

№15 тақырып. Менеджмент құралы – шарт пен келісім.

Келісім – менеджмент құралы. Қазіргі заманғы қоғамда өмір сүру стратегиясы – әлеуметтік-этикалық менеджмент пен маркетинг. Әлеуметтік және редакциялық менеджменттегі жүйелік әдістердің ерекшеліктері.

Редакциялық ұжымда журналист екі түрлі міндетті орындауға мәжбүр. Олар бір бірімен тығыз байланысты, сонымен бірге әртүрлі бағытты меңзейді. Біріншісі - өзінің тікелей бөлім ішіндегі міндеттері. Ол – жаңа сюжеттерді түсіру, жаңалықтарды түсіру т.б.. Екіншісі - автолармен жұмыс істеу, мәтіндерді редакциялау, сұхбат, «дөңгелек столдарды» ұйымдастыру. Кезек-кезек, не болмаса бір уақытта ол публицистің, редактордың, және ұйымдастырушының рөлінде болуға мәжбүр. Бұл жағдайда журналистің еңбегінің сипаты **Кешенді, көпфункциональды**. Бұл жағдайда журналист жан-жақты білімді, білікті және талапты болуға тиіс.

Екінші бағыт – бұл журналистің редакция ішіндегі міндеттері. Ол редакцияның жиналыстарына? Отырыстарына қатысып, эфирден берілген материалдарды шолушы ретінде талдауға ат салысып, оларға баға береді. Өздерінің әріптестерімен редакцияның кезекті науқандарына қатысып, акцияларды ұйымдастыруға көмектеседі.

Әрбір журналистің өзіндік жұмыс учаскесі бар. Оның өз басшылары, алдына қойған мақсаттары, міндеттері бар. Ол өз бөлінде белгілі айдарларға сюжет түсіреді, оның өз жұмыс аймағы бар.

Редакциядағы жұмыстың бөлінуі журналистік еңбектің мамандандырылуына мүмкіндік береді. Мамандандырылу тақырыптық аяда болуы мүмкін, не болмаса публицистикалық тұрғыдан да болуы мүмкін. Сонымен қатар ол өзінің іссапарға кеткен? Не болмаса басқа бір жағдайлармен жұмысқа шықпай қалған әріптесін редакцияда ауыстыра алуы керек, оның тақырыбына материалдар жазып, авторларымен кездесіп, ақпарат алуы керек.

Егерде ұжым саны аз болса, онда жұмыс көлемі де көп болуға тиіс.

Байқағанымыздай журналистің жұмыс жүктемесі өте көлемді де ккп. Ондай жұмысты тек нағыз кәсіби, жан-жақты дайындығы бар, шығармашылыққа стандарттан тыс бейімі бар қабілетті маман ғана атқара алады.

Бірақ та электронды БАҚтың нарық аясына кіргеніне байланысты бұл жүктеменің сипаты белгілі өзгерістерге ұшырады. Бұл өзгерістер екі бағытты болғандықтан екі түрлі карама-қарсы қорытындыға әкеледі. Олардың ерекшеліктері редакция жұмысының пәрменділігіне байланысты. Және де электронды Бақ нарық жүйесіндегі жетістіктеріне. Не болмаса кемшін жақтарына байланысты.

БАҚ дамуын талдайтын барлық теориялар өндіріс технологиялары мен ақпараттың таралуы өркениет пен қоғамның алға басуына елеулі ықпал ететінін көрсетеді. Адамзат дамуының тарихына зер салсақ, әуелі жазу-сызу мен әліпбидің, сондай-ақ, баспа құралының ойлап табылуы адам санасына

ұлы өзгерістер әкелді. Ал медиаиндустрияның өзінде қандай да жаңалықтар адам баласының білімді қайта өңдеуі мен сақтай алу мүмкіндігі экономиканың құрылуына әлп келген болатын. Медиаэкономиканың бүгінгі таңдағы заманауи формасының қалыптасуына ықпал еткен технологиялық прогресстің негізгі кезеңдерін атап өтейік:

- 1840 ж. Телеграфтың дамуы жаңалық тарату әдістерінің біршама арзандауына әкелді. Еуропа мен АҚШ-та алғаш теміржолдарының салынуы басылымның таралуын тездетті әрі жеңілдетті.

- 1850 ж. Телеграф, жазу машинасының дамуы ақпарат жинау мен баспаға материал әзірлеу үрдісін жеңілдетті. Ал, қағаз жасауда ағашты пайдалану басылым бағасының арзандауына әкелді. Нәтижесінде таралымды арттырудың экономикалық мүмкіндігі пайда болып, өндіріс көлемі арта түсті. Телеграфты пайдалану барысында көптеген Еуропа елдері біртұтас коммуникациялық жүйеге бірігіп, Кеңес Одағының құрамындағы мемлекеттерге жаңалық жеткізу жолы жеңілдей түсті. Әдетте телеграф желілері темір жол бойына салынатын еді. Сондықтан темір жол инфрақұрылымы қарқынды дамыған елдерде телеграф жүйесі жақсы қызмет көрсетті. Телеграфтың пайда болуы –жаңа кезең – электронды коммуникация кезеңінің бастауы болатын. Алайда, Гуттенбергтің баспа станогы сол кездегі коммуникация саласының басты технологиясы болып қала берді.

- 1851 жылы Ұлыбритания мен Францияны байланыстырған Ла-Манш су асты кабелі салынды. Дегенмен одан ұзақ қашықтыққа кабель әлі тартылған жоқ болатын.

- 1860 ж. 1861 жылы Атлант мұхитының астынан өткізілген кабель Еуропа мен Американы, кейінірек Африка мен Индияны байланыстырды. Ал, 1870 жылы Қытай, Жапония мен Оңтүстік Американы өзара жалғады.

- 1890 ж. Сымсыз телеграфтың ойлап табылуы ұзақ қашықтыққа дыбыстық ақпаратты жеткізуге мүмкіндік берді.

- 1920 ж. Радиотрансляциялық жүйенің дамуы ұлттық масштабта радтобелгі таратуды күшейтіп, радио арқылы жарнама берушілердің назарын аударды.

- 1930 ж. Телевизияның пайда болуы хабар тарату индустриясының экономикалық ұстанымдарын айқындады. FM-радиосының ойлап табылуы радиобизнестің қысқа толқында хабар тарату арқылы ұйымдастырды.

- 1940 ж. Кабельді операторлар арқылы эфирді телебелгі таратып, арнайы телеарналардың пайда болуы теледидар үшін арнайы абоненттік төлем жинау мүмкін болды.

- 1960 ж. Мәліметтердің бір компьютерден екінші компьютерге көшіру мүмкіндігі БАҚ кәсіпорындары үшін ақпаратты сату бағасының төмендеуіне алып келді.

- 1970 ж. Алғаш рет интерактивті кабельді қызмет көрсету түрлері ұсынылды.

- 1990 ж. World Wide Web Әлемтор арқылы мультимедиялық файлдар жіберу мүмкіндігін ашып, сандық мазмұндағы хабар тарататын канал ашылды.

Дәстүрлі БАҚ-нан Әлемтордың экономикалық басымдықтары

Бүгінгі білім мен ғылымның дамыған, Әлемтор мен мобильді байланыс заманында БАҚ экономикасының өзгеріссіз, бір қалыпта тұруы мүмкін емес. Бүгінгі Ақпараттық коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамып келе жатқан заманында медиаэкономика саласының түбегейлі өзгерістерге ұшырауы заңды құбылыс.