

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

# ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

# ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистика

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

# KazNU BULLETIN

Journalism series

## №1 (31)

Алматы «Қазақ университеті»  
2012

**Редакциялық алқа:**

Е.О.Алауханов (ғылыми редактор)  
С.М. Медеубек (ғылыми редактордың орынбасары)  
Б.О. Әсембаева (жауапты хатшы)  
С.Н. Велитченко (редактор)  
А.С.Иманова (техникалық редактор)

**Редакциялық кеңес:**

А-Х.Ф. Мархабаев - филол.ғ.д., профессор; С.К. Қозыбаев - тарих ғ.д., профессор;  
К.К. Қамзин - филол.ғ.д., доцент; Ш.И. Нұрғожина - филол.ғ.д., профессор;  
Қ.Ж. Тұрсын - филол.ғ.д., профессор; Л. С. Ахметова - тарих ғ.д., профессор;  
С.Х. Барлыбаева - тарих ғ.д., профессор; Г.С. Сұлтанбаева - саяси ғ.д., профессор;  
А.А. Ниязғұлова - филол.ғ.к., доцент; Н.Т. Шыңғысова - филол.ғ.д., доцент;  
А.Д.Халилов - журналистика факультетінің деканы, доцент. Ж.Баласағұн атындағы  
Қырғыз Ұлттық университеті. Қырғызстан;  
Тадеуш Валлес – профессор, Адам Мицкевич атындағы университет. Польша;  
Роман Беккер – профессор, Н.Коперник атындағы университет. Торунь қаласы. Польша.

**Ақылдастар алқасы:**

Ш.Р. Елеуқенов - филол.ғ.д., профессор;  
Ә.С. Қалмырзаев - филол.ғ.д., профессор;  
Ә.Ы. Ыдырысов - филол.ғ.к., профессор;  
В.И. Жумагулова - филол.ғ.д., профессор;  
Ф. Муминов - филол.ғ.д., профессор (Өзбекстан);  
К.Т. Ирнараров - филол.ғ.д., профессор (Өзбекстан);  
Т. Жапаров - филол.ғ.д., профессор (Әзірбайжан);  
К.В. Эрлих - филол.ғ.д., профессор (Германия, Гамбург);  
Н.О. Омашев - филол.ғ.д., профессор (Астана);  
Қ.М. Аллаберген - филол.ғ.д., профессор (Павлодар);  
Қ. Ерғөбек - филол.ғ.д., профессор (Түркістан);  
С.Б. Матаев - Қазақстан Журналистер одағының төрағасы;  
Ж.О. Кенжалин - «Қазақ газетгері» АҚ президенті;  
Б.Ө. Жакып - филол.ғ.д., профессор;  
Е.Қ. Бекхожин - ҚР Президенті ТРК-нің президенті;  
Ж. Қорғасбек - «Жас өркен» АҚ президенті;  
Н. Жүсіп - «Айкын» газетінің бас редакторы;  
Б. Әшірбаев - «Заң» газетінің бас редакторы;  
А.Т. Мухамбедьярова - «Юридическая газета»-ның бас редакторы

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

Редакторлары: **Т. Рустембекова, Г.Бекбердиева**

Компьютерде беттеген **Тулмира Шаққозова**

**ИБ №5897**

Басуға 25. 06. 2012 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 Уғ. Көлемі 21,0 б.т. Сандық басылыс. Қағазы офсеттік.  
Тапсырыс №902. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық  
университетінің «Қазақ университеті» баспасы. 050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71. «Қазақ  
университеті» баспаханасында басылды

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2012

1-  
бөлім

Раздел  
1

Section  
1

Журналистика  
Қоғам  
Саясат  
Заң  
Экономика

Журналистика  
Общество  
Политика  
Закон  
Экономика

Journalism  
Society  
Policy  
The law  
Economy

Е. Алауханов

### Аттестаттау мақсаты ақсатуда емес, білгірлердің беделін асқақтатуда

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77:34; 070:34

**Аннотация.** Автор өз мақаласында құқық қорғау жүйесі қызметкерлерінің кәсіби дайындық деңгейін тексеру кадрлардың кәсіби дәрежесін жақсартуға ықпал ететінін атап өтеді. ҚР Президенті Н. Ә. Назарбаевтың биылғы халыққа арнаған жолдауында айтылған құқық қорғау жүйесін реформа-лау туралы идеясын бұқаралық ақпарат құралдары белсенділікпен қолдап, Отанына, халқына адал қызмет ететін адамдар туралы жазу қажеттігін айтады.

*Түйін сөздер:* Құқықтық журналистика. Аттестаттау.

Құқық қорғау жүйесі қызметкерлерінің кәсіби дайындық деңгейін тексеру - бүгінгі күндегі ең өзекті мәселе деп білемін.

Президенттің Жарлығына сәйкес, барлық құқық қорғау органдарының жеке құрамынан 110 мыңға жуық адам аттестаттаудан өтеді. Бұл дегеніңіз құқық қорғау органдары қызметкерлерінің басына қиын-қыстау кезең ор-нады дегенді білдіреді.

ҚР Президенті Н.Ә. Назарбаев биылғы халыққа арнаған жолдауында: «Маңызды мәселе - құқық қорғау және арнаулы органдарды сапалы кадрлық жаңарту. 2012 жылдың 1 шілдесіне дейін олардың бүкіл жеке құрамын аттестаттаудан өткізу міндетін қоямын», - деп көрсеткен болатын.

Қазіргі күнде құқық қорғау органдары мамандарының моральдық-адамгершілік жауапкершіліктері төмен деген пікір баспасөзде жиі айтылатын болды, әсіресе қарапайым халық тарапынан арыз-шағым көп болып отыр.

Осыған орай, халықтың құқық қорғау органдарының мамандарына деген сенімін қалпына келтіру қазіргі таңда ең қажет мәселе деп білемін.

Ал, шын мәнінде, құқық қорғау органдарының беделі - бұл мемлекеттің беделі деп түсінуіміз қажет, әр азамат осынау салмақты терең түсінген жағдайда

ғана ісіміз түзеледі деп ойлаймын. Мемлекетіміздің тұрақтылығы мен қауіпсіздігін қамтамасыз ететін абыройлы борыш тек моральдық-адамгершілік қасиеттері жоғары азаматтардың мойнына жүктелуі тиіс. Сондықтан Республикамыздың қаржы полициясы агенттігінің төрағасы Рашид Түсіпбеков мырза алғашқы қызметке тағайындалған күннен бастап бұқаралық ақпарат құралдары арқылы аттестация өткізу туралы бастаманы көтерген болатын. Ал осы жылдың 14 ақпанында әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың журналистика факультетінде факультет басшысының баста-масымен ҚР Жоғарғы сотының төрағасы Бек-тас Бекназаровтың оқытушы-профессорлармен және Республикамыздың беделді бұқаралық ақпарат құралдары басшыларымен «Құқықтық журналистиканың бүгінгі даму бағыттары» деген тақырыпта келелі кездесу өткізіліп, еліміздегі құқықтық сауаттылықты жетілдіру туралы әңгіме қозғалды. Мұның барлығы Елбасымыздың жолдауында айтылып кеткен мәселеге орай, яғни халқымыздың игілігі үшін жасалып жатқан шаралар деп айтар едім.

Құқық қорғау органдары басшыларын, өңір-лік және аумақтық мамандарды кезекпен тек-

Аттестаттау мақсаты ақсатуда емес, білгірлердің беделін асқақтатуда

серістен өткізу - бұл істің жоғары нәтижеге қол жеткізетініне кепілдік болады.

Бұл тексеру барысында әділеттілікті басшылыққа ала отырып, кәсіби мамандардың құқығының тапталмауына, жеке мүдделерінің ескерілуіне бірінші кезекте мән берілуі керек деп есептеймін, осылайша, еліміздің құқық қорғау салаларын сапалық жағынан жаңаруына қол жеткізуге тиіспіз. Сонымен қатар кәсіби және ұйымдастырушылық қабілетімен танылған азаматтарды даралап көрсетіп, оларға әділетті баға беріп, жоғары мансапқа қол жеткізулеріне демеу жасауымыз қажет.

Елімізде жемқорлыққа қарсы күрес жүйелі түрде жүргізіліп жатқаны баршамызға аян, осын-дай аттестация барысында арнаулы мемлекет қызметкерлерінің арасында келеңсіздікке жол берген мамандарды да анықтап, оларды өз ор-тамыздан аластату керектігі де күн тәртібіндегі **бірінші мәселе** деп білеміз.

**Екіншіден**, Ел басшысының: «Құқық қорғау жүйесі қызметкерлерінің ақшалай ризығын арт-тыру мен қолдаудың әлеуметтік дестесін кеңейту, сондай-ақ олардың техникалық жарақтандырылу мәселелері қаралуға тиіс», - деп көрсетуі қазіргі таңдағы **құқық қорғау органдарының әлеуметтік жағдайымен санасу қажеттігін** көрсетеді.

Мемлекет қызметкерлерінен жоғары деңгейдегі жұмысты талап ету үшін, олардың материалдық жағдайын әрқашан да есепке алып, тек осындай жағдайда ғана табысқа қол жеткізілетінін ұмытпауымыз керек.

