

ММК МЕНЕН СОЦИАЛДЫК ТАРМАКТАРДЫН БАЙЛАНЫШЫ

Взаимодействие СМИ и социальных сетей The interaction of the media and social networks.

Аннотация: Бул макала ММК менен социалдык тармактардын байланышына арналып, мында автор Интернеттин жана социалдык тармактардын ММКга тийгизген таасирин карап чыккан.

Ошондой эле макалада социалдык тармактарды ЖМКдагы “маалыматты жайгаштыруунун, таркатуунун жана окурмандардын катышуусундагы платформа” катары көрсөтүп берген.

Аннотация: Статья посвящается системе взаимодействия СМИ и социальных сетей. Автор рассматривает влияние интернета, социальных сетей на СМИ, описывает новые способы взаимодействия СМИ и социальных сетей, как «площадки размещения информации», «площадки быстрого распространения информации», «площадки присутствия пользователя (читателей)».

Abstract: The article is devoted to the system of interaction between the media and social networks. The author considers the influence of the Internet, social networks on the media, describes new ways of interacting with the media and social networks, such as “a platform for posting information”, “a platform for quickly disseminating information”, and “a platform for the presence of the user (readers)”.

Урунттуу сөздөр: Журналистика, ММК, медиа, Интернет, Интернет журналистика, социалдык тармак, facebook, инстаграмм, telegram, твиттер.

Ключевые слова: журналистика, СМИ, медиа, Интернет, интернет журналистика, социальная сеть, facebook, инстаграмм, telegram, твиттер.

Key words: journalism, media, media, Internet, Internet journalism, social network, facebook, instagram, telegram, twitter.

Бүгүнкү күндө бүткүл дүйнөлүк желе же торчо деп аталган интернеттеги социалдык түйүндөрдүн салттуу журналистикага тийгизген таасири жогорулап жаткандыктан, бул тармакты аныктап, өз ара кызматташтыгын анализдөө дагы абдан маанилүү. Массалык маалымат каражаттарынын интернет - социалдык тармактардагы ордун ачып көрсөтүү жана салттуу басылманын көчүрмөсү болгон интернет баракчасы о.э. алардын социалдык түйүндөр менен болгон байланышуусу тууралуу түшүнүк берүү теманын иликтенүүчү аспектинин эң негизгилеринен болуп эсептелинет.

Ал эми социалдык түйүндөр болсо, бул социалдык карым-катнашты түзүүгө, чагылдырууга жана уюштурууга арналган платформа, онлайн-кызмат же веб-баракча. Бул социалдык тармактын мүнөздүү болгон өзгөчөлүктөрү болуп төмөнкүлөр эсептелинет:

-
-
- Жеке профилдерди түзүү (жалпыга көрүнгүдөй же жарым-жартылай көрүнгүдөй), мында өзү жөнүндөгү реалдуу жеке маалыматтарды (окуган жана иштеген жери, хоббиси, жашоодогу принциптери жана башка) жазуу ар дайым талап кылынат.
 - Маалыматтар менен алмашуу үчүн мүмкүнчүлүктөрдүн толук спектрин түзөт (сүрөттөрдү, видеожазууларды, тексттерди жайгаштыруу (блог же микроблог режиминде), тематикалык топторду уюштуруу, жеке каттар менен алмашуу жана башка ушундай сыяктуу)
 - Коомчулук менен интерактивдүү кызматташууга жол ачылат (комментарий жазуу аркылуу жооп алуу),
 - Өзү менен мурдатан байланышта болгон башка колдонуучулардын тизмесин сактоого жана берүүгө мүмкүнчүлүк түзүлөт (мисалы, достошуулар, тууганын көрсөтүү, кызматтык байланыштар жана башка).

Демек, азыркы гезит-журналдардын интернет баракчаларын басма иши менен салыштыруу, о.э. электрондук маалымат каражаттарын талдоо менен иш аракеттерине сереп салуу академиялык журналистиканын маанилүү багыттары десек туура болот. Учурдагы салттуу журналистиканын интернет журналистика жана анын ичинен социалдык түйүндөр менен болгон байланышы о.э. байланышты күчтөндүрүүдө канчалык деңгээлде кызмат көрсөтүп жатканы жана алардын өз ара алакаларынын өзөгүн камсыздандырууда интернет жана жаңы медианын ролу канчалык маанилүү экендиги баарыбызга маалым.

