

МЕДИА ЖӘНЕ ЖУРНАЛИСТИКА. ТЕОРИЯ МЕН ТӘЖІРИБЕГЕ ЖАҢА КӨЗҚАРАС

БАҚ тарихы



Юлий Цезарь шамамен б.з.д. 59 жылы «Күнделікті оқиғалар» деп аталған алғашқы жазбаша жаңалықтар түрін ұсынған екен. Аса күрделі етіп жазылған жаңалықтардың қолжазба парағы үкіметтік дау-жанжалдар, әскери науқандар, сынақтар, дарға асулар, шайқастар мен өрттер туралы баяндайтын болған. Басылым аса қомақты қаржыға шығарылып, провинция губернаторы мен жеке жазылушыларға жөнелтілген. Одан кейін, VIII ғасырда Қытайда қолжазба парақтар түрінде пайда болған газеттер саудагерлер мен ықпалды азаматтарды күнделікті оқиғалардан хабардар етіп отырыпты. Жаңалықтар парағының осы түріне ұқсас алғашқы газет прототипі Еуропада XV ғасырдың ортасында, неміс зергері Йоханнес Гуттенбергтің ауыстырмалы және жылжымалы әріптері бар баспа машинасын ойлап тапқан кезінде пайда болған. Гуттенбергтің бұл өнертабысы Еуропадағы баспа ісіне түбегейлі ықпалын тигізді.

Әріп басудың жылжымалы түрі Шығыс Азияда X ғасырдан-ақ белгілі болғанмен, ол жүйе Азия аумағынан тыс жерлерде Гуттенбергке дейін жасала қоймағаны анық. Иә, Еуропада баспа саудасы болғанымен, ағаш блоктар технологиясы күрделі әрі көп еңбекті қажет ететін іс еді. Гуттенберг өнертабысы жылдамдық пен тиімділік тұрғысынан маңызды қадам саналып, бүтін бір полиграфия өнеркәсібіне айналып кетті. Ол Рейн алқабының бұрандалы шарап сыққыштарында қолданылатын технологиядан бастау алған еді. Оның бұрандалы сыққышы қағазға немесе пергаментке суретті біркелкі етіп өткізетін. Бұл өнертабыстың ең маңызды бөлігі – символдардың қажетті көлемін принтерге жылдам бағыттап отыруында болды. Гуттенберг баспа әдісі XX ғасырға дейін стандарт болып келді. Алайда баспа құнының тым қымбат болуы, сондай-ақ, орта ғасырларда (монахтар мен саудагерлерді қоспағанда) Еуропа халқының басым көпшілігінің сауатсыз болуы арзан әрі бұқаралық газеттердің дами түсуіне біраз кедергі болды.

1400 жылдардың соңына қарай Германияда ауқатты әрі сауатты ақсүйектердің көңілін көтеру мақсатында ақпараттық кітапшалар шыға бастады, ол кітапшаларда бүгінгі біз жаңалық ретінде қабылдайтын алғашқы мәнмәтіндер жазылды. Әрбір кітапшаға табиғат апаттары, жаға ұстар қылмыстар, дау-жанжалдар сияқты елең еткізер жаңалықтарды енгізуге тырысқан. Сондай ең әйгілі памфлеттердің бірінде Трансильваниядағы Дракула есіміне қатысты немістерге көрсетілген қатыгездік турасында хабарлайды.

Ағылшын тілді әлемдегі ең көне газеттердің ізашары «corantos» – коранто болған, бұл жария етуге тұрарлық оқиғалар орын алған сәтте ғана шығарылатын ақпараттық шағын кітапшалар. Ағылшындық алғашқы типография 1477 жылы құрылған соң, Лондон көп ұзамай Еуропадағы ең маңызды баспасөз орталығына айналады. Болашақта шығатын газеттерге қарағанда, жаңалықтар кітапшалары әр уақытта басылатын және тек белгілі бір оқиғалар туралы ғана баяндайтын. Дегенмен жаңалықтардың ақпарат ретіндегі коммерциялық құндылығы алғаш рет Венецияда мойындалған еді. XVI ғасырдың ортасында венециялық саудагерлер соңғы жаңалықтарды жұрт алдында оқып бергені үшін бір газетта, яғни кішкентай тиын түріндегі ақы алып, осы арқылы жаңалықты сатудың жалпы үлгісін қалыптастырады.