Экономистердің есептеуінше, шынында, мемлекет тарапынан көп шығындар кадрлардың кәсіби біліктілігінің төмендігінен және мекеме басшыларының сауатты да білімді мамандарды таңдай білмеуінен болады екен.

**Үшіншіден**, Ұлттық комиссия құрылып, білікті басшыларды іріктеу жөнінде үкімет бас-шысына және Елбасына ұсыныс-кепілдемелер жасалынса құптарлық жайт.

Қазіргі кезеңде құқық қорғау органдары-на қызметке алынып жатқан және жұмыс істеп жүрген кадрлардың біразы - екінші заң білімін алып, тамыр-таныс арқылы қызметке ілігіп жатқандар. Неге заңды сұрақ тумайды, олар бірінші мамандығы бойынша жұмыс атқармай, неге екінші мамандық бойынша жұмыс атқаруға тырысады? Бұл заңды және қызық сұрақ емес пе? Жасы 35-40-қа келгенде екінші мамандықты игеруге құқық қорғау органдарына келіп, қызмет бастап, сол қызметтің кәсіпқой дәрежесіне же-туге, яғни машықтанғанша қаншама уақыт өтер екен? Осы жағын терең ойлап, таразыға салсақ қалай болар екен?

Ал енді арнайы ведомстволық оқу орында-рын бітірген кәсіпқой кадрларды түрлі себеп-термен жүйеден, қызметтен қууға дайынбыз. Осы кадрларды оқытуға мемлекеттің қаншама қаржысы кеткендігін еске алуымыз қажет. Ба-сынан бастап бұл кадрларды қандай жоғары оқу орындарында кімдер оқытты, қызметке келгенде алғашқы тәлімгері кім болды және басшылары кімдер, неге бұлардан біз жауапкершілік талап етпейміз. Міне, сонда ғана біз сапа мәселесі жай-лы сөз ете аламыз.

Менің есімде алғашқы сот жүйесіне сот мәжілісінің хатшысы болып жұмысқа орналасқанымда аудандық соттың төрағасы, Қазақстанның Еңбек сіңірген заңгері атағы бар ақсақал азамат болатын, ол кісі жұмыстың көптігіне қарамастан, бір кереметі - әрбір кадрмен уақыт тауып жеке сұхбат жасап, жұмыстарына талдау жасап, оңды бағдарлар беріп отыратын. Міне, осындай тәжірибелер ұдайы назарда болуы қажет деп ойлаймын.

Қазір қарап отырсаңыз, барлық қалаларда жоғары оқу орындарында заң факультеттері ашылған. Бұл факультеттерде оқытушы-профессорлар кадрларының құрамы өте нашар, оқытушылардың көпшілігі арнайы дайындықтан өтпеген, педагогикалық тәжірибелері төмен, ғылыми-педагогикалық еңбектері немесе жария-ланымдары жоқтың қасы, ғылым мен білім сала-сында кездейсоқ адамдар да кездеседі.

**Шынына**, келгенде, дәріс беріп жүрген пән-дері бойынша оқу бағдарламасына сай тиісті дәрістердің тезистерін де дайындай алмайтын оқытушылардың бар екеніне күмән келтірмеймін.

**Төртіншіден**, мен өзім практикалық қыз-метте 20 жылдан аса құқық қорғау органдары-на қызмет жасап жүріп, осы салада көптеген білімді, тәжірибелі азаматтарды көрдім. Неге біз осындай білікті мамандарды жоғары оқу орындарына шеберлік сыныптарын өткізуге көбірек тартпаймыз? Ал біз мұндай азаматтар-ды шақырғанда, әдетте қолы бос, принципі жоқ адамдарды маман деп шақырып жатамыз. Өтірік емес, бұл жағдайлар өмірде жиі кездесіп жатады.

Ең бастысы, кадрларды іріктеуде үлкен басшылар ол адамның кәсіби біліміне, кәсіби тәжірибесіне және іскерлігіне көңіл бөлмей, керісінше, өзіме жақын адам, мені сатпайды деген принциппен кадрларды іріктеп жатады. Ал сонда тамыр-танысы жоқ білімді адамдар қайда қалады, ары таза адамдар басшыларға жарамсақтық жолмен қадам жасай алмайды, сондықтан бұл кадрлар баяу өседі, сонынан ол адамның тазалығына, кәсіби шеберлігіне көзі жеткен кезеңде өзі де қызмет

шеңберінен сыртта қалады. Ал бұған не дейсіздер, әріптестер?

Сондықтан, **бесіншіден**, қызмет саласында бір-бірімізге қиянат жасамауымыз қажет, адамды және қызметкерді тек қана кәсіби шеберлігі мен адамгершілік қасиетіне сай бағалай білуіміз қажет.

Ал енді төмендегі қызметкер кейде бір жаңашыл болып, жаңа бастама жасап жатса, газет-журналдарда жақсы ойлары жарияланып жатса оған қызғанышпен қарайтын адамдар тобы пайда бола бастайды. Міне, осы кезеңде басшылар әділ бағасын беріп, дұрыс бағдар жасай білсе, ол кадрлардың бағы дер кезінде ашылар еді. Өкінішке орай, субъективтік жағдайлар басым болып жатады.

Соңғы 15-20 жылдың ішінде тәжірибелі тергеушілерімізді жоғалтып алдық, оның бір себебі бұрынғы жылдары елімізде Мемлекеттік тергеу комитеттері құрылып, республикадағы білікті мамандар сонда ауысты, нәтижесінде 2 жылдан кейін өз жұмыстарын сәтсіз аяқтады, осылайша, кәсіби мамандар шоғырланған тергеушілер корпусы шашырап кетті, олардың берекесін қашырдық. Осынау өмірдің өзі көр-сеткен тәжірибеден сабақ алып, аттестаттау кезінде білікті де тәжірибелі мамандарды сақтап қалуды бірінші кезекте ескеруіміз қажет. Бұған, бір жағынан, прокуратурадан тергеуді алып тастағандығы да әсер етіп жатыр. Қазіргі таңда прокуратураға тергеу амалдарын жүргізуге қайтадан құқық беріп отыр. Сондықтан элем данышпандары айтпақшы «кез келген нәрсені қирату оңай, ал қалпына келтіру қиын».

Автор статьи подчеркивает важность проведения переаттестации личного состава правоохранительных органов, так как это позволит новому качественному росту кадров правоохранительной системы. Отечественные СМИ должны активнее поддерживать идею Президента РК Н.А. Назарбаева в реформировании правоохранительной системы и писать о тех, кто честно служить Родине и отстаивает интересы народа.

The author of article emphasizes importance of carrying out certification of staff of law enforcement agencies as it will allow new high-quality growth of shots of law-enforcement system. Domestic mass media should support more actively idea of the President of RK of N.A. Nazarbayev in reforming of law-enforcement system and write about those who honest to serve the Homeland and defends interests of the people.

К. Қамзин

### **Журналистиканың басты кейіпкері - шындық**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 002.2

**Аңдатпа.** Автор өз мақаласында қазіргі журналистика ғылымы мен практикасына әсер етіп келе жатқан уақыт ырғағы, ғылыми стандарттар, шыншылдық, өмір шындығы сияқты бұрыннан белгілі ұғымдарды теориялық жағынан зәрулендіре, бедерлендіре түседі. Оның баршаға түсінікті және элитарлық мәтіндер, қолданыстағы талдамалы журналистиканың жұмылдырушы табиғаты туралы ойлары танымал отандық және шетелдік репортёрлер мен

Аттестаттауды өткізу ережесіне сәйкес аттестаттау комиссиялары құрылады, комиссияның құрамына Президент Әкімдігінің, Үкіметтің, жұртшылықтың, партиялардың, БАҚ өкілдерінің кіруі де құптарлық іс. Бұл бағыттағы тексерістен өткен адамдар туралы жұртшылық пікірін білу үшін Президенттің ресми сайтында арнайы айдардың ашылуы да бұл бастаманың жария түрде әрі ашық пішінде өтетініне кепілдік береді деп ойлаймыз.

**Алтыншыдан**, бүгінгі күнде еліміздің бұқаралық ақпарат құралдары осынау аттестаттау жұмыстарының әділдетімді өткізілуі бағытында жұмыла еңбек етулері қажет деп есептеймін, яғни олар құқық саласында ел мүддесі үшін адал қызмет етіп жүрген азаматтарды кеңінен наси-хаттап, олардың ізгі істерін өз әріптестеріне үлгі ретінде ұсынып отырулары қажет. Бір сөзбен айтқанда, мемлекет мүддесі үшін еңбек ететін құқық саласы қызметкерлерінің жұртшылық алдындағы беделін көтеру ісіне барлығымыз ат салысуымыз керек.

Аттестацияны өткізудегі басты мақсат - бар-лық мамандарды жаппай құлату емес, керісінше, олардың білмегендерін білуге ұмтылдырып, жұмысқа деген құлшыныстарын арттыру. Өйткені барымызды бағалай білмесек, кім бізге жақсы маманын берер дейсіз. Сондықтан бұл тексерісті үлкен жауапкершілікпен өткізу қажет деп білеміз.

Құқық қорғау органдарының қызметкерлері бұл еліміздегі тәртіптің кепілі, бұл салада білімді, мәдениетті, көпшіл, халыққа қамқор, қиындыққа шыдамды, темірдей тәртіпке төзе білетін, халық сақшысы болуы қажет.