Анткени, ХХ кылымдын аяк ченинде жаралган интернеттин, байланыш куралы катары бүткүл дүйнөнү курчап турган торчолору, жашообуздун ар бир чөйрөсүнө аралашып жайылгандыгы жана өнүккөндүгү чындык. Бөтөнчө, маалымат алуу, жайылтуу, тез байланыш куруудагы түзүлгөн мүмкүнчүлүктөр жана жеңилдиктер, бул өзгөчө социалдык түйүндөрдүн таралышына түрткү болгон жаңы технологиянын кабарчылык тармагынын бөлүнбөс бир бөлүгү болуп калышына өбөлгө түздү.

Азыркы учурдагы гезит, журнал жана телевидение сыяктуу маалымат каражаттарынын кымбат каржыларына муктаж болбостон, башка кабарчылык тармактарына караганда аз чыгаша менен ары басма сөздүн, ары визуалдык медианын милдеттерин аткарган касиетке ээ интернет журналистикасы жана алардын социалдык түйүндөрдөгү баракчалары, бүгүнкү күндөгү ММКнын арасынан таасирдүү фактор катары орун алды. Ошол эле басма сөз, ошол эле телевидение өз жетишкендиктери менен милдеттерин аткарып жатып, бул жаңы байланыш технологиясына көңүл бура албай коюшкан эмес, тескерисинче интернеттеги социалдык түйүндөр менен иштешүүгө да бел байлап киришишкен. Акыркы беш алты жылда дүйнөдө болуп жаткан интернет журналистикасындагы өнүгүү жана социалдык тармактар менен иштешүү о.э. интернет колдонуу жагынан Орто Азияда алдыңкы орунда турган Кыргызстанга да өз таасирин тийгизүүдө [15, 28-50 б.]. Уламдан - улам жаңы технологиялык каражаттар пайда болгон сайын интернет жаңы өнүгүүлөрүн, кыймылдуу кадр, текст жана сүрөт сыяктуу материалдарды бири-бири менен таасирдүү түрдө айкалыштыра алды. Ушундай өзгөчөлүгү менен интернет, радиону, телевидениени, гезит-журналдарды, катты, кыска маалымат берүү мүмкүнчүлүктөрүн, телефону, ал түгүл мобилдик телефон сыяктуу ж.б.у. бардык байланыш түрлөрүн жана куралдарын өзүнө камтыды. Айрыкча интернеттеги социалдык түйүндөр өз мүмкүнчүлүктөрүнөн улам, жеке эле массалык маалымат каражаттарынан чыккан кабарлардын жайылышына шарт түзгөн курал катары чектелип калбастан, ошол эле учурда маалыматты кайра жараткан жаңы таризде оперативдүү публикага тартуулаган куралга айланды. Натыйжада социалдык тармактар кабар сунуучу жаңы бир каражат болду.

Жаңы жана альтернативдик медиа катары интернеттин жана социалдык түйүндөрдүн эң чоң касиети, эркин маалымат алуу үчүн жаңы мүмкүнчүлүктөрдү ачты. Интернет чөйрөсүндө социалдык тармактан эле түрдүү маалыматка учурунда ээ болуп, каалаган маалыматтарды кыска мөөнөттүн ичинде көптөгөн окурмандарга жөнөтүүгө шарт түзүлүүдө. Өзгөчө интернеттеги

соиалдык түйүндөрдө окурман менен болгон өз ара таасир да чоң. Анткени, интернеттеги социалдык тармактардын колдонуучусу окуган кабары жөнүндө өзүнүн пикирин, көз караштарын жаза алат жана талдоо дагы жасай алат. Бири-бири менен болгон байланыштын учурунда жана таасирдүү болушу, материалдар жана кабарлардын убагында жаңыланып турушу интернет кабарчылыгынын башка маалымат каражаттарынан айырмачылыгын билдирет десек туура болот [17, 79 б.].