Біртіндеп саудагерлер жаңалықтар таралымының көшірме нұсқасын да сата бастайды. 1556 жылы венециялық үкімет бір газетталық ақпараттар жинағы мен апталық жаңалықтар таралымына тапсырыс береді. Содан бері «газетта», яғни «газет» термині қалыпты сөзге айналып кеткен. XVII ғасырдың алғашқы жартысында мерзімді парақшалар мен кітапшаларды толықтыра түскен тұрақты газеттер пайда болады. Ол уақытта жаңалықтардың алғашқы мерзімді басылымдары да пайда бола бастаған, себебі, баспагерлер жаңалықтар кітапшалары тек тұрақты түрде шығып тұрса ғана табысты болатынын түсініп үлгерген еді.

Гуттенберг станогының, артынша газеттердің пайда болуының нәтижесінде, жұмысшылар табының сауаты арта түседі. Басылымдар енді тек байлар үшін ғана шығарылмайтын болады. Баспа материалдарының бағасы арзандап, қарапайым бұқараға қолжетімді бола түсті. Гуттенберг станогы ағылшын, француз, италия және неміс тілдерін үйренушілер санын арттырды, яғни баспасөздің пайда болуы тікелей сол тілдердің өзі мен оларды үйренуге деген құлшынысты арттырды.

Англияның өзінде 1665 жылы «London Gazette» – «Лондон газеті» пайда болды. Көптеген зерттеушілер бұл газетті алғашқы ағылшындық газет ретінде қарастырады, өйткені оның бетінде басты жаңалықтар басылып әрі тұрақты түрде шығып тұрған еді. Сол уақыттағы ресми рұқсат берілген жалғыз газет саналған «Лондон газеті» негізінен Еуропаның, кейде Америка мен Азия жаңалықтарын басатын, дегенмен, ішкі мәселелерді тым сирек қамтитын.



Өйткені ол уақыттары баспасөз қатаң цензура бақылауында болды. Ағылшындық үкімет газет күшін жылдам мойындады. Сондықтан ақпараттың таралуын өз билігіне төнген қауіп ретінде қарастырды. «Лондон газетін» басып шығарушы түрмеге түсіп қалудан қорқып, ішкі жаңалықтардан ештеңе жарияламайды, оның орнына, өзге елдердің әскери қателіктері мен корольдік дау-жанжалдар туралы хабарлап отырды.

1642 жылы Англиядағы король мен парламент арасындағы азаматтық соғыс елдегі ішкі жаңалықтарға деген бұрын-соңды болмаған үлкен сұранысты арттырып жібереді: жұртшылық ұлттық істердің ағымдағы жайы туралы ақпарат алуға ұмтылады. Оның үстіне, саяси күреске қатысушылар өз саяси істерін алға жылжытуда баспасөздің айрықша күшке ие екенін түсініп үлгерген еді, сөйтіп баспасөз үгіт-насихаттың қуатты құралына айналады. Белгілі бір саяси бағыттарды қолдаған атышулы саяси жарияланымдар ерлікке толы шайқастар жайлы немесе қарсыластар істеген жауыздықтар туралы сенсациялық хикаяларға негізделді. Олардың өздеріне бүйрегі бұрып тұратын аудиториясы да дайын болғандықтан, газет тиражы да күрт көбейеді.

