада теориялық зерттеу әдісі қолданылады, оның аясында журналистика жанрлары мен пішіндерінің тарихы, құрылымы және олардың өзгеру үрдістері қарастырылып, мультимедиялық журналистиканың теориялық негіздері, оның ерекшеліктері мен негізгі үрдістері талданады.

Контент-талдау әдісі мультимедиялық жанрлардың қолданыстағы үлгілерін анықтау үшін қолданылады. Мысалы, газет мақаласындағы, интернет-басылымдағы, әлеуметтік медиа платформадағы жаңалықтар мен бейнемазмұнның салыстырмалы түрде қалай өзгергені зерттеледі.

Нақты жағдайлар мен мысалдар (кейстер) арқылы мультимедиялық журналистиканың нақты үлгілерін талдай отырып, зерттеу жұмысы жанрлар мен пішіндердің нақты өзгерістерін түсіндіреді. Мысалы, блогерлік контент, бейнеблогтар, подкастинг сияқты жаңа жанрлар қарастырылды. Аудиторияның ақпараттық қажеттілігі мен жаңашыл жанрларға деген көзқарасын анықтау мақсатында сауалнама, сұхбат жүргізілді. Бұл талдау бөлімінде берілді. Бұл әдіс зерттеуге қатысты қоғамның қабылдауын, олардың мультимедиялық жанрларды қалай тұтынатынын нақтылауға көмектеседі.

Алғашқы кезеңде әдебиетке шолу жасалып, журналистика жанрларының эволюциясы, мультимедиялық журналистиканың қалыптасуымен дамуы қарастырылды. Зерттеу нәтижелерін жинақтау және оларды салыстыра отырып, журналистика жанрлары мен пішіндерінің өзгеру үрдісін нақты анықтадық.

Зерттеу қорытындысында мультимедиялық жанрлардың журналистикадағы рөлі туралы тұжырымдар жасалады. Сонымен қатар, қазіргі жаңа үрдістер мен болашақтағы дамудың мүмкін бағыттары бойынша ұсыныстар беріледі. Журналистика жанрларының өзгеруі мен мультимедиялық аспектілерінің ақпаратты қалай жеткізу әдістеріне ықпал еткені туралы ой-пікірлер қалыптастырылады. Бұл әдіснама арқылы зерттеу жұмысы журналистика жанрларының өзгеру үрдісі мен мультимедиялық аспектілердің маңыздылығын жан-жақты ашып көрсетеді.

Нәтижелер мен талқылау

Цифрлық технологиялардың дамуы мультимедиялық журналистиканың пайда болуына себеп болды. Қазіргі журналистика жанрлары тек мәтінмен ғана емес, бейнемазмұнмен, инфографикамен және интерактивті элементтермен толықтырылған.

Инфографика – ақпаратты қысқа, айқын әрі визуалды түрде жеткізу үшін кестелер мен диаграммаларды қолдану. Бұл пішіндегі жаңалықтар ақпаратты оқырманға тез әрі түсінікті етіп жеткізеді. Бейнерепортаж – тек мәтін мен суреттерді қолданбай, бейне форматында оқиғаларды баяндау. Бейнерепортаж әлеуметтік желілер мен жаңалық порталдарында жиі қолданылады. *Интерактивті мазмұн* – оқырман немесе көрермен ақпаратпен өзара әрекеттесетін жаңа пішіндер пайда болды. Бұл жаңалықтар мен мақалаларды тереңірек зерттеуге мүмкіндік беретін жаңаша құрал.

Қазіргі уақытта журналистика жанрлары мен пішіндері өзара байланысып, бірігіп кетуде. Мысалы, әлеуметтік желілердегі жаңалықтар мен посттар мәтін, сурет, бейнемазмұн мен кестені біріктіріп, жаңа жанрлардың пайда болуына алып келді. Бұл форматтар көбінесе қысқа және нақты, сонымен қатар оқырманға бірден әсер ететін болуы керек.

Журналистика жанрларының эволюциясы қоғам мен ақпараттық технологиялардың дамуымен тығыз байланысты. Әр жаңа кезең өзімен бірге журналистикаға жаңа жанрлар мен пішіндерді әкелді. Бұл жанрлардың өзгерісі тек ақпарат тарату тәсілдерін ғана емес, ақпарат тұтынушының мәдениеті мен қажеттіліктерін айқындайды. Журналистика жанрларының келешегі мультимедиялық форматтың кеңеюі мен жаңа технологиялардың ықпалымен одан әрі өзгеруі мүмкін. Қазіргі журналистика дәстүрлі жанрлармен ғана шектелмей, жаңа технологиялардың ықпалымен көптеген жаңа жанрларды қалыптастырды. Бұл жанрлар ақпаратты жылдам әрі тиімді таратуға мүмкіндік беріп, аудиторияның сұранысына жауап беруге бағытталған. Технологияның дамуы мен ақпараттық коммуникация құралдарының өзгеруі журналистикада түрлі жаңа жанрлардың пайда болуына себеп болды.

Цифрлық журналистиканың пайда болуы мен дамуы интернеттің және ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамуымен байланысты. Бұл дәстүрлі баспасөз мен телевидениені ауыстырған жоқ, керісінше, олардың қатарын толықтырды. Цифрлық журналистика газет-журнал мен телеарнаның цифрлық нұсқаларын ғана қамтымай, сонымен қатар интернет-платформаларда ақпаратты тез әрі ыңғайлы түрде ұсынатын жаңа тәсілдермен ерекшеленеді.

Цифрлық журналистиканың негізгі ерекшеліктері:

Интерактивтілік: оқырмандар мен көрермендердің контентпен өзара әрекеттесуі, мысалы, пікірлер қалдыру, дауыс беру, пікірталасқа қатысу мүмкіндігі.

Жылдамдық: жаңалықтарды бірден, кешіктірмей тарату. Мұнда әлеуметтік желілердің рөлі ерекше, өйткені олар ақпараттың жылдам таралуын қамтамасыз етеді.

Көпформаттылық: мәтін, фото, бейнемазмұн, инфографика және аудио элементтерін біріктіріп, толық ақпарат ұсыну.

Цифрлық журналистика негізінен мобильді құрылғылар мен онлайн платформаларды пайдалану арқылы ақпаратты кез келген жерде және кез келген уақытта тұтынуға жағдай жасайды. Мұндай динамика журналистиканың жаңалықтарды ұсыну тәсілін түбегейлі өзгертіп, ақпараттың ыңғайлы, әрі жылдам таралуына мүмкіндік туғызады. Интернет-журналистиканың өзіне тән жанрлық ерекшеліктері бар. Интернет-журналистика дәстүрлі баспасөз құралдары мен ақпараттық агенттіктердің цифрлық ортаға көшуінің нәтижесінде пайда болды. Интернет-журналистикаға тек ақпарат жариялау ғана емес, сонымен бірге аудиториямен өзара байланыс орнату, пікір алмасу, контентті бейімдеу және қолданушының белсенді қатысуын қамтамасыз ету кіреді.

Интернет-журналистиканың негізгі жанрлық ерекшеліктері:

SEO (Search Engine Optimization): интернет-журналистикадағы ақпараттың Google сияқты іздеу жүйелерінде жылдам табылуы үшін арнайы құрылымдар мен кілт сөздерді қолдану. Бұл оқырмандарға ақпаратты тез табуға көмектеседі.