Коммуникация технологияларындагы өнүгүүлөр ар күнү жаңы бир ылдамдыкка эгедер болуп уланууда. Тарыхка назар салсак, радио-телевидениенин жашообузга келиши менен гезит-журналдар жоюлбаган өңдүү эле, жаңы байланыш технологияларынын салттуу маалымат каражаттарын жок кылып жиберет дегенден алыспыз. Анткен менен жаңы байланыш технологияларынын салттуу медиага, өзгөчө гезиттерге терс таасирин тийгизип жаткандыгын, балким келечекте мындай жагдайдын күчтөнүшүн унутта калтыра албайбыз.

Интернет башка маалымат каражаттарына караганда, өз ара байланышы бекем болгондугу менен өзгөчөлөнөт. Ошондуктан биз аны «интерактивдик медиа» - деп дагы атап келебиз [30, 267 б.].

Интернеттеги социалдык тармактардын ММКга сунуштаган мүмкүнчүлүктөрү башкача айтканда, ага карата жазылган бардык артыкчылыктары учурдагы кабар термининин мазмунун өзгөртүп, ал эле эмес окурман же көрүүчүнүн түшүнүктөрүнө да жаңылык киргизүүдө. Эң оболу интернет маалымат агенттиктер жана интернеттеги социалдык түйүндөр, кабарды телевидение сымал ылдам, гезиттер сыяктуу мазмундуу кылып берет. Интернеттеги соц.тармактар маселен фейсбук, инстаграмм, телеграмм, твиттер ж.б. ютуб каналдар сыяктуу каражаттар, окуяларды гезиттерге караганда ар тараптуу, телевидениеге караганда ылдам чагылдыргандыгы баарыбызга айкын. [23, 198-200 б.].

Интернет журналистикасынын деги эле интернеттин келечеги: «Диджитал эквипмент корпорейшн» компаниясынын президенти Фен Олсон 1977-жылы: «Ар бир адамдын үйүндө өзүнүн компютеринин болуусуна эч кандай деле себеп жок» деп айтканы бар. Бирок да бул жагдай бат эле өзгөрүп кетти. Бүгүн айрымдары дагы деле интернеттин биздин коомдо эч кандай деле мааниси жок деген ойдо жүрүшөт. Ырас, алар терең жаңылып жатышат. Билл Гейтс айткандай: «Интернет – бул технологиянын кыймылдаткыч күчү»,- деп баса белгилегендей, келечекте интернет салттуу басылмаларды жок кыла албайт, алардын жаңыланып кайрадан жаңы форматта (мисалы, интернет маалымат агенттиктер же соц. тармактар) аркылуу иштеп чыгышына таасир этип, интернет жашообуздун маанилүү бир бөлүгүнө айланат. Азыркыдагыдай ылдамдык менен кете турган болсок, алдыңкы жылдарда кыргыз коомчулугунун көп тургуну 85-90% га жакыны ар күнү, тамак жеп, жумуш жасап, кийинип-ичинген сыяктуу эле интернетти да колдонуп калышат деп ишенем. Телевидение жана үналгылар албетте компютерге толугу менен алмашып кетпейт. Бирок сыналгы, үналгылардын өзү акыркы технологиялардын өнүгүүсүнө баш ийип, кубаттуулугун арттырып бир

компютердик деңгээлде болот. Жаңы экономикалык шарттарга, жалпы ааламдашкан системага ылайык түрдө өз эфирлерин, ички мазмундарын коомго берүүгө аракет кылышат [28, 56-59 б.].

Ал эми интернеттеги социалдык түйүндөрдүн алдыдагы илгерилөөсүнө саресеп салсак, бул тармактагы адистер тарабынан ар кандай пикирлер айтылууда. Албетте, бул интернет түшүнүгүн бизден мурда кабылдашкан батыш өлкөлөрүндөгү интернет журналистикасынын өнүгүү тенденциясынан келип чыгууда. Акырындап биздин коом дагы мына ушундай жагдайларга да туш келээри шексиз. Азырынча беш-сегиз жылга чамалуу тарыхы бар Кыргызстандагы интернет журналистикасы, жалпы коом көнгөн салттуу басма сөз түшүнүгүнө жаңы терминдерди, түшүнүктөрдү, көз караштарды алып келип, анын өнүгүшүнө аз да болсо өз салымын кошуп жаткан чагы. Себеби интернет журналистикасынын пайда болушу менен, анын

структуралык табиятынан улам, жеке эле ММКлардан таратылган кабарлардын жайылыша мүмкүнчүлүк түзгөн курал катары саналбастан, тескерисинче ал маалыматтарды кайра жараткан, жаңы формада окурмандарга сунган эбегейсиз бир зор күчкө ээ жаңы технология болуп чыга келди.