Англиядағы азаматтық соғыс аяқталған уақытта Оливер Кромвель (Англия төңкерісінің жетекшісі) саяси жаңалықтар таралымына шек қоюға ұмтылды. I Карлдың басын алар алдында Кромвель барлық парақшалардың көзін жоймақ болғанмен, талпынысы сәтсіз аяқталады, сөйтіп бас тақырыптардың бәрі корольдің қалай басы шабылғандығын қайғылы түрде жария етеді. Алайда монархия қайта қалпына келтірілген соң баспасөз де қайта бақылауға алынады, мемлекеттік цензура саяси жаңалықтар санын күрт азайтып жібереді. Бірақ бұл әдіс жүзеге аса қоймайды. Өйткені қоғам еркін баспасөздің дәміне үйреніп қалғандықтан, газеттер табысы мол кәсіпорын ретінде нығая түсуге мүмкіндік алған еді.

XVII ғасырдың соңында адам өлтіру мен дарға асу жаңалықтардың танымал тақырыбына айналады. Одан бері де айрықша ештеңе өзгере қоймаған сияқты. Сондай-ақ, «Басына қос мүйіз өсіп шыққан әпенді әрі көрікті кемпір туралы қысқаша әңгіме» сияқты тақырыптар қойып, әлдебір сиқыршы әйелдер туралы жазғанды ұнататындар көп еді. Кейінірек 1702 жылы алғаш рет тұрақты түрде «Апталық куранттар» атты апталық газет пайда болды. Артынша, біршама уақыттан соң журналистер де пайда бола бастайды. Газеттер тілшілерді көбінесе оқырмандар назарын аудартуға және тиражды арттыруға мүмкіндік беретін оқиғаларды іздеп, хабарлап отыратын жаңалық жинаушылар ретінде пайдаланды. Журналист сөзі көпшілік басылымдарға арналған күнделікті оқиғалар туралы кімнің жазғанын айқындай түсу үшін 1693 жылы қолданысқа енгізілді.

Дэниел Дефо – әлемдегі тұңғыш журналист, ол өз шолуын алғаш рет 1704 жылы жариялаған еді. Алғашқыда жан-жақты журналистер онша бағаланған жоқ. Қазіргі кезде де оларға деген айрықша назарды байқай бермейміз. Оларды желаяқтар деп атайтын. Расымен де солай еді. Олар сот ғимаратынан немесе жақын арада ғана әлдебіреуді дарға асқан алаңнан жүгіре шыққан бойда мақала жазуға асығатын. Қылмыскердің өз кінәсін қалай мойнына алғанын тәптіштеп жазатын олар шындығында, көрген-білгеніне ойдан оқиғалар қосып, баллада тәрізді жаза беретін.

Ағылшындық азамат, радикалды журналист, газет қожайыны, парламент мүшесі Джон Уилкстің батыл әрекеттерінің арқасында еркін баспасөз ұғымы мәңгі орнығып қалды. Айтпақшы, осы тұста айта кетейін, осы дәрістерге негіз етіп алынған «Медиа және Журналистика» кітабының авторлары Уилкс пен қазіргі заман журналисі – «крест жорығы» үлгісіндегі журналистиканың әлі де өміршең екенін көрсете білген Джуллиан Ассанжды салыстырады. Ассанж өзінің құпия материалдары мен үкімет құжаттарын жариялай отырып, Уилкс дәстүрін жалғастырады. Сонымен, еркін баспасөзге оралсақ. 1771 жылы Уилкс лондондық бірнеше баспагер қолдауымен парламенттік пікірталастар мен баяндамалар туралы есеп беруге тыйым салатын заңға қарсылық білдіреді. Оған дейін парламенттік талқылаулар құпия ұсталатын еді, өйткені билік ондай ақпараттарды азаматтарға хабарлауға болмайтын стратегиялық жасырын дүние деп сендіретін. Егер ондай жарияланымдарға жол берілсе, ел ішінде тәртіпсіздік орнап, тіпті көтеріліс шығып кетеді делінетін. Ондай ақпараттарды жариялау құқығына қарсылық таныту әрекеттері арқылы Уилкс (Ассанж сияқты) құдіретті элитаның ашуын туғызып, (тағы да Ассанж сияқты) түрмеге жабылады.