Мультимедиялық мазмұн: мәтінмен бірге бейнемазмұн, инфографика, фотосуреттер мен анимациялар қосылып, ақпаратты толық әрі әсерлі түрде ұсыну.

Қолданушы контенті: блогтар мен әлеуметтік желілерде аудитория өз пікірлерін, ақпараттарын жариялайды, мұнда оқырман немесе тыңдарман ақпаратты тек тұтынушы емес, өндіруші рөлінде болуы мүмкін.

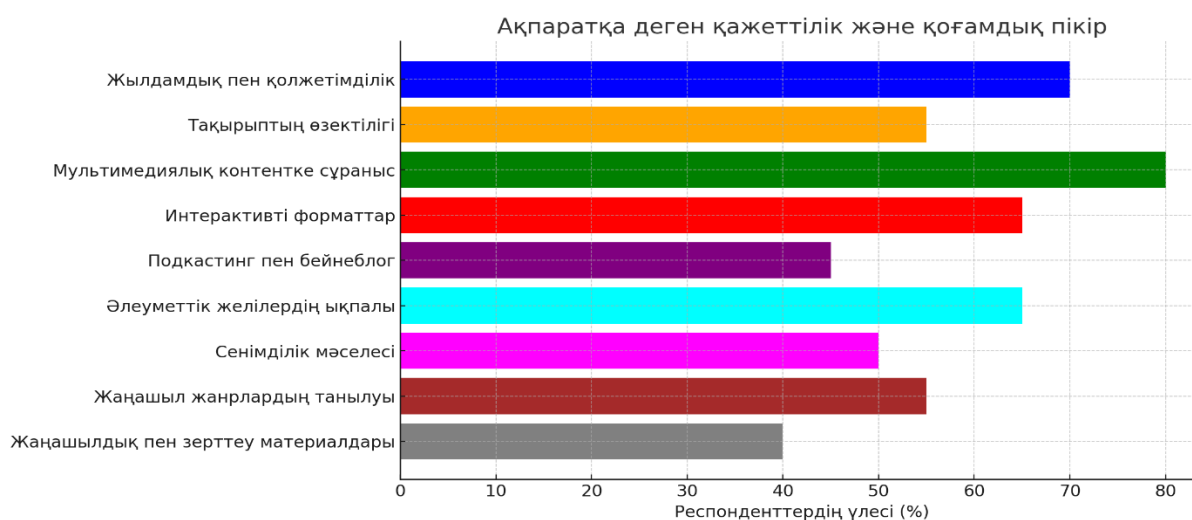
Интернет-журналистика ақпаратты тез әрі әртүрлі форматта таратуға, онлайн жаңалықтарды, репортаждарды және мақалаларды жариялауда маңызды рөл атқарады. Соңғы жылдары бейне-блогтар мен подкастингжанры пайда болды. Бейне-блогтар мен подкастингтің танымалдығы артты. Бұл жаңа жанрлар журналистиканың дәстүрлі форматтарынан ерекшеленеді, себебі олар ақпаратты мәтін арқылы емес, аудио және бейне форматында ұсынады. Бұл жанрлардың кең таралуы интернеттің дамуына, әсіресе YouTube, TikTok, Instagram сияқты платформалардың танымал болуына байланысты.

Бейне-блогтар жеке немесе топтық авторлар бейне форматында өз ойларын, тәжірибелерін, пікірлерін таратады. Бейне-блогтар жиі әлеуметтік желілерде жарияланып, аудиториямен тікелей байланыс орнатады. Олар ақпаратты жеке көзқарас тұрғысынан ұсынуға бағытталған және эмоциялық әсер қалдыруға тырысады. Қазақстандағы бейне-блогтар мен блогерлер қызметінің дамуы соңғы жылдары айтарлықтай артты. Бұл сала, әсіресе, жастар арасында өте танымал болып отыр. Олардың контенті әртүрлі тақырыптарға арналған: әлеуметтік мәселелер, саяси жағдай, мәдениет, білім, ойын-сауық, өмір салты және т.б. Мұндай блогерлер өз аудиториясына түрлі платформалар арқылы әсер етіп, олардың пікірін қалыптастырады. Елімізде көптеген танымал YouTube арналары бар, олар әртүрлі тақырыптарды қозғайды: білім беру, ойын-сауық, саяси пікірлер, тәуелсіз журналистика, және әлеуметтік мәселелер. Блогерлер әлеуметтік әділетсіздік, білім беру жүйесі, қоршаған орта мәселелері, гендерлік теңдік сияқты тақырыптарда жазып, өз ойларын білдіреді. Көптеген брендтер мен компаниялар өз өнімдерін немесе қызметтерін жарнамалау үшін блогерлермен серіктестік орнатады. Осы «инфлюенсер маркетинг» деп аталатын әдіс қазір өте танымал. Блогерлер өнімдер мен қызметтерді өз аудиториясына таныстырып, оны тиімді насихаттайды. Блогерлердің аудиториясы жастар арасында өсіп келе жатыр, ал инфлюенсер маркетингінің ықпалы артқан сайын бұл саладағы бәсекелестік те күшейіп отыр.

Подкастинг дыбыстық форматтағы контент, көбінесе ұзақ, терең талқылаулар мен сұхбаттарды қамтиды. Подкастинг тыңдармандарға ақпаратты кез келген уақытта тыңдауға ыңғайлы. Бұл жанр негізінен адамдардың жүріп бара жатып немесе жұмыс істеп жүргенде ақпарат алуына мүмкіндік туғызады. Бұл жаңа жанрлар журналистиканың дәстүрлі мәтіндік формаларынан бөлек, аудиториямен эмоциялық деңгейде байланыс орнатып, ақпаратты жан-жақты жеткізеді. Қазақ елінде подкастинг өте танымал бола бастаған соңғы жылдары әртүрлі салада қызмет ететін подкастерлер көбейіп, тыңдармандардың назарын аудара бастады. Қазақстандағы подкастерлердің танымалдылығы артқан сайын, бұл сала өзінің түрлі бағытын ұсына бастады: әлеуметтік, мәдени, саяси, ғылыми, әдеби және т.б. тақырыптардағы подкасттар кеңінен таралды. Соның ішінде Алмас Ахмедбек «Sunduk.kz подкастының жүргізушісі, бұл подкаст қазақ тіліндегі кәсіпкерлік, бизнес және даму тақырыптарын қамтиды. Аяжан

Құсайын«Ulysmidia» подкастын жүргізеді. Оның подкасттары әлеуметтік мәселелер мен адамдардың жеке тәжірибелерін қамтыса, Нұржан Өмірбаев танымал контент жасаушы, «Kazakhs.kz» подкастында қазақ халқының тарихы, мәдениеті мен дәстүрі туралы әңгіме жүргізеді. Саят Медеу жүргізетін «Qazaqstandyq» подкастында қоғамдағы маңызды мәселелер, елдің саяси және экономикалық жағдайы, қазіргі жастардың өмірі талқыланады. Айнұр Жақсылықова «Қазақша подкаст» жобасында жастар арасындағы түрлі әлеуметтік мәселелер, білім беру, даму, психология және мотивация тақырыптарын қамтиды. Нұрлан Өнербаев – «Алтын Орда» подкастының авторы. Бұл подкастта қазақ мәдениетіне, тарихына, өнеріне қатысты терең әңгімелер айтылады.