спойлерлердің тәжірибелерін сөйлетеді, ортаға салады. Оның ойынша, барлық басқа пәндерді жебеуші - журналистика кез келген жағдайда - жайлы да, жайсыз уақытта да жүрісінен жаңылмауы керек.

### Журналистика ғылымы мен практикасы.

Адам баласы - расын айтсақ, Жаратушының сателлиттік моделі, тиісті планетаға жолдаған инновациялық жобасы. Сол жаңашыл жанның басты мақсаты - ақпарат арқылы толысу, сарапта-ма арқылы әлемді тану, құбылысты көркем көзбен көру, оқиға образын сан призмалы айнаға түсіру, сөйтіп, Жер бетіндегі өзінің жасампаздық миссиясын атқару. Демек, журналистика пәні адам жаратылысымен егіз, оның анатомиясы және физиологиясымен ағайындас, болмыс-бітімімен сәйкес. Баспасөздің, жеке қаламгердің отбасы, ошақ қасы түйткілдерінен бастап, ғаламдық проблемаларды тілге тиек етуі - сол рухани өкілеттілікті жүзеге асыруы. Сол себептен де журналистиканың басты кейіпкері - Шындық. Шындық категориясының реалистік сипатын ашу - индивидтің басты па-рызы. Ұлы Абай:

Ұқпассың, үстірт қарап бұлғактасаң, Суретін көре алмассың, көп бақпасаң, Көлеңкесі түседі көкейіңе,  
Әр сөзін бір ойланып салмақтасаң, -

деп шындыққа жетудің технологиясын да, оның индивид санасына трансформациялануын да аңғартып кеткен [1, 69].

Гүржілердің атақты философы М.К. Мамардашвилидің: «человек - это не вещь, не статичное состояние, а событие, состоящее из совокупности событий: таких, как человеческая любовь, вера, честность, мысль и т.д. У Платона есть странная формула: человек не то и не то, человек-символ (через дефис!)», - деп ой түйөі де адамның аумалы-төкпелі іс-әрекетінің әділдікке, ақиқат іздеуге негізделетініне меңзеу емес пе? [2, 3]. Әділдік категориясы, қай жағынан қарасақ та, журналистика пәнімен ынтымақтас. Әділет пен әділдікті қоғамға, әлеуметке абсолютті ой-сана тікелей трансляцияламайды, оларды адам-пенде (сөз арасына дефис қойылады!), модератор арқылы үлестіреді. Әрине, Хақтың жүгін, Құдайдың күзіретін адам алып жүре алмайды, оған ұмтылудың да қажеті жоқ. Солай десек те, ұшан-теңіз толқымалы тіршілік айналасындағы барлық дау-дамай, қақтығыс-соқтығыс атау-лы осы әлін білмеген әлектен, тұлға рөлін асы-ра бағалаудан туындайды. Ал адам табиғатына жақын ежелгі үйлесімділік концепциясының бізге жетілуді, ұдайы әділдік іздеуді, шындыққа жүгінуді бұйыратыны да

сондықтан. Саналы жанның маңдайына жазылған осынау харекеттің тылсымын талай-талай оқымыстылар мен көрегендер тұс-тұстан түсіндірмелеуден ешқашан жалыққан емес, ал қазақ журналисти-касы мен көсемсөзі сонау бағзыдан бері байып-ты да барлай саралаудан ешуақыт бас тартқан емес.

Соған қарамастан қазіргі журналистиканың беделді теоретиктері мен практиктерінің заманалы масс-медиаға көңілдерінің толмауына, баспасөз өмір шындығын бейнелеуде әлсін-әлі үстірт кетеді, көбігін ғана қалқып өтеді де-ген пікірді қадай айтуына не себеп? Оның гәбі, әрине, әлденеше. Менің пайымдауымша, ең ал-дымен, көңілі жүйрік адамның ғылыми білімінің ғаламдық үдерістерді тануға шама-шаркының жетпей жатуы. Одан кейін атап көрсетерім, қабілет пен дарынды жаратылыс қана бере ала-ды. Бұрындары ақпарат құралдары сияқты өткір де нәзік салада қызмет атқаруға бетке шығар қаймақ, элита ғана тартылса, тап қазір ықылас білдіргеннің бәрі іс жүзінде журналистиканың киелі табалдырығынан именбей аттай беруге хақы алды. Бұл - үшіншіден. Соның салдары - осы күндері Қазақстан ақпараты айналасына журналистиканың элеуметтік рөлін жыға танымайтындар қаптап кетті. Олар журналис-тиканы тек күнкөріс көзі, елге танылу құралы деп қана ұғады. Одан былай, журналистердің ұзын санына кіріп жүргендердің денінің кәсіби дайындығы да ешбір сын көтермейді. Ұлттық журналистиканың ашып айту кеңістігінде көш-тен қалуына, қоғамдағы беделінің төмендеуіне, оның шынайы «төртінші билік» атана алмауына тікелей себепші болып жүргендердің бірі - міне, солар. Сондықтан кәсіби білім беру, шеберлікті шыңдау, сауаттылықты арттыру, мамандыққа баулу тек журналистика факультеттері мен бөлімдерінде жүзеге асырылуы тиіс. Қоғамдық сөз өнеріне таласы бар үміткерлер эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультеті жанынан ашылып жатқан білім мен біліктілікті жоғарылату институты бағдарламасы бойынша арнайы кәсіби курстар-дан өткендері жөн. Салалық мамандықты модернизациялау бір міндетінің өзі - осы. Мен осы ретте мынаны атап көрсетер едім: модернизация дегеніміз - ол тек экономикалық-технологиялық даму емес, ол - рухани өзгеріс, білім мен ғылым, өнер мен көркем әдебиет арқылы жанның, көңіл-

күйдің жаңаруы мен тазаруы. Бұл ара-да осынау белестерден тек сонылыққа құлаш ұрған бакалаврлар мен магистранттар, PhD докторанттар контингенті ғана көрінуі керек деген үстірт байлам тумауы керек, мұндай сын-дарлы талап әуелі журналистика факультетінде дәріс беруші тәжірибелі ұстаздар мен шетел-ден шақыртылған оқытушыларға қойылғаны әбден заңды. Жаңашылдық пен ұлттық пайым-парасаттың жасампаздық қорытпасы дегеніміз, міне, осыдан келіп шығады. Бұл тарихилыққа да, осы мезет ырғағына да, болашақ ұмтылыстарға да қайшы келмейді. Өйткені тарихпен татулық бүгінгі күнмен табыстырады, ал бүгінгі күннің сәулесі ертеңгі күннің ажарын аңғаруға, болашақ процестерді игеруге септігін тигізеді.

Осы мәселелер төңірегінен ой өрбітсек, бүгінгі қазақ журналистикасы ғылымының ал-дынан әлі де талай-талай ұлы асулар шығары ықтимал. Шындықтың басын о бастан ашып кетсек, тіркеу-тізімдеуді ғана місе тұтатын ғылымның болашағы бұлдыр. Бұл талап, сөз жоқ, журналистикатану проблемасына да қа-тысты. Жаңа идея, соны бағыт, өзіндік жол ұсынбаған сала - өлі сала. Біздің кейбір прак-тикер, әр жердегі әуесқой курстарда сабақ берушілердің бірқатары айтып жүргеніндей, фактілерді констатациялау нағыз әділ журналистика, қара қылды қақ жарар замана-лы журналистика емес. Тек жалаң фактілерді мәтіндеп қойып, қарап отыруды объективтілік деп түсінуге болмайды. Журналист информа-цияны іріктеу, сұрыптау арқылы да элеуметтік, информациялық қарым-қатынасқа түседі, коммуникация орбитасына тартылады, азаматтық ұстанымын білдіреді. Осыны есте ұмытпаған жөн. Оның үстіне бұрынғы, қазіргі сан сегментті аудиторияны оқиғалар мен құбылыстарды құрғақ констатациялау қанағаттандыра ала ма?

Әлбетте, қанағаттандыра алмайды. Меніңше, **адамның білсем, көрсем, байыбына барсам деген өз санасына, психологиясына сай** талда-малы журналистика өмір шындығын танудың ерекше құрамдас бөлігі болып қала береді. Яғни талдамадан шынайы таным туындайды. Кеше де солай болған, бүгін де солай, ертең де солай болмақ.

Журналистиканың осы талдамалы әдісі ғана аудиторияға болған оқиға себебінің бүкіл тізбегін, оның даму келешегін (перспектива-сын), оның адам мен элем үшін құндылығының қандай екенін аңдата алады. Аналитик-қаламгер проблема түйінін

шешудің нендей мүмкіндіктері бар, неге дәл солай әрекет ету керек сияқты сауалдарға жауап іздейді.