Уилкс «North Briton» – «Солтүстік британдық» газетінің негізін қалап, оны парламент мүшесі ретінде III Георг корольді сынау үшін пайдаланды, Уилкс сондай-ақ, король қолдау білдіретін премьер-министр, Бьют графты біліксіз адам деп санады. Шығып жатқанына бір жыл болған газетке үкімет пен монархты сынаған мақаласы жарияланған соң, Уилкс заңсыз жала жапты деп айыпталып, лондондық Тауэр түрмесіне қамалады. Дегенмен ықпалды достарының қолдап-қорғауының арқасында кінәсіз деп танылады.

Уилкс үкімет пен тақ туралы өткір мақалаларын жазуды жалғастыра береді. Бірде үкіметті жақтаушылардың бірі оны жекпе-жекке шақырады. Айта кетерлігі, ол жақтаушы айқасқа шығар алдында бірнеше ай бойы қару ату сабағына қатысқан екен. Сонымен, оқ Уилкстің ішіне тигенімен, өзі аман қалады. Бірақ содан кейін ол Францияға қашуға мәжбүр болады. Өзі жоқ кезде оны сыртынан парламент мүшелігінен шығарып жібереді. Ал Уилкс Англияға қайтып оралғанда оны тағы да тұтқындап, түрмеге қамайды. Бұған қатты наразы болған Уилкстың лондондық жақтастары оның бас бостандығынан айрылғанына қарсылық танытып, түрме маңына жиналады. Наразылық білдірушілер саны 15 000-нан астам адамға жеткенде, ұрандатып, Уилксті бостандыққа шығаруды талап етеді, сол сәтте әскерилер жиналғандарға оқ жаудырып, жеті адамды ажал құштырады. Осы қарсылық шеруі Қасиетті Георгия алаңындағы қырғын деген атпен тарихта қалады. Қайғылы оқиға орын алғанына қарамастан, Уилкстің есімі бүкіл қалаға танымал болып, ол қала басқармасына мүшелікке сайланады. Содан соң ол тағы тұтқындалып, тағы босатылады, кейіннен қайта түрмеге отырады. Дегенмен Уилкс жергілікті үкімет ісіне өз ықпалын жалғастырып, баспасөз еркіндігі науқанына белсене қатысады. Өз газетінде парламенттік пікірталастар туралы хабарлай отырып, парламентте не болып жатқанын көпшілік білмейтін болса, парламент мүшесінің халық өкілі бола алмайтынын айтып, үкіметке үндеу тастайды. Үкімет оның және өзге де баспагерлердің іс-әрекеті парламент дәрежесіне қол сұғу болып табылады деп мәлімдеп, наразылық білдіреді. Сөйтіп оны тағы тұтқындамақ болады. Бірақ қоғам үнсіздік танытпай, Уилксті қорғау үшін көшеге шығады. Үкімет Қасиетті Георгия алаңындағы қырғынды ескере отырып, парламенттік пікірталас есептері туралы жарияланымның алдын алудан бас тартады. Уилкс жеңіске жетеді. Баспасөз еркіндігі дәл сол күндері дүниеге келген еді.

Сот және парламент репортерлері бүгінде біз білетін мамандық иелері саналатын журналистердің алғашқы буыны еді. Олар сот отырыстары кезінде барлық айтылғандарды жазып алатын болған. Ауызша айтылғандарды арнайы белгілермен жылдам белгілеп, стенографиялаған. Жазудың бұл түрі «Shorthand» деп аталады – яғни, қысқартылған сөздердің көмегімен жылдам қолжазба теру жүйесі. Қысқартылған жүйені ежелгі Грекия, Мысыр, Шумер және Рим жазушылары өз әміршілері мен діни көшбасшыларының маңызды үндеулері мен үгіт-насихаттарын жазып алу үшін қолданған.