Аудиторияның ақпараттық қажеттіліктері мен жаңашыл жанрларға деген көзқарасын анықтау үшін 50 респонденттен сұхбат алынды, оның нәтижелері төмендегідей: Сауалнама немесе сұхбат жүргізу барысында алынған деректерге сүйене отырып, төмендегідей қорытындылар жасалды:



Қорытынды

Сауалнама нәтижелері қазіргі аудиторияның ақпаратқа деген сұранысы мен жаңашыл жанрларға деген оң көзқарасын көрсетеді. Мультимедиялық контент, интерактивті форматтар, әлеуметтік медиа жанрлары мен бейнеблогтар аудитория үшін тартымды болып табылады. Бұл журналистика саласында дәстүрлі жанрлар мен пішіндерге қосымша жаңа тәсілдер мен жанрларды енгізу қажеттілігін дәлелдейді.

Әлеуметтік медиа журналистикасоңғы жылдары журналистиканың маңызды құрамдас бөлігіне айналды. Әлеуметтік медиа саласын зерттеген шетел ғалымдары өз еңбектерінде оның ақпаратты ұсыну тәсілін қалай өзгерткенін және цифрлық журналистер үшін жаңа жанрлардың қалай пайда болатынын [6], әлеуметтік медианың дамуына байланысты журналистика жанрларындағы өзгерістерге ұшырайтынын жан-жақты [7] қарастырған еңбектерде кеңінен талданған. Бұл еңбектерде жанрлардың ерекшелігі – ақпаратты әлеуметтік желілер мен блогтар арқылы таратудың жаңа

әдістерін қолдану тәсілдері туралы мол ақпарат берілген. Мұнда жаңалықтар қысқа әрі нақты беріледі, ал контент түрлі форматта ұсынылады: мәтін, сурет, бейнемазмұн, стикерлер, сауалнама мен сұхбаттар.

Әлеуметтік медиа (Social media) журналистиканың негізгі ерекшеліктері: ақпарат қысқа, жарқын әрі назар аударарлық болуы тиіс. Ақпараттық хабарлар мен мақалалар бір парақшаға сыйып кететіндей форматта болады. Әлеуметтік желілерде ақпараттың визуалды түрде берілуі маңызды рөл атқарады. Бұл бейнелер, суреттер, инфографика, GIF форматтарындағы контентті қамтуы мүмкін. Интерактивтілік оқырмандардың пікірлер қалдыруы, дауыс беруі, тікелей эфирге қатысуы. Әлеуметтік желілерде ақпараттың таралуы көбінесе пайдаланушылардың белсенділігіне байланысты. Әлеуметтік желілерде ақпарат өте жылдам таралады, бұл ақпараттың сенімділігіне кейде күмән келтіруі мүмкін. Алайда әлеуметтік медиа жаңалықтарды тез әрі кең аудиторияға жеткізеді.

Сонымен, әлеуметтік медиа журналистикасы жаңа жанрлардың қалыптасуына түрткі болды. Олардың ішінде *Live-журналистика*, *Storytelling*, *Breaking News* жанрлары да кездеседі. Әлеуметтік желілерде жаңалықтарды, оқиғаларды жариялау өте белсенді және өзара әрекеттесуді талап етеді.

Қазіргі заманғы журналистика жаңа медиа құралдарын қолдану арқылы жанрлар мен пішіндерді өзгертіп, қоғамға ақпаратты әртүрлі тәсілдермен жеткізу мүмкіндігі кеңейді. Цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы, интернеттің әсері мен әлеуметтік медиа платформалары журналистиканың жанрлық кеңістігін өзгертуде үлкен рөл атқарды.

Журналистика жанрларының мультимедиялық аспектісінің өзіндік ерекшеліктері бар. Қазіргі журналистикада мультимедиялық форматтың қарқынды дамуы, жаңа ақпарат құралдардың, әсіресе интернеттің, және цифрлық технологиялардың әсерінен туындаған өзгеріс. Мультимедиялық контент, мәтін, сурет, бейне және аудионың бірігуі, бұл ақпараттың толық әрі әсерлі түрде ұсынылуын қамтамасыз етеді. Мұндай жаңалықтар мен мақалалар тек бір қырынан ғана емес, бірнеше аспектіден көрініс табады, әрі олар аудиторияның назарын аударады.

Қазіргі массмедиада мәтін, сурет, бейне және аудионың бірігуі заңды құбылыс ретінде қабылданады. Мультимедиялық журналистикада мәтін, сурет, бейнемазмұн және аудионы біріктіру арқылы ақпараттың әртүрлі форматтарда ұсынылуын қамтамасыз етеді. Бұл элементтердің бірігуі аудиторияның қызығушылығын оятып, ақпараттың әсерін арттырады.

Мәтін ақпараттың негізі болып қалды. Дәстүрлі журналистикада мәтін арқылы оқырманға жаңалықтар жеткізілді, бірақ қазіргі заманда ол басқа мультимедиялық элементтермен үйлесімді түрде жұмыс істейді. Мәтін ақпараттың негізгі мазмұнын сипаттап, ақпараттың нақты контекстін береді.

Сурет визуалды контент мәтінімен біріктіріледі. Сурет оқиғаға эмоционалды түсінік қосады, оқырманға ақпаратты көрнекі түрде түсіндіреді. Қазіргі журналистикада суреттер тек иллюстрация ретінде ғана емес, ақпараттың маңызды бөлігі ретінде қолданылады.

Бейне, бейнемазмұн ақпараттың жылдам әрі әсерлі түрде берілуін қамтамасыз етеді. Бейне арқылы оқиға орнының атмосферасын, адамдардың эмоциясын және іс-шараның

мәнін көрсету мүмкіндігі пайда болды. Бейнемазмұн ақпаратты тек тыңдап қана қоймай, көру арқылы қабылдауды қамтамасыз етеді.

Дыбыс – әсіресе подкастинг пен радио форматтарында кеңінен қолданылатын элемент. Дыбыстық контент тыңдарманға ақпаратты тиімді түрде жеткізіп, оқиғаға қатысты пікір білдіруге жол ашады. Бұл форматтың артықшылығы, жүріп бара жатып немесе басқа жұмыстарды орындап жүргенде тыңдай аласыз. Мультимедиялық контент аудиторияға жан-жақты әрі толық ақпарат ұсынуды қамтамасыз етеді. Бұл тәсіл ақпараттың қабылдануын жеңілдетеді, өйткені әртүрлі элементтер адамның түрлі сезім мүшелерін (көріп, тыңдай отырып) пайдалану арқылы қабылданады.