Сонымен қатар оқырманды да ойландыруға итермелейді, оған пайым кеңістігінде өз пікірін автор пікірімен ойша салыстыруға, белгілі бір қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Осы арада басын ашып алар бір жайт: аналитик-журналист санына ілігу үшін қазіргідей интернеттен оқиға сүзу, офистен ұзамай ойболжаммен (созерцание) айналысу, қиялмен шартарапты кезіп кету мүлде жеткіліксіз, аса шебер сараптамашы журналист атағын алу үшін нақты практикамен, күнделікті өмір шындығымен бетпе-бет келген жөн, сөйтіп, аса бай элеуметтік тәжірибе жинақтаған абзал. Осы орайда,

Иммануил Канттың басшылыққа алар мына гносологиялық позициясын еске са-лып кеткен еш артықтық етпейді: тәжірибе -индивидуум түйсігінің сыртқы эсерді өңдеуі ғана. Тәжірибе кезінде адам табиғатпен же-ке-дара беттеседі, ол өзінің табиғи қабілетінің арқасында ғана қоршаған элем туралы түрлі-түрлі пікір айта алады. Адам - таным субъекті -өз тәжірибесі арқылы жекелеген құбылыстардың санқырлы дүниесін пайымдайды, ал мұндай «пайымдық» тәжірибе адамның танымдық қа-білетін шиыршық атқызады.

Байқасаңыздар, біз осы мақалада «сарапта-ма», «талдамалы», «талдау» деген терминдерді элсін-элсін іске қосып отырмыз, ал олардың арғы жағында «зерттеу» деген үлкен ұғымның басы қылтияды. Осы жекжаттықты, шындық іздеу тәсілін еске ала отырып, біз бір жағынан, журналистика теориясы мен тәжірибесінде бұрыннан пайдаланылып келе жатқан «талдамалы журналистика», «журналист сараптамасы», «талдама-лы мәтін» сөз тіркестерінің дәстүрлі сынының бұзылмағанын қалар едік. Екінші жағынан, А. Эйнштейннің салыстырымдылық қисынын еске ала отырып, өмірді тану тәсілдеріне қарап, журналистиканың бұл түрін хабарлама, деректі-көркем публицистика тарамдарынан ажыратуға, жыға тануға мүмкіндік аламыз.

Осы тезиске қарайлай отырып, біз ақпарат (са-лыстырымды түрдегі жаңалық) журналистикасы немесе «алғы шептегі» журналистика туралы сөз қозғағанда, оның өзіндік ерекшелігі ретінде, ең алдымен, жаңа оқиғалар туралы жедел, қысқа да нұсқа хабарлама жасауын баса көрсетеміз. Хабарламашы-журналист, бейнелеп айтқанда, оқиға қан тамырының соғысын қалт жібермейді. Бәсекелестік райын еске алатын болсақ, ол оқиға

мәнісін әріптестерінен бұрын білуге ұмтылады, оны аудиторияға бұрын жеткізуге тырысады. Хроникашының, репортёрдың, ньюсмейкердің шынайы шеберлігі осы жағынан байқалады. Осы ретте Израиль ғалымы Даниел Шехтманға квазикристалдар туралы жаңалығы үшін Нобель сыйлығы берілгені туралы хабарламаны Ресейдің «Вести» бағдарламасы басқалардан оза жеткізгенін атап айтар едік [3].

Талдамалы журналистика немесе «екінші белдеудегі» журналистика - ол сапалы элеуметтік сөздің нағыз өзі, көз алдымыздан өтіп жатқан үдеріс кадрларын ұтымды монтаждау. Олай десек, аналитикалық жарияланым дайындайтын қаламгерге ақпаратшы-журналист қасиеті аздық етеді. Сондықтан кейбір шетел ақпарат құралдарында репортёр мен комментатор қыз-метінің ара-жігі ажыратылған, еңбек бөлінісі айқындалған. Репортёрге (хабарламашы-жур-налистке) тек қана фактілерді іздеп тауып, редакцияға жеткізу жүктеледі. Ал оларға трактовка, интерпретация жасау комментаторларға, сол саланы бес саусағындай білетін арнаулы дайындығы бар сараптамашы-журналистке (экономика, саясат, заңнама, әдебиет, мәдениет, өнер және спорт салаларын жақсы білетін адамға) тапсырылады. Я болмаса бұл іске ғалымдар, белгілі бір салада жұмыс жасап жүрген практик-мамандар тартылады.

Осы өнегені ілгерілетсе түссек, біз сараптамашының өзіндік ойлау жүйесі қалыптас-қанын қалар едік. Ол көз көргенін дәл түсіріп, хаттап қана қоймайды, оның сонымен қабат қатпар мен астарды, жеті қаттың астындағыны да көзі шалуы керек. Яғни эртүрлі латентті құбылыстар арасындағы байланысты, олардың себептерін, мән-маңызын, даму жолын аңдай алғаны жөн. Осындайда журналистің «жалпы ойлау» қабілетіне қоса өзі сөз етер пәні туралы арнаулы білімі болса тіпті жақсы. Сондықтан қазіргі журналистика, аналитик-журналист ал-дында басқа мамандықты игеру, басқа салада арнаулы білім алу проблемасы тұр. Бұл бағытта біздің университеттің білім беру кеңістігінде баянды да өнімді жұмыс әлдеқашан басталып та кетті. Журналистика факультетін тамамдаған шәкірттердің алды қосымша экономист, заңгер, ауыл шаруашылығы мамандықтарын меңгерді, сол салалардың дипломдарын алып шықты. Тіпті география факультетінің магистратура-

сын бітірген журналист-шәкіртіміздің экология саласындағы еңбегінің өзі бір төбе.

Талдамалы журналистика - қазақ журналистикасының өзіндік дәстүрі мен соқпағы бар ең бір екіпінді, элеуетті саласы. Осы бағыт ту-ралы кезінде профессорлар Т.С. Амандосов [4], Т.Қ. Қожакеев [5] өз еңбектерінде оның жанрлық табиғаты хақындағы оқу құралдарында бірсыпыра сөз қозғаған. Аға буын, ұстаз ғалым-дардың сол шығармаларына, шетел зерттеу-шілерінің ізденістеріне сүйене келіп, біз қазіргі журналистика талдамасының, оның ішінде тал-дамалы журналистиканың мынадай процестік мақсаттарын атап көрсетер едік:

1. Уақыт пен кеңістік аясында болып жатқан құбылыстар арасындағы **себеп-салдарлық байланысты** анықтау.

2. Талдамалы мәтіндерде сарапталған **оқиғалардың**, құбылыстардың, әрекеттердің жеке адам, қоғам, элеуметтік топтар үшін **маңыз-дылығын** ашып көрсету.

3. Зерттелініп отырған құбылыстың келешектегі жай-күйін модельдеу, оның қайда апа-рып соғатынына (салдарына) **болжам** жасау.

4. Талдап отырған құбылыстарға орай жүзеге асырылатын әрекеттердің **бағдарламасын** (жоспарын, балама нұсқаларын) жасау.

Міне, осындай жүйелі талдау барысын-да белгілі бір дәрежеде ақиқат айқындала түседі, тепе-теңдік шарты жүзеге асады. Әсілі, қазақ талдамалы журналистикасы тарихына, оның оқиғаны әліптеу мәдениетіне, фактілерді образға айналдыру эстетикасына тепе-теңдік принципі ежелден сіңісті. Оның басты белгісі - сөз жарыстыру ережелері бақ сынасатын екі жаққа бірдей. Әлімсақтан жол салған, әбден қалыптасқан ұлттық дәстүр десе де болады. Ол қазақ ауыз әдебиетінен, мақал-мәтелдерден, айтыс өнерінен бастау алып жатыр. Кешелі-бүгінгі айтыс - онлайн режиміндегі әрі көркем, әрі информациялық, әрі психологиялық сай-ыс. Ал тұрлаулы сайыс - экономикалық, саяси-элеуметтік, рухани тіршілік хақында дұрысын айтудың, ашып айтудың бірден-бір тәсілі. Қазіргі электронды форматтағы тікелей эфир мен onlien бағдарламалары сол рас шығармашылықтың өркенін өсіріп отыр. Мәселен, Қырғыз мемлекеті Президенті қызметінен үміткерлердің қырғыз тілінен сынақ тапсырып жатқаны тікелей эфир-де онлайн режимінде таратылғаны өз елінде де, көрші елдерде де ілтипатпен қабыл алын-ды. Рас, оқиға мен резонанстың табиғаты бір-дей емес, резонанс еш



уақытта оқиғаның дәл өзіндей бұлықсып шықпайды. Ол түпнұсқадан кем болуы мүмкін, кейде одан асып түсуі кәдік. Және белгілі бір оқиғаның әсері әр елге, әр нәсілге бірдей дей алмаймыз. Резонанс - жаратылыстың, шындықтың жаңғырығы ғана. Қазақ халқының ауызекі философиясы осы физикалық, информациялық құбылыс хақында: «Ат аунаған жерде түк қалады, түйе аунаған жерде жүк қалады», «Жылы-жылы сөйлесең жы-лан інінен шығады, қатты-қатты сөйлесең кәпір дінінен шығады», - деп элеқашан түйін түйіп кеткен. Бұл тұжырымның мән-маңызында, тара-лу кеңістігінде, біздіңше, эмбебаптық сипат бар.