Бірақ бұл жүйе жаңа өнертабыс емес, әрине. Қайта өркендеу дәуірінде стенографияның көптеген түрлі жүйесі қалыптасқан еді. Кеңінен танымал болған алғашқы стенография әліпбиі 1602 жылы Лондонда жарияланды. Ал одан кейінгі жүз жылдан соң, 1707 жылы Томас Герни қысқартудың жаңа жүйесін ойлап шығарады, оны кейіннен Чарльз Диккенс парламент және сот репортері болған кезінде қолданған.

Журналистердің сот және парламент залдарынан стенография жасауы олардың сол уақыттағы басты ақпараттық брокерлер атануына мүмкіндік береді. Біріншіден, ол жеке оқырмандарға сот және парламент істеріне өздері қатысқандай әсер беретін тікелей трансляция жүргізуге ұқсайтын. Екіншіден, парламенттік есеп берулер пішіні қысқаша түйіндемеден тәптіштей жазылған ұзақ мәтіндермен алмасады. Осының бәрі ондай жаңалық мәтіндері мен журналистердің өзіне де үлкен бедел әкелген еді.

XIX ғасырдың ортасына қарай халық саны едәуір артып, танымал баспасөздерді дайын аудиториямен қамти түседі. Оның үстіне газет индустриясының ұлғаюына ықпал еткен кейбір техникалық алға жылжулар да орын алады. Теміржолдар желісінің көбеюі газеттердің бүкіл әлем бойынша таралуына айрықша ықпал етті. Біртіндеп аптасына 100 000 тиражбен шығатын ұлттық газеттер де пайда болады. Мақала жазуда «телеграф» немесе төңкерілген пирамида қағидасы қолданылды, яғни байланыс үзіліп кеткен жағдайда маңызды ақпаратты жоғалтып алмас үшін, телеграф арқылы алдымен тек ең басты – «кім, не, қайда, қашан, неге және қалай» деген сұрақтарға жауап беретін жаңалықтар хабарланып отырды. Жаңалықтар жазудың



мұндай – төңкерілген пирамида үлгісі оқиғаның негізгі бөлігінің маңызды деректерін жеткізетін. Ол жүз жылдан астам уақыт бойы басты үлгі болып қалды. Алайда соңғы кездері, Интернет, жаңа медиа және жеңіл жаңалықтар тарату пайда болғалы бері жаңалықтар тарату ережесі де өзгеріп кетті. Қалайша дейсіз ғой? Ол туралы келесі дәрістерімізде айтатын боламыз.

Әзірше XIX ғасырдағы газет өнеркәсібіне оралайық. Сол кездері әлем америкалық өнертапқыш Ричард Хоудың – жазу ісін әлденеше есе жылдамдата түскен ротациялы жазу станогымен танысады. Станокқа қағаз парақтап емес, оралған бума ретінде салынып тұрды, бұл сағатына 12 мыңға дейін баспа-таңба түсіруге мүмкіндік берді. Ал 1844 жылы телеграфтың пайда болуы газет мазмұнын өзгертіп жіберді, өйткені репортаждарды телеграф арқылы бірнеше минут ішінде редакцияға жіберуге болатын. Біртіндеп газет сату жүйесі жолға қойылды. Газеттер жеке дүкендер мен газет дүңгіршектерінде сатыла бастады.

XX ғасырдың басындағы таблоидтық газет түрін лорд Нортклифф Альфред Хармсуорт шығарған делінеді. Бірақ біз сахнаға Нортклифф шыққанға дейінгі біршама уақыт бұрын, XIX ғасырдың бірінші жартысында дау-жанжалдар, қылмыстар мен спорттық хабарлар газеттердің негізгі тақырыбы болғанын білеміз. Дегенмен Нортклифф газет макетін қайта қарап, иллюстрациялар енгізіп, елең еткізер тақырыптар қою арқылы жаңалықтарды қызықтырақ ете түсті. Ол сондай-ақ, жұмысшылар табы үшін жаңалығы бар хабарларды түсінікті ете түсу үшін жаңалық жазу үлгісін де оңайландырды. Табысқа қол жеткізген Нортклифф бүкіл бір бетін баннер түріндегі бас тақырыптар алып жататын сегізбеттік газет – «Дейли Майлзды» шығарады. Бұл газет сонымен қатар, әйелдер бөлімі бар алғашқы газет болды. Нортклифф кейін «Daily Mirror»-дың негізін қалайды, содан соң Times-ты сатып алып, заманауи газетке айналдырады. Нортклифф жарияланатын материалдарына сол кездің селебритис өмірі мен дау-жанжалдарын пайдалана отырып, баспасөздің дәстүрлі ақпараттық рөлін ығыстырып шығарды, осылайша баспасөзге айтарлықтай ықпалын тигізді. Дегенмен ол әлі күнге дейін британдық баспасөз тарихындағы ең табысты баспагерлердің бірі саналады.