Журналистиканың визуалды элементтері мен инфографикасы ақпаратты сурет, диаграмма, инфографика, бейнемазмұн мен анимация арқылы жеткізу тәсілдері. Визуалды контент қазіргі журналистикада ерекше маңызға ие, себебі ақпаратты көрнекі түрде ұсыну оның қабылдануын айтарлықтай жеңілдетеді. Аудиторияның визуалды ақпаратқа деген қызығушылығы артқан сайын, журналистикада инфографика мен басқавизуалды әдістер жиі қолданылуда. Инфографика күрделі ақпаратты қысқа әрі түсінікті етіп жеткізетін визуалды құрал. Бұл кесте, диаграмма, картамен басқа да бейнемазмұнды пайдалану арқылы ұсынылады. Инфографика үлкен көлемдегі ақпаратты жеңіл әрі нақты жеткізудің тиімді әдісі болып табылады. Мысалы, экономикалық, саяси немесе әлеуметтік тақырыптар бойынша инфографика түрлі статистикалық деректерді визуалды түрде көрсетеді. «Атамекен» телеарнасы инфографикада түстер, диаграмма, кестемен суретті тиімді қолдана отырып, ақпаратты жедел әрі тиімді жеткізуді мақсат етеді. Бұл тәсіл ақпараттың есте қалуын жақсартады. Инфографика көрерменге маңызды мәліметті қысқа уақыт ішінде жеткізеді, бұл әсіресе жаңалықтар мен бағдарламаларда өте тиімді болып табылады. Қарапайым көрермендер үшін инфографика контенттің деңгейін арттырады, өйткені ол ақпаратты көрнекі ғана емес, сонымен қатар мазмұнды, толық әрі дәл жеткізеді. «Атамекен» телеарнасы экономика, қаржы, бизнес, және мемлекеттік саясат саласындағы тақырыптарды талқылағанда инфографиканы кеңінен пайдаланады. Бұл инфографика арқылы экономикадағы күрделі деректер мен трендтерді көрермендерге жеңіл әрі түсінікті түрде ұсынады. Инфографика бағдарламалар мен жаңалықтар барысында көрерменнің назарын аударып, маңызды ақпаратты айқын әрі қысқаша түрде жеткізу үшін қолданылады. Мысалы, экономикалық көрсеткіштер, бизнес секторындағы өзгерістер, статистикалық мәліметтер және бюджеттік процестер сияқты тақырыптар инфографика арқылы көрсетіледі. Бұл әсіресе бизнесмендер мен кәсіпкерлер үшін пайдалы, өйткені инфографика оларды нарықтық өзгерістерге немесе жаңа заңдар мен ережелерге тез бейімдеуге көмектеседі.

Визуалды контентте сурет пен бейнемазмұн ақпараттың әсерлілігін арттырады. Кез келген жаңалықтың немесе репортаждың визуалды түрде көрсетілуі оқырманның қызығушылығын оятып, оның эмоционалды реакциясын тудырады. Бейне, анимация мен сурет арқылы ақпаратты жеңіл әрі есте қаларлық түрде ұсынуға болады. Анимация да күрделі тақырыптарды қызықты әрі жеңіл түсінікті түрде ұсыну үшін қолданылатын құрал. Анимация мен графика нақты ақпаратты тез әрі айқын көрсетеді, оны аудиторияға түсіну оңай болады. Мысалы, саясаттағы өзгерістер немесе экономикалық

процесс туралы ақпаратты анимация арқылы түсіндіруге болады. Визуалды элементтер мен инфографика ақпаратты оқырмандарға тез әрі толық түсінуге көмектеседі, әсіресе қысқа уақыт ішінде көп ақпарат алуды талап ететін аудитория үшін өте тиімді болып табылады.

Мультимедиялық контент аудиторияға түрлі жолдармен әсер етеді. Оны тұтынушылар тек ақпаратты қабылдап қана қоймай, сонымен қатар өздерінің эмоциялық және интеллектуалдық деңгейінде жауап береді. Мультимедиялық контент те жан-жақты және әсерлі тәсіл, ол аудиторияның назарын аударып, ақпаратты есте сақтауға көмектеседі. Эмоциялық әсер бейнемазмұн мен суреттер аудиторияға эмоциялық әсер береді. Бейне немесе сурет арқылы көрермендер болған оқиғамен немесе жағдаймен эмоционалды тұрғыдан байланыс орнатады. Мысалы, жаңалықтар репортаждары, әсіресе апаттар немесе маңызды қоғамдық оқиғалар туралы хабарламалар, аудиторияда эмоциялық реакция тудырады. Мультимедиялық мазмұнның әсері ақпараттың есте сақталуын арттырады, бұл өз кезегінде оқырмандардың оның мазмұнын ұзақ уақыт есте сақтауға септігін тигізеді. Қызығушылықты арттыру мультимедиялық элементтер ақпаратты жеңіл әрі қызықты түрде ұсынуға көмектеседі. Визуалды және аудиовизуалды мазмұн аудиторияның назарын ұзағырақ сақтайды, бұл контенттің ықпалды болуына себеп болады. Көптеген адамдар жазбаша ақпаратты оқу үшін көп уақыт бөлмейді, бірақ бейнемазмұнды көріп отырып, олар ақпаратты тез әрі тиімді түрде қабылдайды. Қолданушының қатысуы – мультимедиялық журналистика аудиториямен өзара әрекеттесуді арттырады. Пікірлер, дауыс беру, бөлісу, пікірталастар және басқа да әлеуметтік әрекеттер аудиторияның қызығушылығын тудырып, контентке қатысуын белсенді етеді. Бұл өз кезегінде контенттің таралуына және оның әсерін арттыруға көмектеседі.

Журналистиканы зерттеушілер цифрлық ортадағы медиа индустрияның қызмет етуінің әртүрлі аспектілерін, массмедиадағы тенденцияларды, технологияларды, мультимедиялық форматтағы журналистер еңбегін зерттей келе, БАҚ саласы жанрларының трансформациялануының негізгі бағыттарына көп көңіл бөлінгені туралы зерттеу еңбектер [10] баршылық. Мультимедиялық мазмұнның аудиторияға әсері бұқараның ақпаратты тек оқып немесе тыңдаумен ғана шектелмей, көріп, сезініп, түсініп, өз пікірін білдіруге мүмкіндік беруінде жатыр. Бұл ақпараттың тиімділігі мен әсерін арттырып, аудиторияның назарын ұзағырақ ұстап тұрады.

Журналистика жанрларының мультимедиялық аспектілері бүгінгі күні ақпараттың сапасы мен әсерін арттыру үшін маңызды құралға айналды. Мәтін, сурет, бейнемазмұн және аудионың бірігуі аудиторияға көп қырлы ақпаратты жеткізеді. Визуалды элементтер мен инфографика, сондай-ақ мультимедиялық мазмұнның аудиторияға әсері журналистиканың тиімділігін арттырып, оны қабылдау процесін жеңілдетеді.