Мысалы, 2011 жылдың 9 тамызында Иран Ислам Республикасының Президенті Махмуд Ахмадинежадтың Euronews тілшісі Джон Дэвиске берген эксклюзив сұхбатын аталмыш арна сағат сайын қайталап беріп отырды. Неге? Өйткені парсы жұртының басшысы Батыс экс-пансиясы, екінші дүниежүзілік соғыстан кейін орнаған әлемдік тәртіп жүйесі туралы тек өзіне ғана жарасар ойларын ортаға салды. Қызықты да тартымды жауаптасуға әлем назары ауды. Дәл сондай сыр аштырар сауалдарды біздің тілшілер де кез келген қайраткерге қоя алатынына менің еш шүбәм жоқ. Бұл жердегі мәселе көңілдегі көрікті ойды жүзеге асыра алу шеберлігі мен асырта алу тетігінде ғой. Құдайға шүкір, біздің өзімізде де бөтеннің саясаты мен пікірін сканерлемейтін Джульетто Кьеца сияқты батыл да шебер шолушыларымыз, колумнистеріміз, спойлерлерлеріміз бар.

Ана тіліміздің қолданыс аясын кеңейтудің нақты да пәрменді өнегесін, өжет ойды іске асы-ра алудың азаматтық үлгісін күні кеше өзіміз тәрбиелеген шәкірттеріміз Самал Мейрам-қызы мен Назым Дәуітәліқызының «Тіл сақ-шысы» атты телебағдарламасы көрсетіп келеді. Сол бағдарламалар легінен кейін қазақ журналистикасының адамзат мәдениетімен, ұлт өркениетімен замандас екендігі туралы өз ойымды онан сайын бекемдей түстім. Менің түсінігімде, журналистика кунсткамерада сақ-талатын экспонат емес, ол фэнтезиден де алшақ жатыр. Журналистика болашақ олигархтар мен банкирлерді тәрбиелемейді, оның жолы басқа. Ол, ең алдымен, отансүйгіштерді, ұлттық идеяны қадірлеушілерді әлпештейді. Халқымыздың сым-баты бұзылмаған көсемсөзі,

асыра бағалағандық емес, тәрбиелеушілерді тәрбиелейді.

Жаратылыстану, техникалық ғылымда ізделінетін шындық жалқы, қойылған сұраққа да жауап көбінесе біреу әрі нақты. Журналистика, көркем әдебиет пен өнерде шындық рені сан түрлі, әлденешеу. Үшеуіндегі басты өлшем -талғам, ал техникалық салада - нақтылық пен дәлдік. Жоғарғы математиканың, теориялық физиканың іргелі ұстанымдары өзгермейді. Есеп шығарудың классикалық амалдары да сол баяғы қалпында. Олар қалай көтермелесеңіз де, ұлттық сана қалыптастырмайды. Журналистика - халық түсінігін өсіретін әрі деректі, әрі көркем шығармашылық. Оны цифрлық ғылымдардың үйреншікті схемасы мен стандарттарына салып оқытуға болмайды. Тағы да неміс философының беделіне жүгінсек, біздің әлем туралы біліміміз өмір шындығын селқос бейнелеу емес, ол - түйсіктің белсенді шығармашылық қызметі. Сондықтан журналистика пәндерін универси-тетте оқытудың жаңа бағдарламасын, ұлттық программасын журналистика қисынгерлері мен практиктері келісе отырып жасауы керек.

Осы күні әліпті таяқ деп тани алатындарға, ақ кірпіктен басқа сәні жоқтарға тізгін ұста-татын өткен ғасырдың 30-40 жылдары емес. Қазірдің өзінде борлатқа леп мөрлеуден басқаға сауаты жетпейтін міскіндердің ұйымдаса, ұран-даса, қаптай шапқанына куә болып отырмыз. Ондайларға қай заманда да өз жүрісінен жаңыл-майтын шыншыл журналистика не қайран ете алады, тек А.П. Чеховтың «Шағым кітабындағы» соңғы сөзінен асып жығылғаннан басқа [6, 91].

#### Әдебиеттер:

- 1 Құнанбаев А. Шығармаларының бір томдық толық жинағы. - Алматы: Қазақтың мемлекеттік көркем әдебиет баспасы. - 1961, 694-б. - 69 б.
- 2 Мамардашвили М.К. О философии // Вопросы философии, 1991, №5. - С. 3.
- 3 Вести. - 2011. октябрь -05.
- 4 Амандосов Т. С. Қазақ совет баспасөзінің жанрлары. - Алматы: Мектеп, 1968. - 244 б.
- 5 Қожакеев Т.Қ. Тандамалы шығармалар. Алматы: ҚАЗАқпарат, 2007. -ҮІІ т. 346 б.

6 Чехов А.П. Избранные произведения в трех томах. - С. 91.  
Т. 1 - М.: Художественная литература, 1970. - 608 с.

В статье автор теоретически актуализирует и активизирует такие узнаваемые понятия, как ритм времени, научные стандарты, правдивость и действительность, непосредственно влияющие на современную журналистскую науку и практику. Его мысли о доступных и элитарных текстах, мобилизационной природе действующей аналитической журналистики конкретно транслируют опыт известных отечественных и зарубежных репортеров и спойлеров. По его мнению, покровительница всех других дисциплин - журналистика, должна уметь мыслить и жить в любой обстановке - и в благоприятные, и в трудные времена.

The author theoretically updated and activates recognizable such things as a rhythm of time, academic standards, truthfulness and validity directly influencing the modern science and practice of journalism. His thoughts on the available texts and elite, the nature of the current mobilization of analytical journalism specifically translate and transmit the experience of well-known domestic and foreign reporters and spoilers. In his opinion, the patroness of all the other disciplines is journalism that should be able to think and live in any environment, in both good and difficult times.

С. Барлыбаева

### Конвергентная журналистика в новом медиа развитии

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** Понятие «конвергентность» становится синонимом магистральных преобразований в медиа-сфере. Центральное место проблем конвергенции в современных дискуссиях о грядущих трансформациях информационно-коммуникационной сферы объясняется его многозначностью и многоплановым трактованием. Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и различные, связанные с ними, индустрии. Интернет - информационная, интерактивная среда, для которой характерен особенный язык и специфический контент, к которому могут подключаться и проявлять себя разные СМИ. Это взаимовлияние и взаимопроникновение одних видов СМИ в другие и определяет мультимедийность современного медиа развития.

#### Конвергентность. Медиа. Интернет.

Современное общество является обществом безграничных возможностей. Оно развивается на основе современных систем коммуникаций и средств связи, оно способно накапливать и распространять важную научную, техническую, художественную и иную информацию. Эти достижения создают возможности для развития информационных сетей и интеграции в мировое информационное пространство.

Информация и знания становятся одним из стратегических ресурсов государства. Усиливающаяся роль этого фактора как средства ускорения темпов глобальной интеграции в экономике и инструмента воздействия на массовое сознание, культуру и международные отношения позволяет

говорить о возрастающей роли информационной индустрии, коммуникационной политики государства в развитии общества.

Новые информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), стирающие границы времени и пространства, становятся главными «помощниками» процесса глобализации. А он, в свою очередь, меняет и традиционную экономику, и формы социальной активности, и менталитет, образ жизни, привычки людей. Процесс конвергенции различных сфер коммуникаций и информации усиливает состояние перехода на новый уровень развития стран.

Информационно-технологическая революция активизировала внедрение и развитие глобальных

СМИ, в Казахстане быстро распространяется спутниковое, кабельное, цифровое вещание, Интернет-ТВ и радио, мобильная телефония, растет количество Web-изданий, информационных мультимедиа ресурсов, получает развитие волоконно-оптическая связь, платное видео. Как отмечает профессор Я.Н. Засурский, «мобильная коммуникация становится важным фактором инновационного развития: она не просто телефон, но и средство получения, передачи мультимедийных текстов, фото-теле-кинокаме-ра, цифровой, музыкальный плеер, мини-Интернет, будильник, пластиковая карточка оплаты, контроля, мини-телевизор» и др.

Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых ИКТ, средств массовой коммуникации страны. Кардинальные сдвиги в техническом обеспечении коммуникационного процесса привели к появлению принципиально новых средств массовой коммуникации. Каждое новое СМИ не отменяет предыдущее, а дифференцирует их предназначение, способы доставки информации и ее распределение.

Многие исследователи приходят к общим характеристикам новых медиа. Во-первых, они «привязаны» к экрану. Во-вторых, они предлагают одновременно текст, звук, видеоизображение, как статичную картинку, так и движущиеся образы. Новые медиа в той или иной степени интерактивны. Все чаще в мультимедийному обращению направляется различная информация: аудиовизуальная, акустическая, вычислительная, оптическая, изобразительная, художественная, сценическая и другая.

Во всем мире происходит либерализация и глобализация информационных рынков. Одновременно с этими процессами происходит слияние компьютерных, телекоммуникационных и вещательных технологий, т.е. конвергенция. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных систем массовой коммуникации и создавая новые медиа-системы. Исторически эти сектора развивались отдельно, но в настоящее время благодаря технологическим новшествам границы этих секторов размываются, идет активный процесс их интеграции, который в гораздо большей степени

охватывает технологии и системы передачи информации. В недалеком будущем примерно три четверти населения будет занято в области информации и в областях, связанных с коммуникацией.

Модели изменения медиа-систем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция глобализации играет в этом процессе не последнюю роль. Создание различных медийных информационных контекстов требует особого умения, профессионального мастерства. Мобильность, мультимедийность, интерактивность, универсальность, многофункциональность - вот ключевые слова современной журналистики, которая постепенно становится конвергентной. Само понятие конвергентной журналистики появляется в начале XXI века.