Жалпы, алғашқы медиа-барондардың, Нортклифф, Ротермир, сондай-ақ, Ридель, Бивербрук және Дальзиэль сияқты лордтардың пайда болуы, яғни 1890–1920 жылдар аралағындағы кезең Англиядағы газеттердің «алтын ғасыры» деп есептеледі. Сондай құдіретті газет лордтары үкіметтің баспасөзге деген қарым-қатынасын қалыптастырып, Бірінші және Екінші дүниежүзілік соғыстарда қабылданған негізгі шешімдерге де ықпал етті. Олар өздерінің америкалық әріптестерімен (Уильям Рэндольф Херстпен және Джозеф Пулитцермен) қатар алып баспа империяларын құрды.

1880 жылдардағы технологиялар мерзімді басылымдардағы литографиялық иллюстрациялар түріндегі алғашқы фотосуреттердің пайда болуына түрткі болды. Фотосуретті жариялау барысында оны жартылай күңгірт етіп қолдану бейнені өрнек түрінде емес, өз қалпында басуға мүмкіндік берді. Дегенмен, әрине, баспасөздегі ауыз толтырып айтарлық табыс – XX ғасыр соңында пайда болған сандық камера болды. Бұл технология бүгінгі күнге дейін сыртқы түрін немесе газет пішімін өзгерте қоймағанмен, фотографиялық амал-тәсілдерде жаңа этикалық дилеммалар жасай алды. Ал 1920 жылдары медиа-сахнаға радиохабарлар шыққан кезде, газеттер қоғамға негізгі ақпарат жеткізуші рөлін қайта қарастыруға мәжбүр болды. Бүгінгі күнгі Интернет пен жаңа медиатехнологиялардың пайда болуы сияқты, радионың дамуы – жаңалықтар көзінің арзан баламасына айналды. Радио өз кезегінде газет индустриясын басып озады деген қауіп тудырды. Мұндай жаңа ақпарат көзіне жауап ретінде редакторлар өз газетін тартымды ете түсу үшін газет пішімі мен мазмұнын жаңартуға кірісті. Басылған материалдардың сюжеті ұзақтау, суреттермен толықтырылған, әлдеқайда мазмұндылау бола түсті.

Алайда Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін телевидение пайда болғанда, газеттер қайта құрыла бастады. 1940–1990 жылдар аралығындағы кезеңде Америкадағы газет айналымы азайып кетті. Бірақ сондай күрт құлдырауға қарамастан, барлық жерден табыла кететін телевидение газет оқылымын азайта алмады. Керісінше XX ғасыр соңындағы баспа технологиясы саласындағы жетістіктер газеттерге сандық баспа түрі мен сапасы жоғары суреттер енгізуге мүмкіндік берді. Lifestyle, саяхат, қаржы, білім беру, шоу-бизнес және кітаптарға шолу тақырыптары бойынша көңіл көтеру контенті пайда болды. Дегенмен полиграфиялық өнеркәсіптегі ең үлкен төңкеріс – 1970 жылдардағы компьютерлік технологияның пайда болуы



болды. Алғашқы роторлық принтердің енгізілуі 500 жыл бұрынғы Гуттенбергтің бұрандалы мөртабанынан негіз алған механикалық баспа станогы дәуірінің аяқталғанын білдірген еді. Көп ұзамай тегіс матрицалы принтер жылдам әрі кестелер мен түрлі қаріптерді баса алатын қалыптамалық басу әдісімен алмастырылды. 1980 жылдардың соңына қарай қалыптамалық принтерді бүріккіш принтер, содан соң лазер, ал кейіннен термокөшіру әдісі басып озды. Бұл өзгерістер әлбетте, индустрия қызметкерлерінің едәуір қысқаруына тікелей ықпалын тигізді.