Қазіргі заманда журналистика жаңа технологиялар мен инновациялардың әсерімен қарқынды дамып, жаңаша бағыттар мен форматтарды қалыптастыруда. Цифрлық революция мен жасанды интеллекттің (AI) дамуы, үлкен деректердің (big data) қолданылуы және кеңейтілген шындық (AR) пен виртуалды шындық (VR) сияқты жаңа технологиялардың енгізілуі журналистиканың мазмұны мен құрылымын түбегейлі өзгертті. Жасанды

интеллект пен автоматизацияның журналистика жанрларынаықпалы зор. Жасанды интеллект (AI) пен автоматизация – журналистика саласында үлкен өзгерістерге себеп болып отыр. Қазіргі уақытта AI және автоматтандырылған жүйелер журналистикадағы көптеген процестерді оңтайландырады. Жасанды интеллекттің журналистикаға ықпалы келесі бағыттар бойынша байқалады:

- Мазмұнды автоматтандыру: Жасанды интеллектке негізделген құралдар жаңалықтарды автоматты түрде жазуға, репортаждар мен ақпараттарды деректермен толықтырады. Бұл журналистердің уақытын үнемдеуге және оларды терең талдау мен сараптама жасауға бастайды. Мысалы, қаржы немесе спорт саласындағы есептерді автоматты түрде жасайтын жүйелер бар. AI тілдік модельдер мен алгоритмдер арқылы мәтіндер құрастырады, әрі оларды деректерге негіздейді.

- Жаңалықтарды жеке беру: Жасанды интеллект алгоритмдері оқырманның таңдауына қарай жаңалықтарды жеке беруге бейімдейді. Жасанды интеллект оқырманның қызығушылығы мен оқылым тарихына негізделген мазмұн ұсынады (Бұл жерде оқырман желіден қандай жаңалыққа көп қызығушылық танытса, AI сондай жаңалықтарды іріктеп беріп отыратыны туралы айтылып отыр). Бұл пайдаланушының жеке қажеттілігін қанағаттандыру және оларды ақпаратпен қамтамасыз ету тәсілдерін жетілдіруде маңызды рөл атқарады.

- Қателіктерді анықтау: AI жүйелері мәтіндерді автоматты түрде тексеріп, стилистикалық, грамматикалық қателерді анықтай алады. Бұл журналистикадағы ақпараттың дәлдігі мен сапасын арттырады. Сонымен қатар, жасанды интеллект жалған ақпарат пен манипуляцияларды анықтауға көмектеседі, өйткені ол деректердің сәйкестігін тексереді.

- Виртуалды көмекшілер мен чат-боттар: Жасанды интеллект негізіндегі чат-боттар мен виртуалды көмекшілер оқырмандарға сұрақтарға жылдам жауап беруге және ақпаратты іздеуге көмектеседі. Олар журналистика саласындағы қызметтердің бір түрі ретінде ақпаратты пайдаланушыға тікелей және тиімді түрде жеткізеді.

Жасанды интеллект журналистиканың мазмұнын және ақпаратты беру, жеткізу үрдісін түбегейлі өзгертуі мүмкін. Бұл өз кезегінде жаңалықтардың жылдам жариялануына, аудиторияның сұранысын қанағаттандыруға, редакторлық жұмысты оңтайландыруға септігін тигізеді.

Үлкен деректер және олардың журналистикадағы қолданылуы (Big Data) – ақпарат жинаудың және өңдеудің жаңа тәсілдерін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады.

Деректер журналистикасы журналистикадағы жаңа бағыт ретінде пайда болды. Бұл бағыт деректерді жинап, талдап, оларды түсінікті әрі қызықты түрде ұсынуды мақсат етеді. Деректер журналистикасы сандық деректерді, статистиканы және диаграммаларды қолданып, оқиғалар мен мәселелерді тереңірек талдайды. Мысалы, экономикалық дағдарыс немесе сайлау нәтижелерінің талдауы деректерге негізделген мақалалар арқылы беріледі.

Деректер визуализациясы – ақпаратты инфографика, диаграммалар, карталар мен кестелер түрінде ұсыну. Бұл әдіс оқырманға күрделі деректерді жеңіл түсінуге көмектеседі. Визуализация арқылы оқырмандар ақпараттың мәнін жылдам қабылдай алады, өйткені көрнекілік мазмұнды қабылдау әлдеқайда жеңіл.

Журналистер мен зерттеушілер қоғамның пікірін зерттеу үшін әлеуметтік медиа мен интернеттегі посттарды сканерлей алады. Бұл журналистикада қоғамдық пікір мен трендтерді нақты уақыт режимінде бақылап, дұрыс шешімдер қабылдауға мүмкіндік жасайды.

Үлкен деректер ақпараттың қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін маңызды рөл атқарады. Киберқылмыс, жеке мәліметтердің бұзылуы және ақпараттық қауіпсіздік саласындағы оқиғаларды талдау үшін үлкен деректер пайдаланылуы мүмкін. Үлкен деректерді қолдану журналистикада ақпаратты жинау мен өңдеуді тиімді етуге мүмкіндік берді, әрі бұл деректердің терең және жан-жақты сараптамасын жасауға жол ашты.

Augmented Reality (AR) және Virtual Reality (VR) технологияларының журналистикадағы рөлі зор. Кеңейтілген шындық (AR) және виртуалды шындық (VR) технологиялары журналистикаға жаңа мүмкіндіктер мен форматтар әкелді. Бұл технологиялар дәстүрлі мәтін, сурет және бейнемазмұнды толықтыра отырып, аудиторияға ақпаратты ерекше тәсілмен ұсынады.

VR (виртуалды шындық) технологиясы арқылы оқырмандар немесе көрермендер оқиға орнында болғандай әсер алуы мүмкін. Виртуалды шындықтың көмегімен журналистер оқиғаларды үшөлшемді форматта көрсете алады, бұл аудиторияға оқиғаға тікелей қатысушы болу мүмкіндігін береді. Мысалы, соғыс жағдайы, табиғи апаттар немесе тарихи оқиғалар VR арқылы қайта жасалып, көрермендерге жаңа әрі әсерлі тәжірибе ұсынады. VR технологиясы журналистикада «immersive» (қатысу арқылы толықтай тәжірибе алу) тәжірибесін қалыптастырады.

Кеңейтілген шындық (AR): AR технологиясы виртуалды элементтерді нақты әлеммен біріктіреді. Бұл журналистикада нақты уақытта ақпарат көрсету үшін қолданылады. Мысалы, жаңалықтар ағындарын немесе статистикалық деректерді экранда көрсеткенде AR арқылы бұл ақпарат оқырманның немесе көрерменнің айналасындағы нақты кеңістікке енеді. Журналистер AR арқылы оқиғаны интерактивті түрде, яғни көрермендердің өзара әрекеттесуі арқылы ұсынуға мүмкіндік алады.

Интерактивті репортаждар: AR және VR технологияларын қолдану журналистерге оқиғаны, тақырыпты интерактивті түрде ұсынып, бұл технологиялар ақпаратты жай ғана көрнекі ету ғана емес, оны көрермендердің өздері байқап, сезініп, өз тәжірибелерімен байланыстырады. Мысалы, VR арқылы көрермендер саяхатқа шығып, белгілі бір орындарды өздері аралап көре алады, ал AR арқылы оқиғалар мен мәліметтер нақты әлемде көрсетілуі мүмкін.

AR және VR технологиялары журналистиканы жаңа деңгейге көтеріп, оқырмандар мен көрермендер үшін мазмұнды жаңа тәсілдермен ұсыну жолдарын ашады. Бұл технологиялар ақпаратты берудің дәстүрлі әдістерін толықтыра отырып, аудиторияның ақпаратты қабылдау тәжірибесін тереңдетеді.