В настоящее время идет тенденция «конвергенции» - объединения, слияния в единое целое и коммуникационных технологий, рынков, и самих средств информации, бытовой и профессиональной техники. Конвергенция (от лат. «convergere» - приближаться, сходиться) означает «схождение», «сближение», что в контексте медийных реформ обеспечивает разным типам СМИ новое концептуальное взаимодействие с учетом их организационно-структурного сближения или полного слияния, включая формирование новых управленческих методик для оперативного создания оригинального информационного продукта с целью его размещения в различных медийных средах и захвата внимания профессор потенциальной аудитории [1].

Как отмечает декан факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова профессор Е.Л. Варганова, «все чаще понятие «конвергенция» становится синонимом магистральных преобразований в медиасфере... Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы СМИ и коммуникации, но и различные, связанные с ними индустрии». Чаще всего, употребляя этот термин, приводят цитату известного американского ученого профессора Массачусетского технологического университета Итьеля де Сола Пула: «Стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими, как телефон, почта, телеграф, и как средствами массовой коммуникации, такими, как пресса, радио и телевидение» [2].

Конвергенция - это слияние рынков. Современная индустрия СМИ движется ко все большей интеграции с телекоммуникационным сектором, производством бытовой техники, информационными технологиями. В результате создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов.

Конвергенция как понятие начинает доминировать в медиа менеджменте, включая и производство контента. Существенно влияя на сбор, создание и распространение информационного продукта, конвергенция не только кардинально изменяет подходы к управлению информацией, принципиально реконструируя организационную структуру СМИ, но и формирует новую бизнес-

представляет то пространство, которое технически позволяет объединять в себе текстовые, визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, графические, анимационные и другие элементы.

Интернет - информационная, интерактивная среда, для которой характерен особенный язык и специфический контент, к которому могут подключаться и проявлять себя разные СМИ. Это взаимовлияние и взаимопроникновение одних видов СМИ в другие и определяет мультимедийность современного медиа развития.

В начале XXI века появляется сетевая инфраструктура редакций - соединение компьютеров в сети редакции и за ее пределами. Эту задачу сначала выполняли Интернет и электронная почта, затем подключилась мобильная телефония, появляются цифровые носители видео и аудиоинформации, нелинейный монтаж в телевизионном и радиопроизводстве. За последние 20 лет стали внедряться различные способы доставки телевизионного сигнала, такие, как: кабельное ТВ, спутниковое ТВ, цифровая технология, Интернет-ТВ. В XXI веке к перечисленным технологиям добавляется вещание через мобильный телефон.

Конвергентная журналистика - это редакция, производящая новости одновременно для всех видов СМИ, входящих в состав крупного медиа холдинга: Интернет, радио, телевидение, пресса. Они поддерживают друг друга и продвигают при помощи кросс-промоушна, обмениваясь рекламными

модель, поиск которой на медиа-рынке интенсивно велся на протяжении последних нескольких лет.

Все чаще понятие «конвергентность» становится синонимом магистральных преобразований в медиа-сфере. Центральное место проблем конвергенции в современных дискуссиях о грядущих трансформациях информационно-коммуникационной сферы объясняется его многозначностью и многоплановым трактованием. Конвергенция представляется процессом, который в ближайшие десятилетия может полностью изменить не только системы средств массовой информации и коммуникации, но и различные, связанные с ними, индустрии.

Интернет, электронные издания дали сильный толчок для превращения традиционных СМИ с мультимедийные СМИ, т.к. Интернет

площадями, информацией, анонсами, ссылками на материалы включенных в процесс медиа.

Конвергентная редакция - перспективная форма, новая модель деятельности журналистского коллектива. Она позволяет работу журналистских кадров сделать более оперативной, организованной и продуктивной. Конвергентная редакция позволяет готовить более полноценные материалы, сочетающие в себе глубину газетной журналистики, эмоциональность видео и онлайн-интерактивность. Есть еще преимущество: появляется возможность сокращения издержек, растет привлекательность объединенных СМИ, увеличивается их капитализация. Для казахстанского медиарынка тема «конвергенция в журналистике» новая. Тем не менее казахстанские СМИ активно внедряют мультимедийные редакции. Практически все крупные медиахолдинги стали создавать мультимедийные пространства.

Исследователь С. Л. Уразова выявляет ряд характеристик, обуславливающих преобразования медийного рынка, которые показывают причинную связь возникновения конвергентных процессов. Вот некоторые из них:

1. Смена мономедийной среды на мультимедийную.
2. Замена классификационного названия медиа - из СМИ они трансформируются в СМК.
3. Возникает новая форма коммуникации - интерактивность.

4. Процессы глобализации с учетом использования современных цифровых технологий изменяют параболу распространения информационного продукта [3].

Профессор Г.П. Бакулев отмечает, что «происходит передача функций одних масс медиа другим, «перемена ролей» у разных каналов коммуникации, появляется возможность получать одинаковое содержание по разным каналам. В результате радикально меняются прежние представления о каналах коммуникации и информации. Сближение различных медиа, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров [4].

Новые СМИ увеличивают возможности коммуникации, предлагают разное интерактивное взаимодействие пользователя и производителя, а также распространителя содержания. В ходе такого процесса происходит эволюция персональной модернизации. В средствах массовой информации проявляются тенденции, которые выражаются в резком увеличении информационных потоков, в

появлении новых независимых СМИ, медийных организаций, новых участников информационного процесса.

#### Литература:

1 Основы медиабизнеса: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2009. - С. 356.

2 Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. - М., 2010. - С.15

3 Уразова С.Л. Конвергентная журналистика в цифровой медиа-среде: методическое пособие. - М.: ИПК, 2010. - С. 11.

4 Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика. - М.: ИПК, 2002. - С. 79.

«Конвергенттік» ұғым медиа салада магистралдық өрнектеулер медиа синоним болып қалыптасады. Информациялық-коммуникациялық саланы болашақтағы өзгерулері туралы қазіргі пікірталастардағы конвергенцияның мәселелері, оның көп мәнделігі және көп жоспарлылығы туралы айтылады. Конвергенция ең жақын он жылдықта бұқаралық ақпарат құралдарының жүйесі және коммуникация ғана емес, индустрия оларға қатысты әртүрлі толық өзгерте алған процесспен көрінеді. Жаңа медиа - қазіргі мультимедияның дамуын анықтайтын бір-біріне өзара әсер ететін және ықпалдасатын БАҚ-тың бір түрі.

The new information and communication technology (ICT) erases the boundaries of time and space and become the principal «as-sistants» of globalization. The information and communication technology ability the integration the Kazakhstan to world association, entry to international information space. De-monopolization of telecommunications, broadcasting sector was carried out. Denationalization of television, the emergence of private equity radio companies make it possible to enter in the audiovisual market quickly and easily, which constantly feels the need for information resources in the broadcasting exchanges. In the mass communication of Kazakhstan, there are trends that are manifested in a sharp increase of information flows, the emergence of new independent media, communication organizations, new members of the information process, the emergence of electronic newspapers, Web-publications in the formation of the new information markets and services.

С. Велитченко

### Роль журналистики в формировании правовой культуры общества

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 316.77:34; 070:34

**Аннотация.** Автор статьи рассуждает об актуальности введения в обучение будущих сотрудников СМИ курса «Правовая журналистика». Известно, что средства массовой информации - это основной источник правового информирования граждан. И потому современный журналист должен иметь представление о законодательной и правоохранительной деятельности, знания о методах освещения СМИ правовых проблем.

**Правовая журналистика. Правовое информирование граждан.**

## Союз журналистов Казахстана

*Что такое «правовая журналистика»? В узком понимании - это работа журналиста по правовой тематике. Но в более широком смысле слова имеется в виду журналистика в правовом поле - то есть не нарушающая норм и не способствующая их нарушению. Как известно, в реальной практике это не всегда бывает так.*

Роль журналистики в формировании правовой культуры общества трудно переоценить. Ведь средства массовой информации - это основной источник правового информирования граждан. Комментарии правовых актов, ответы юристов на вопросы читателей, материалы на судебные темы, публикации о работе следственных органов, прокуратуры и милиции, «криминальная хроника» - нет ни одной общественно-политической газеты, которая не отводила бы на своих страницах места для публикации правовой направленности. И потому современный журналист должен иметь представление о законодательной и правоохранительной деятельности, знания о методах освещения СМИ правовых проблем.

Как известно, судебная, правоохранительная системы и СМИ функционируют в одной социальной среде. Выполняя различные функции и имея разную природу, они, тем не менее, должны одинаково служить общественным интересам. Казалось бы, средства массовой информации очень часто обращаются к судебной тематике, но обстоятельных, серьезных публикаций, значительных как по объему, так и по глубине постановки проблем, очень мало. В последнее время жанр «чернухи» или поверхностного, низкопробного «криминального репортажа» вытесняет с газетных полос и из эфира квалифицированные материалы, ориентированные на идеи правосудия, анализирующие социальные и иные причины преступлений. Такая ситуация сложилась и в казахстанских, и в российских СМИ. Журналистов в первую очередь интересует «читабельность» их материалов, способствующая повышению тиража издания, росту известности и авторитета автора. Это вполне объяснимо, если встать на позицию самих журналистов и редакций СМИ, но далеко не всегда оправданно с точки зрения общества.