Интернетте агенттиктер менен бирге социалдык тармактарда дагы жаңы окурмандардын тобу түзүлдү. Интернеттин интерактивдик мүнөзүнүн таасири менен окурман өз пикирин түз эле эч кандай тоскоолдуксуз жеткире алат. Макалалар, кабарлар тууралуу өз талдоосун жазып, эркин түрдө талкуулай алат. Ушундан улам сайтка жана социалдык түйүндөргө канча коноктор киргендигин аныкташ оңой болуп калды. Ар күнү кабар окуу үчүн кайсы бир сайтка же социалдык тармактагы баракчаларына кирген учурубубуз, биздин көз карашыбызды сурап, добуш берүүбүздү өтүнгөн бөлүкчөлөрдү кездештирип калабыз. Биз аны маанилүү санап же санабай жооп берип койгонубуз менен коомдук пикирди түзүүдө биздин добушубуз чоң ролду ойноп калышы толук мүмкүн. Анткени ал жерде биздин оюбуз суралып жатат. Биз каалайбызбы, каалабайбызбы ошол басылманын, медиа мекеменин бир бөлүгүнө айланып калып жатабыз. Демек, мурунку окурмандар берилген макалаларды, кабарларды окуп гана тим калган болсо, азыркы окурмандар жигердүү түрдө өздөрүн бетме-бет байланыш куруп жаткандай сезип, ошол окуянын андан аркы өнүгүшүнө катыша алуусуна мүмкүнчүлүк түзүлдү.

Мындан тышкары окурман үчүн да өз пикирлерин да калтырууга толук мүмкүнчүлүктөр жаралды. Айрыкча, жазган кабарлары тууралуу өз убагында интерактивдик жол менен окурмандардын да пикирине убагында жооп жазууга дагы шарттар түзүлүүдө. Анткени окурмандар тарабынан келген сынга карата өздөрүнүн кемчиликтерин толукташып, өздөрүн-өздөрү талкалтышууда.

Жыйынтыктап айтканда, бул классикалык ММКлар менен алардын интернет баракчаларда колдонуудагы кемчиликтери дагы жок эмес. А негизи эле, салттуу басмалар акырындап маалымат каражатынын ушул технологиясына өтөт же өтүшү зарыл деп, биз мактап жаткан интернет журналистикасынын, медианын бир түрү катары эч бир мүчүлүшү жокпу?,- деген суроо окурмандардын оюнда жаралышы мүмкүн.

Демек, ушул жерден интернет журналистикасынын башка орчундуу кемчиликтерин эске алышыбыз керек. Биз жашап жаткан жаңы «Маалыматтык кылымда» жалпы эле коомчулукту ойлондура турган тенденция – бул маалыматтын ашыкча коромжуга учурашы. Демек, интернеттеги маалыматтын иргелбей жарыяланышы, же маалыматтын көптүгү, окурмандарга да кандайдыр бир таасирин тийгизиши мүмкүн деп дагы айтылууда.

Пайдаланылган адабияттар:

- Аманкулова Н., «Основные тенденции развития журналистики Кыргызстана». Б. 2006
Амзин А. "Новостная интернет-журналистика" М. 2004
Асанкулова С.С. «Основы редакционно-издательского маркетинга», «Электронные СМИ». Б. 2003.
Бостонова П.З. «Основы сетевой журналистики», Б. 2003
Быков И.А. “Интернет-журналистика: специфика и перспективы развития” М. 2002.
Горный Е. «Зачем журналисту интернет?» М. 2010.
«Интернетте сөз эркиндиги», MICA (Media Insight Central Asia), CIMERA, Кыргызстан. Б. Декабрь-2004
Усупова А., «Интернет журналистикасы жана Кыргызстанда Интернет журналистикасынын абалы» Б. 2007.

Рецензент: Акматова В.С. - филология илимдеринин доктору, Ж.Баласагын атындагы КУУнун профессору.