Жаңа технологиялар мен инновациялар журналистика жанрларына айтарлықтай ықпал етіп, оны дәстүрлі форматтан айтарлықтай өзгертті. Жасанды интеллект, үлкен деректер, AR және VR технологиялары журналистикаға жаңа құралдар мен мүмкіндіктер беріп, ақпаратты алу және тарату әдістерін түбегейлі өзгертуде.

Журналистикадағы жаңа жанрлар мен пішіндердің қоғамдағы рөлі зор, оныңпайда болуы арқылы қарқынды өзгерістерге ұшырауда. Бұл өзгерістер ақпараттық кеңістікті толықтырып, қоғамдағы ақпаратты тұтыну тәсілдеріне түбегейлі әсер етуде. Жаңа

жанрлар мен пішіндердің дамуы журналистиканың тек құрылымын ғана емес, сондай-ақ оның әлеуметтік міндеттері мен этикалық мәселелерін қайта қарауға мәжбүр етті. Аудиторияның жаңашыл жанрларға деген сұранысы күннен күнге артуда. Жаңа технологиялар мен коммуникациялық құралдардың дамуы аудиторияның ақпаратқа деген сұранысын түбегейлі өзгертті. Қазіргі оқырмандар мен көрермендер тек дәстүрлі мәтіндер мен жаңалықтарды ғана емес, сонымен қатар көпфункционалды, интерактивті және көпформатты контентті де қалайды. Бұл жаңашыл жанрларға деген сұранысты қалыптастырады.

Интерактивтілік аудитория жаңалықтармен тек пассивті түрде танысуды қаламайды, олар контентпен белсенді түрде араласуды қалайды. Жаңа жанрлар, мысалы, әлеуметтік медиа посттары, тікелей эфирлер, сұрақ-жауап сессиялары аудиторияға ақпаратқа өз көзқарасын білдіруге, пікір қалдыруға немесе дауыс беруге, оқырмандар мен көрермендердің өз пікірлерін білдіруіне, әрі өздеріне маңызды ақпаратты жеке таңдау құқығын береді.

Мультимедиялық мазмұн бейне-блогтар, подкастинг және инфографика сияқты мультимедиялық формалар аудиторияның қызығушылығын арттырып, ақпаратты тиімді әрі әсерлі түрде жеткізеді. Бұл туралы «Мультимедиялық журналистика» атты оқулықта сандық технологиялар әлемінің қазіргі өмір сүруінің әртүрлі фрагменттері, мультимедиялық орта, мультимедиялық журналистиканың бүгіні мен болашағы туралы толымды тұжырымдар айтылған [11].

Жылдамдық және мобильділік қазіргі қоғамда адамдар ақпаратты жылдам әрі мобильді түрде алу үшін жаңа жанрлар мен пішіндерді іздейді. Смартфондар мен басқа да мобильді құрылғылар арқылы ақпаратқа қол жеткізу мүмкіндігі журналистика жанрларын өзгертуге ықпал етті. Көп адамдар тек баспасөзді емес, жаңалықтарды мобильді қосымшалар, әлеуметтік медиа және басқа да онлайн платформалар арқылы тұтынады.

Жеке қызығушылықтар мен персонализация жаңа жанрлар мен пішіндер аудиторияның жеке қызығушылықтарына жауап беру үшін бейімделеді. Әлеуметтік желілер мен арнайы платформалар арқылы оқырмандар өздеріне қажет ақпаратты таңдап, осы ақпаратты өз қалауынша тұтына алады.

Сандық технологиялардың журналистиканың классикалық түрлеріне әсері, оның ішінде мультимедиялық репортаж және интерактивті жаңа жанрлар мен пішіндердің пайда болуы қарастырылған [9] еңбектер аудиторияның жаңашыл жанрларға деген сұранысы журналистиканың дәстүрлі формаларын ғана емес, оны тұтыну тәсілдерін жан-жақты зерделеген. Қазіргі оқырмандар мен көрермендер белсенді, мобильді және интерактивті мазмұнды талап ететіні туралы қорытындылар да бар.

Журналистиканың жаңашыл жанрлары мен пішіндерінің дамуы әлеуметтік міндеттер мен этикалық мәселелерді қайта қарауды талап етеді. Жаңа технологиялар мен инновациялар журналистиканың жауапкершілігі мен қоғамдағы рөлін күшейтуге міндеттейді, ал ақпаратты таратудың жылдамдығы мен ықпалы осы мәселелерді өзектендіреді. Журналистика тек ақпарат таратушы ғана емес, қоғамның санасын қалыптастырушы маңызды күшке айналды. Жаңашыл жанрлар мен пішіндердің

қоғамдағы рөлі әлеуметтік мәселелерді қозғауда ерекше маңызға ие. Мысалы, деректер журналистикасы немесе инфографика қоғамдық мәселелердің мәнін тереңірек ашуға көмектеседі. Сонымен қатар, журналистиканың әлеуметтік міндеттері саяси, экономикалық және мәдени мәселелерді халыққа дұрыс әрі объективті түрде жеткізу болып табылады.

Журналистикадағы этикалық мәселелер жаңа форматтың пайда болуымен күрделене түседі. Мысалы, әлеуметтік медиа және блогтар арқылы ақпараттың жылдам таралуы кейде оның дұрыстығы мен объективтілігіне күмән келтіреді. Бұл туралы шетел зерттеушілері арнайы еңбектер жазып, онда жаңа медиадағы этика, жалған жаңалықтар және әлеуметтік медиа контекстіндегі жаңа журналистика, экспозиция және контент жасау жолдарын қарастырған [8]. Журналистер мен медиаконтент жасаушылар жалған ақпаратты тарату мен манипуляция жасау мәселелерімен жиі бетпе-бет келеді. Мұндай жағдайлар журналистиканың этикалық стандарттарын сақтау қажеттілігін арттырады.

Әлеуметтік желілер мен блогтар арқылы қоғам өз пікірін білдіріп, журналистер жазған материалдарды талқылауға мүмкіндік алады. Бұл журналистерге ақпараттың сапасы мен этикалық аспектілеріне жауапкершілікпен қарауды талап етеді.

Журналистиканың әлеуметтік, этикалық мәселелері әрқашан өзекті болып қала береді, ал жаңа жанрлар мен пішіндердің дамуында бұл аспектілердің маңызы зор. Журналистика тек ақпарат таратушы ғана емес, қоғамдық сана мен тәртіпті қалыптастыратын күш. Қазіргі массмедиадағы өзгерістер дәстүрлі медианың ықпалын азайтып, қоғамдық пікірді қалыптастыруда жаңа құралдардың пайда болуына себеп болды. Қазіргі қоғамда адамдар ақпаратты тек жылдам тұтынумен ғана шектелмей, оны әртүрлі көздерден алу мүмкіндігіне ие болды.

Ақпараттың көптігі мен жаңалықтардың жылдам таралуы ақпаратты тұтынудың фрагменттелуіне әкелді. Қоғамдық пікір көбінесе бір ізді, толыққанды ақпараттан гөрі қысқа әрі нақты хабарлар арқылы қалыптасады. Бұл тек сандық ақпараттың таралуын ғана емес, сонымен қатар сапалы ақпараттың қабылдану тәсілін өзгертуге себеп болды.