Старшее и среднее поколения отечественных журналистов помнят, что в 70-80-е годы прошлого века пресса выполняла роль «правового всеобщего населения». Такой жанр журналистики, как судебный очерк, был весьма популярен. На творчестве журналистов-юристов - Аркадий

Ваксберг, Евгений Богат, Ольга Чайковская, Валерий Аграновский - воспитывалось целое поколение молодых сотрудников масс-медиа. В соседней России, например, работает Гильдия судебных репортеров, у истоков которой стоял известный журналист-юрист Юрий Феофанов. Члены Гильдии приняли Декларацию «О принципах честной работы в жанре судебного очерка, репортажа и журналистского расследования».

Сегодня в нашей стране создана Гильдия судебных репортеров Казахстана. Инициаторами создания подобного объединения выступили Союз судей РК, международный фонд защиты свободы слова «Әділ сөз» и Союз журналистов Казахстана. В новое объединение могут войти журналисты, которые специализируются на правовой тематике. Создание Гильдии будет способствовать развитию судебной и правовой журналистики на основе высоких профессиональных и этических стандартов, доверительных отношений между журналистским и судебным сообществами, средствами массовой информации и судами, укреплению независимости судебной власти, ее транспарентности и эффективности.

Факультет журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби взял на себя сложную, но очень интересную задачу - подготовку журналистов, специализирующихся на правовой тематике. Эта инициатива принадлежит декану факультета журналистики, доктору юридических наук, профессору Есбергену Алауханову.

- В СМИ часто встречаются случаи, когда журналисты публикуют информацию «до суда», называя преступником человека, еще не признанного виновным. Тем самым нарушается презумпция невиновности. Также не секрет, что некоторые отечественные издания и интернет-газеты, злоупотребляя своими возможностями, публикуют «заказные» материалы, заведомо формируя ложное общественное мнение, что служит зачастую основой для неправомερных журналистских расследований. Многие факты, как правило, не подтверждаются, а издания остаются безнаказанными. Такие проблемы в деятельности журналистов возникают в том числе и потому, что в вузах не на должном уровне проводится правовая специализация, - считает Есберген Оразович. - Именно поэтому мы решили на факультете журналистики КазНУ им. аль-Фараби вплотную заняться качественной подготовкой журналистов-

правоведов. Для повышения правовой грамотности журналистов на факультете мы проводим мастер-классы с участием профессионалов СМИ, специализирующихся на правовой тематике. Мы, юристы, часто критикуем журналистов, но одновременно работаем и над защитой их прав: коллектив авторов разработал проект Закона «О правах казахстанского журналиста в вопросах возмещения морального ущерба». От бесконечных исков к изданиям уже устали и журналисты, и суды. Активная дискуссия и обсуждение в обществе, а также рекомендации экспертов в области права и медиа будут способствовать принятию столь нужного закона [1].

Сегодня на факультете журналистики функционирует два научно-творческих объединения по правовой журналистике для студентов казахского и русского отделений. Интерес к правовой тематике у ребят огромный! Студенты встречаются с видными юристами Казахстана, слушают лекции профессоров из дальнего зарубежья. Среди приглашенных профессоров - ученый с мировым именем, доктор юридических наук, заведующая кафедрой уголовного права и процесса Юридического института Национального Авиационного университета Украины София Лиховая. Она приехала в Алматы, на факультет журналистики КазНУ имени аль-Фараби с циклом лекций по правовой тематике, в частности, с оценкой современного состояния средств массовой информации с точки зрения влияния их на преступность. Профессор Лиховая убеждена: в зависимости от того, какое содержание журналист будет вкладывать в ту или иную информацию, она

Нередко профессиональная страсть журналиста к тому, чтобы любой ценой заинтересовать публику, наносит обществу вред. Это случается, если статья, репортаж или телепрограмма непрофессионально информирует о преступлениях и, тем более, если журналистское выступление невольно способствует нарушению уголовного закона. Эти пороки продукции СМИ, считает ученый, могут быть предотвращены посредством образования. Обучение правовой журналистике должно сформировать неперемное правило, как у врача, - «не навреди». Обучение современного журналиста должно включать в себя блок дисциплин по правовой

может носить социальный характер, позитивно оцениваться и восприниматься; и та же информация, поданная под другим взглядом, может быть асоциальной, криминогенной и отрицательно влиять на процессы в обществе.

- Меня как юриста, в первую очередь, интересуют те коммуникативные аспекты, которые связаны с криминализацией общественного сознания. Информация, распространяемая в СМИ, становится объектом изучения криминологии как юридической науки о преступности. СМИ любят называть себя «независимыми». А от кого и от чего они независимы? «Независимость» - понятие относительное. Мы все имеем право на информацию, а право - это мера разрешенного поведения. Мы этим правом должны пользоваться так, чтобы не нарушать право других людей. И если СМИ независимы от цензуры, государственного прессинга, то нужно помнить о том, что от правового регулирования, правовых норм они не независимы. Деятельность по распространению информации строго урегулирована законом. И выходить за рамки этого закона ни в коем случае нельзя, - считает София Лиховая.

Заслуженный деятель науки России, доктор юридических наук, профессор Дмитрий Шестаков утверждает: в ряде случаев СМИ служат средством для манипуляции общественным мнением при проведении не самой лучшей уголовной политики. Что это значит? С помощью масс-медиа легко переключить внимание публики с острейших проблем преступности на второстепенные или даже в значительной степени надуманные!

журналистике, в том числе и такую новую научную дисциплину, как криминология СМИ.

Одним из знаковых событий стала недавняя встреча профессорско-преподавательского состава и студентов факультета журналистики КазНУ с Председателем Верховного Суда РК Бек-тасом Бекназаровым. Разговор шел о развитии правовой журналистики в Казахстане. Почетными гостями форума были главные редакторы ведущих общественно-политических и юридических СМИ Казахстана, ученые, писатели, публицисты.

- Наши принципы - доступность, объективность, достоверность и тесное взаимодействие со СМИ по вопросам обмена информацией, - отметил глава

судебного ведомства. - В первую очередь, мы обеспечили беспрепятственный допуск журналистов на открытые судебные заседания. В Аппарате Верховного Суда работает Отдел по связям с общественностью и средствами массовой информации, на постоянной основе проводятся брифинги и пресс-конференции. На интернет-ресурсе Верховного Суда представлены такие информационные системы, как «Справочник по судебным делам» и «Банк судебных актов». Через них обеспечен доступ участников процессов к интересующим судебным материалам. Стоит отметить огромную работу Союза судей по взаимодействию судов и СМИ. Союз Судей на постоянной основе организует конкурсы среди журналистов на лучшее объективное освещение судебных процессов. В рамках форума «Суды и СМИ Казахстана» проводится цикл специальных праворазъяснительных, просветительских семинаров-тренингов [2].

Председатель Верховного Суда также отметил, что информация о деятельности судебных органов должна способствовать повышению роли суда в общественном сознании. Часто работники СМИ жалуются на судей, когда те либо не желают допускать представителей прессы в зал заседания, либо ограничивают их право вести видео- и аудиозапись, либо отказываются комментировать решение суда. Такое поведение нередко объясняется

некоторым недоверием на действия самих журналистов, которые допускают грубые ошибки в своей работе и даже мешают нормальному отправлению правосудия. И это зачастую вызывает серьезные конфликты. Глава Верховного Суда даже привел пример из практики работы судов Соединенных Штатов Америки: во всех федеральных судах США ни при каких условиях не разрешается вести видеосъемку и использовать фотовспышку. Подобного рода использование технических средств допускается в судах, которые занимаются более мелкими преступлениями, что хотя бы меньше привлекает внимание прессы.

Сегодня важно отвечать за журналистское сообщество своими авторскими именами, признавать принципы честной работы в жанрах судебного очерка и репортажа, журналистского расследования. Хочется надеяться, что в недалеком будущем журналистов, пишущих на правовые темы, будет интересовать, в первую очередь, объективное и честное освещение темы, а не выполнение чьего-то «заказа» и собственный PR. И это не пафос - это реальная необходимость.

#### Литература:

- 1 Судебная система и СМИ: союз профессионалов. [www.zakon.kz](http://www.zakon.kz)
- 2 Там же.

Бұқаралық ақпарат құралы - бұл азаматтарды құқықтың ақпараттандырудың қайнар көзі. Тергеу органдарының жұмысы, прокуратура және милиция туралы сот тақырыптары, жариялаудағы оқырмандардың сұрағы, құқықтық материалдарға қатысты түсініктер, заңгерлердің жауаптары сынды қоғамдық-саяси газеттің ішінде құқықтық жарияланымдарға орын бермегені жоқ және сондықтан қазіргі журналистің заң шығару және құқық қорғау органы туралы түсінігі болуы керек, БАҚ құқықтық мәселелер жөнінде білуі керек.

The media - the main source of legal information to citizens. Comments legal acts, legal answers readers' questions, the materials on the legal topic, publication of the investigators, prosecutors and police «crime news» - not a single socio-political newspaper, which is not relegated to the pages on the site for publication of legal orientation. And because the modern journalist should have an understanding of the legislative and law enforcement, knowledge of the methods of the media coverage of legal issues.