Қазір Интернет дәстүрлі жаңалықтар пішімін өзгерте түсуде. Медиакомпаниялар монетизациялаудың түрлі нұсқасын қолдануда. Мәселен, Associated Press жаңалықтар контентін лицензиялау және агрегаторлардан роялти жинау үшін жиырма төрт жаңалықтар компаниясымен ынтымақтастық орнатуда. Жаңалықтар компаниялары үшінші тараптарды болдырмас үшін енді өздерінің жарнамалық хабарландырулар сату желілерін құруда, және сандық маркетинг пен консалтингке көшуде. Америкалық Financial Times және Boston Globe сияқты кейбір жаңалықтар ұйымы Apple мен Google бақылап отыратын «қосымшалардан» бас тартып, жеке мобильді парақшаларын ашуда. Газеттер енді сандық инновацияларды ұсынатын болса, дәстүрлі апталық басылымдар да өз баспа өндірісін қайта құруға кірісті. Газеттер кең форматты баспадан бас тартып, шағын пішіммен шығарылуда. Оқырмандар тарту үшін басылымдар мазмұны да өзгеріп, анағұрлым жеңіл тақырыптарға көңіл бөлуде. Көңіл көтеретін контент жеке бағандарға емес, салмақты жаңалықтармен қатар орналастырылатын болды. Бүгінде соғыс туралы әңгімелер алғашқы жолақтарда Линдси Лоханның соңғы жүрістері туралы хабарлармен, Top Gear шолуларымен және жұлдызды некелер туралы жаңалықтармен қатар басылуда.

Медианы ұялы құрылғылар арқылы тұтыну соңғы бірнеше жылдан бері бірнеше есе көбейген. 2011 жылы Америка жұртының төрттен бір бөлігі (27%) жаңалықтарды мобильді құрылғылар арқылы алса, 2014 жылы ересек америкалықтардың 56%-ы жаңалықтар оқу үшін смартфон қолданған екен. 2017 жылы әрбір ересек америкалық сандық медиаға күніне 6 сағаттай уақытын жұмсаған, оның үш сағаты смартфонға иесілі болған.

Кәсіби журналистер сандық кеңістіктегі шынайы уақыт режимінде өз аудиториясымен сол мобильді құрылғылар арқылы қарым-қатынас жасаумен айналысып кетті. Twitter және шағын блог түріндегі өзге де сайттар жаңалықтар өндірісінің біріккен үлгісіне арналған жаңа платформалар ұсынды. Дегенмен цифрландыру кәсіби журналистика сапасына зиянын тигізеді деген қауіп те жоқ емес, оның үстіне, сандық технология дәуірінде медианың бизнес-үлгісі қазірше күрделі қалпында қалып отыр, тек бір ғана артықшылығы: заманауи құрылғылар арқылы тәулігіне 24 сағат бойы жаңалықтарға оңай қол жеткізуге болады. Жұрттың басым көпшілігі жаңалықтарды тарихтың өзге кезеңдерімен салыстырғанда, бүгінгі күні көп тұтынатын болды. Сандық контент мәңгі өміршең бола беруі де мүмкін, қайта бейімделіп, кейінірек қайта өзгеруі де мүмкін. Сандық әлемнің соңғы жаңалықтарды сол мезетте жариялай алу, кешегі жаңалықтарды әлі де өзекті әрі интерактивті ете білу, сондай-ақ, аудитория мен журналистер үшін ортақ тәжірибе ұсына алу қабілеті журналистиканың болашағы жарқын деген сенім туғызады.