Ақпараттың фрагменттелуі мен әлеуметтік желілерде таралу жылдамдығы жалған ақпараттың тарап кетуіне жағдай жасайды. Бұл қоғамдық пікірді манипуляциялап, пікірталасты бұрмалайды. Сондықтан қазіргі журналистикадағы жаңа жанрлар мен пішіндердің бір міндеті – аудиторияны ақпараттың дұрыстығы мен сенімділігі туралы хабардар ету. Жаңа жанрлар мен пішіндер журналистиканың қоғамдағы рөлін айтарлықтай өзгерткені туралы зерттеуші Л.В. Савченко өз зерттеуінде: «Публицистикалық жанрлардың өзгеру тенденциясын, жанрлардың жіктелуі, типологиясы, түрлену заңдылығы сияқты процестердің мәні мен себептері бар» [12], - дейді. Яғни аудиторияның жаңашыл жанрларға деген сұранысы ақпаратты тұтынудың жаңа тәсілдерін қалыптастыруға себеп болды. Журналистика әлеуметтік міндеттерді атқарып, этикалық мәселелермен бетпе-бет келуі, қоғамдық пікір мен ақпаратты тұтынудың өзгеруі жаңа жанрлар мен технологиялардың журналистиканың барлық аспектілеріне әсерін тигізетінін көрсетеді.

Болашақта, ең алдымен, ақпараттың көрнекі әрі әсерлі түрде берілуі маңызды болады. Бұл бейне, инфографика, виртуалды шындық (VR) мен кеңейтілген шындық (AR) сияқты

заманауи технологиялардың дамуымен тығыз байланысты. Сонымен қатар, әлеуметтік желілердің ықпалы арқасында журналистика жанрларының бірегейлігі мен көрнекілігі арта түседі, өйткені пайдаланушылар ақпаратты тек пассивті түрде тұтынушы ғана емес, сонымен қатар оны өздері жасайтын, түзетін және өзгертетін субъектілерге айналады.

Ақпараттың жеке қажеттіліктер мен таңдауларға бейімделуі журналистика жанрларының болашағына ықпал етуде. Жекеленген контент, оқырман мен көрерменнің қызығушылығына сай ақпарат ұсыну журналистиканың жаңа жанрларының басты бағытына айналмақ. Алдағы уақытта автоматтандырылған жүйелер мен жасанды интеллект ақпаратты жедел әрі тиімді түрде өңдеуге, журналистерге ақпаратты кең ауқымда талдау мен сараптама жасауға жол ашады.

Мультимедиялық мазмұнның қоғамдағы ықпалы мен жаңашылдыққа деген сұраныс журналистиканың мазмұны мен құрылымын түрлендіруге, оны кең ауқымда қабылдауға мүкіндік жасайды. Бейне, инфографика, интерактивті контент және деректерге негізделген ақпарат қоғамда түсінікті әрі қызықты түрде жеткізіледі. Бұл өз кезегінде қоғамның ақпараттық тұтыну дағдысын жаңа деңгейге көтеріп, оқырман мен көрерменнің белсенділігін арттырады.

Қорытынды

Журналистика жанрлары мен пішіндерінің өзгеруі журналистика саласының тек құрылымын ғана емес, қоғамдағы рөлін өзгертуге әкелді. Ақпараттың жылдам таралуы, мультимедиялық мазмұнның көбеюі, сондай-ақ жаңа технологиялардың дамуы аудиторияның ақпаратты тұтыну әдістерін өзгертуге себеп болды. Жаңа жанрлар мен пішіндер тек ақпараттың таралуын ғана емес, оның қоғамға ықпал ету тәсілдерін жаңартты. Журналистиканың әлеуметтік міндеттері мен этикалық жауапкершілігі артты.

Мақалада қарастырылған негізгі қорытындылар:

1. Журналистика жанрлары мен пішіндері үнемі өзгеріп, дамуда. Жаңа технологиялардың әсері ақпаратты ұсыну тәсілдерін жаңартып, аудиторияның қажеттіліктеріне жауап беретін жаңа жанрлар қалыптасты.

2. Мультимедиялық және интерактивті жанрлар қоғамдағы ақпараттық кеңістікті кеңейтті, ақпаратты тұтыну тәсілдерін өзгертуге ықпал етті.

3. Жасанды интеллект пен автоматтандыру журналистикадағы ақпаратты өңдеу мен тарату жылдамдығын арттырып, контентті тиімді түрде ұйымдастыруға септігін тигізеді.

4. Сенімділік мен шынайылықты қамтамасыз ету үшін журналистикада этикалық нормалар мен кәсіби стандарттарды сақтау қажеттілігі туындайды.

Ұсыныстар:

– Журналистер мен медиакомпаниялар жаңа технологияны тиімді пайдаланып, мультимедиялық және интерактивті форматты дамытуы тиіс. Бұл контентті қызықты әрі тартымды етіп көрсетеді.

– Ақпараттың дұрыстығы мен сенімділігін сақтау үшін деректерді тексерудің автоматтандырылған жүйелерін енгізу қажет.

– Журналистика саласында жасанды интеллекттің тиімділігін арттыру үшін журналистерге арнайы біліктілік курстары мен білім беру бағдарламаларын енгізу керек деп ойлаймыз.

– Медианың этикалық жауапкершілігін қамтамасыз ету үшін кәсіби стандарттарды жаңартып, жалған ақпараттың таралуын болдырмау мақсатында ақпараттық мәдениетті арттырудың жолдарын ұсынған жөн.

Қазіргі уақытта журналистика жанрлары мен пішіндері әлемдегі ақпараттық кеңістіктің өзгеруімен тығыз байланысты даму үстінде және жаңа технологиялар мен сандық платформа қызметтерінің дамуы журналистикаға жаңаша көзқарас пен жұмыс тәсілдерін ұсынды. Ақпаратты жеткізудің дәстүрлі әдістері енді жаңа интерактивті, мультимедиялық және деректерге негізделген әдістермен толықтырылып, журналистиканың қоғамдағы рөлі өзгере түсті. Бұл өз кезегінде жаңа жанрлардың пайда болуына және олардың қоғамдық сананы қалыптастырудағы маңыздылығына әсер етті. Қорытындылай келе, журналистикадағы жаңа жанрлар мен технологиялардың дамуы оның болашағы үшін өте маңызды. Журналистика саласы жаңа жанрлар мен құралдарды тиімді пайдалану арқылы қоғамдағы өзінің маңызды рөлін сақтай отырып, ақпараттық кеңістікті жаңаша түрде ұйымдастыра алады.

Әдебиеттер тізімі

1. Vázquez-Herrero J. Multimedia Journalism and the New Trends in the Digital Era // Journal of Journalism Studies. – 2020. – №21(4). – P. 512-528.
2. Boczkowski P. J., Mitchelstein E. The News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge // Journal of Communication. – 2020. – № 63(4). – P. 593-609.
3. Fenton N., Vos T. P. New Media, New Journalism: The Changing Face of Journalism in the Digital Age. Routledge. – 2008.
4. Hermida A. Social Journalism: A Handbook for Freelancers, Bloggers, and Citizen Journalists. Wiley. – 2015.
5. Powers M., Vera M. Podcasting and the Changing World of Journalism // Journalism Studies. – 2017. – №18(2). – P. 253-266.
6. Perrin A. Social Media Usage: 2005-2015. Pew Research Center. – 2015.
7. Lowrey W. The Journalism of the Future: Changing Genres and Technologies // Journalism Studies. – 2018. – № 19(5). – P. 624-637.
8. Quinn S., Lamb S. Journalism Ethics at the Crossroads: Democracy, Fake News and Social Media // Media, Culture & Society. – 2013. – №35(6). – P. 704-719.
9. Deuze M. The Devolution of Journalism: How Digital Media Have Transformed News // Journalism. – 2008. – № 9(1). – P. 8-28.
10. Мультимедийная журналистика: сб. науч. трудов / под общ. ред. канд. филол. наук доцента В. П. Воробьева. – Минск: БГУ, 2018. – 352 с.
11. Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 413 с.

12. Савченко Л. В. Проблемы трансформации жанров и их идентификации в теории и практике журналистики // Universum: филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. – 2021. № 4 (50). [Электронный ресурс] URL: <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/5730> (дата обращения: 03.02.2025).

M.B. Shindaliyeva

«Turan» University, Almaty, Kazakhstan

Process change of genre and form of journalism and multimedia aspect

Abstract. The article examines changing trends and multimedia aspects of genres and forms of modern journalism, and also analyzes how traditional genres and forms of journalism are updated and adapted to different formats in the digital age. The development of information technologies, especially the widespread use of the Internet, the influence of social networks and mobile platforms have led to the emergence of new genres and forms. The impact of new media tools and platforms on journalism will be studied, as well as how the integration of multimedia content - text, video, infographics, podcasts, and interactive elements - has led to changes in the perception of information. The article analyzes the structure and functions of new genres, examines their place in the information space and their influence on society. New genres in journalism and their application increase the effectiveness of journalistic activity and allow responding to the needs of the audience. It examines how the rapid dissemination of information and consumer demand for innovations affect the change in genres of journalism, as well as analytical data and forecasts regarding the directions in which modern journalism will develop in the future. The article discusses the directions of development of new genres in modern journalism, their connection with society and their future in the media industry.

Keywords: journalism, genre, form, multimedia, function, information, infographic, podcast, audience.

М.Б. Шиндалиева

Университет «Туран», Алматы, Казахстан

Процесс трансформации жанров и форм журналистики: мультимедийный аспект

Аннотация. В статье рассматриваются меняющиеся тенденции и мультимедийные аспекты жанров и форм современной журналистики, а также анализируется, как традиционные жанры и формы журналистики обновляются и адаптируются к различным форматам в цифровую эпоху. Развитие информационных технологий, особенно повсеместное использование Интернета, влияние социальных сетей и мобильных платформ привели к появлению новых жанров и форм. Будет изучено влияние новых медиа-инструментов и платформ на журналистику, а также то, как интеграция мультимедийного контента - текста, видео, инфографики, подкастов и интерактивных элементов - привела к изменениям в восприятии информации. В статье анализируются структура и функции новых жанров, рассматривается их место в

информационном пространстве и влияние на общество. Новые жанры в журналистике и их применение повышают эффективность журналистской деятельности и позволяют реагировать на потребности аудитории. В нем рассматривается, как быстрое распространение информации и спрос потребителей на инновации влияют на изменение жанров журналистики, а также даются аналитические данные и прогнозы относительно направлений, в которых современная журналистика будет развиваться в будущем. В статье не игнорируются социальные функции новых жанров и новые методы коммуникации с аудиторией. Использование элементов мультимедиа в журналистике способствует быстрому и эффективному распространению информации в обществе и позволяет осуществлять глубокую коммуникацию с потребителями информации. В статье рассматриваются направления развития новых жанров в современной журналистике, их связь с обществом и их будущее в медиаиндустрии.

Ключевые слова: журналистика, жанр, форма, мультимедиа, функция, информация, инфографика, подкаст, аудитория.

Referenses

1. Vázquez-Herrero J. Multimedia Journalism and the New Trends in the Digital Era. *Journal of Journalism Studies*. 21(4). 512-528. (2020).
2. Boczkowski P. J., Mitchelstein E. The News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge. *Journal of Communication*. 63(4). 593-609. (2013).
3. Fenton N., Vos T. P. *New Media, New Journalism: The Changing Face of Journalism in the Digital Age*. (Routledge, 2008).
4. Hermida A. *Social Journalism: A Handbook for Freelancers, Bloggers, and Citizen Journalists*. (Wiley, 2015).
5. Powers M., Vera, M. Podcasting and the Changing World of Journalism. *Journalism Studies*. 18(2). 253-266. (2017).
6. Perrin A. *Social Media Usage: 2005-2015*. Pew Research Center. (2015).
7. Lowrey W. The Journalism of the Future: Changing Genres and Technologies. *Journalism Studies*. 19(5). 624-637. (2018).
8. Quinn S., Lamble S. Journalism Ethics at the Crossroads: Democracy, Fake News and Social Media. *Media, Culture & Society*. 35(6). 704-719. (2013).
9. Deuze M. The Devolution of Journalism: How Digital Media Have Transformed News. *Journalism*. 9(1). 8-28. (2008).
10. Mul'timedijnaja zhurnalistika: sbornik nauchnyh trudov / pod obshhej redakciej kandidata filologicheskikh nauk docenta V. P. Vorob'eva [Multimedia journalism: collection of scientific works / edited by Cand. of Philological Sciences, Associate Professor V. P. Vorobyov]. (Minsk, 2018. 352 p.)
11. Mul'timedijnaja zhurnalistika [Tekst]: uchebnik dlja vuzov / pod obshh. red. A. G. Kachkaevoj, S. A. Shomovoj; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki» [Multimedia journalism [Text]: textbook for universities / edited by general editors A. G. Kachkaeva, S. A. Shomova; National Research University "Higher School of Economics"]. (M, 2020. 413 p.)
12. Savchenko L. V. Problemy transformacii zhanrov i ih identifikacii v teorii i praktike zhurnalistiki // *Universum: filologija i iskusstvovedenie: jelektron. nauchn. zhurn.* [Problems of transformation of

genres and their identification in the theory and practice of journalism // Universum: philology and art criticism: electronic. scientific journal]. 2021. No. 4 (50). Available at: <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/5730> (accessed: 03.02.2025).

Авторлар туралы мәліметтер

Шиндалиева М.Б. – ф.ғ.д., профессор, Алматы «Тұран» университеті, Алматы, Қазақстан. Тел.: +77052861464. (E-mail: m.shindaliyeva@turan-edu.kz)

Shindaliyeva M.B. – doctor of philology, professor, University «Turan», Almaty, Kazakhstan. Tel.: +77052861464. (E-mail: m.shindaliyeva@turan-edu.kz)

Шиндалиева М.Б. – д.ф.н., профессор, Алматы Университет Туран». Алматы, Казахстан. Тел.: +77052861464. (E-mail: m.shindaliyeva@turan-edu.kz)



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).