Е. Дудинова

#### Парадоксы развития нравственных императивов мировой журналистики в XX веке

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070(4/9)



**Аннотация.** Статья посвящена проблеме неоднозначного отношения к журналистским кодексам чести, истории формирования профессиональной морали. Автор изучает процесс становления деонтологии журналистов, причины и этапы возникновения кодексов журналистской этики.

### Журналистская этика. Кодекс чести журналистов.

Противоречия между миссией журналистики как социального института и конкретной деятельностью некоторых СМИ порождают споры и различные подходы к пониманию журналистской морали.

Интересны в этом смысле исследования западных теоретиков. Джон Мэррилл, профессор факультета журналистики из Луизианы, выдвигает тезис о неэтичности профессии журналиста вообще, приводя в качестве основного аргумента саму специфику этой деятельности, которая якобы изначально противоречит каким-либо общественным нормам [1].

Эверетт Дэннис, директор Центра изучения средств массовой информации фонда «Фридом форум» (г. Нью-Йорк), наоборот, утверждает, что гарантом благотворного влияния прессы на общественное развитие является повышенный интерес журналистов к профессиональной этике, культивируемый учебными заведениями, готовящими журналистов, и поддерживаемый в корпоративной среде /там же/.

Одна их глав книги «Универсальный журналист» Дэвида Рэндалла, выпускника Кембриджского университета, бывшего заместителя главного редактора лондонской газеты «Observer» начинается со слов: «Этикой высоколбые журналисты вечно попрекают беспутных грешников, топчущих ту же ниву. Шансов на успех у них не более чем у человека, пытавшегося проповедовать целомудрие матросам, прибывшим в порт после полугодового плавания».

При определении этики и при решении вопроса, следуете вы ей или нет, - пишет Д. Рэндалл в главе «Новая этика», - ключевыми факторами являются: зарплата, конкуренция и культура в вашей газете. Первый фактор - очевидный. Платите штатному журналисту 3000 долларов в год, и он (она) волею-неволей пойдет на выполнение любых скользких поручений на стороне, чтобы обеспечить себе нормальное существование; платите ему 100000 долларов в год, и он сможет позволить себе быть принципиальным почти по любому моральному пункту. Бывают, конечно, и исключения - например, если высокооплачиваемый репортер до смерти боится потерять прибыльное место в штате, он будет готов пойти на все, чтобы удержаться там. Однако, в

основном, чем выше зарплата, тем больше принципов журналист может себе позволить.

Затем автор предлагает выработать такие методы, которые помогут журналистам работать с чистой совестью: «С их помощью мы сохраним свою репутацию незапятнанной, поскольку самое главное для журналиста - это его репутация. Пусть редактор отнимет у вас жизнь, ваше свободное время - но ваша репутация останется при вас» [2].

И далее, Дэвид Рэндалл предлагает несколько утопичную модель «новой этики», проистекающей из неписаного закона, установленного между газетами и их читателями в *свободном обществе*: всякая статья и заметка в газете попали туда по соображениям, свободным от любого политического, коммерческого или некоммерческого давления. Они напечатаны не из-за обмена услугами или деньгами - они были написаны и отредактированы в духе независимого исследования, и выбраны для публикации, исходя только из их достоинств, фактических или кажущихся.

Универсальные рекомендации, обращенные автором к коллегам по цеху, сводятся к следующему: журналисты должны служить только своей газете и своим читателям; работа над каждой статьей должна быть честным поиском правды; нельзя поддаваться ни на какие уговоры напечатать что-нибудь; журналисты не должны позволять рекламодателям влиять, прямо или косвенно, на содержание газеты; не надо представлять статьи для визирования, одобрения или запрета кому-либо за пределами редакции; цитируйте всегда точно; не используйте свое положение для угроз или для получения привилегий; не обещайте «снять» статью в обмен на дружбу или услуги; не обманывайте людей ради получения от них информации; не придумывайте и не улучшайте информацию; никогда не раскрывайте свои источники; всегда исправляйте свои ошибки; вы не должны получать личную выгоду от своих статей [2].

Как видим, «новая этика» Д. Рэндалла не отрицает «старую», однако обогащает ее основным требованием: общество и журналистика в нем должны быть *свободными* от «служения» коммерческим, политическим или иным корыстным интересам. То есть в свободном обществе

журналистика может вернуться, по меткому выражению Д. С. Аврамова, к «родовому гуманистическому предназначению». По мнению исследователя, журналистика тоталитарного общества существует в превращенной форме: отбор, обработка и распространение информации зависят уже не от ее собственного содержания, а от соответствия предварительно заданным идеологическим моделям.

При таком отношении журналистика сливается с пропагандой и перестает существовать, как самоценный социальный механизм. Феномен журналистики как раз и состоит в том, что, утратив документальность, социальную остроту и направленность, «народность» - она утрачивает и свои основные привилегии. Становясь служанкой политической или экономической группы и открыто переходя на обслуживание чьих-то интересов, СМИ теряют авторитет, аудиторию, конкурентоспособность, а значит ценность и привлекательность для хозяина. Круг замыкается. Решать вопрос, как быть успешным, но не продажным, - приходится самим журналистам.

От ХУП до ХК века журналистика прошла интересный путь самоопределения и технологического становления: формировался газетный стиль, определялись жанры. К 30-40 годам XIX столетия появляются газеты, предназначенные уже для тысяч и миллионов читателей, журналистика становится *массовой профессией*.

*Первые профессиональные объединения* появляются во второй половине XIX века, тогда же принимаются их уставы. В начале XX века разрабатываются *первые кодексы профессиональной чести*.

*Причинами* появления кодексов называют системный кризис, который сложился на рубеже XIX и XX веков. Острая необходимость жесткой регламентации журналистской деятельности возникла из того, что именно в этот период набирали мощь и имели большое влияние на умы людей крупные газетные монополии. Журналисты активно вмешивались в политику, социальную жизнь. Свобода слова, порой, превращалась во вседозволенность.

Вот как писала об этом в 1908 г. швейцарская газета «Журнал де Женев»: «Мистер Пирсон и его соперник лорд Нордклиф, владелец «Дейли мейл», ввели в Англии новый метод журнализма, который

состоит в том, чтобы не считать читателя существом с рассудком, не взывать к его уму и моральным качествам, чтобы каждое утро снабжать его мешаниной из сенсационных новостей, не содержащей ничего, кроме заголовков. Все это продается очень дешево. Это отвечает нуждам торопящегося человека, который хочет знать о происходящем быстро и в общем виде. Постепенно теряя возможность следить за ходом мысли, он привыкает каждое утро проглатывать, как автомат, этот грубый корм» [3]. Так, создавая у читателя иллюзию полной осведомленности о том, что происходит за пределами его непосредственного окружения, пресса нейтрализует активность его мысли, не позволяя ей выйти за рамки традиционных представлений.

Естественно, «общество стало проявлять озабоченность из-за случившихся злоупотреблений, которые пишущий мог совершить в силу своего особого положения - принадлежности к журналистскому цеху».

Бесцеремонное навязывание читателю идей и мнений, выгодных манипуляторам, вызвало озабоченность у демократической общественности, в том числе и у самих журналистов, которые почувствовали опасность для себя превратиться в безропотные шестеренки газетного механизма. Их попытки в какой-то мере *противостоять произволу монополий слова и оградить от него читателя выразились, в частности, в разработке кодексов профессиональной этики*. Такие кодексы в 20-е годы были приняты журналистскими корпорациями многих стран.

*Первым писанным кодексом* обычно считают «Хартию поведения», принятую в 1918 г. во Франции Национальным синдикатом журналистов. Однако, как утверждает финский исследователь Ларе Бруун, впервые этический кодекс был документально оформлен в Швеции около 1900 г. Правда, он не получил тогда широкого распространения [3, с.55].

В те же годы по инициативе различных издательских и журналистских организаций начали проводиться международные встречи журналистов. На одной из них, проходившей в 1921 г. в Генолулу, американец Джеймс Броун предложил принять международные правила поведения журналиста. Он составил их сам и назвал «Кодекс этики и норм журналистской практики».

Участники встречи не поддержали вариант, разработанный Броуном, однако под влиянием идей, высказанных на этой конференции, в Швеции, Бразилии, Финляндии и других странах появились собственные своды журналистских норм. В 1923 г. под названием «Каноны журнализма» первый такой кодекс был создан в США. Его приняло американское общество газетных редакторов. Общество по сей день издает бюллетень, в котором большое внимание уделяется разбору этических казусов.

Настоящий расцвет деятельности международных сообществ приходится на середину 20-х и 30-х гг., когда Бюро Международного труда и Лига Наций создали *первую* международную организацию журналистов-практиков.

Судя по содержанию первых кодексов, их составители находились под влиянием возникшей в начале века концепции свободной прессы, или, как ее иначе называют, либертальной. Истоки этой концепции восходят к идеям Дж. Мильтона, Т. Джефферсона, Дж.-Ст. Милля, а ее содержание может быть сведено буквально к нескольким пунктам. Вот они:

1. Пресса является общественным или полупублическим институтом. Ее главная цель - информировать читателя, развлекать его и помогать ему контролировать правительство.

2. Пресса доступна любому гражданину, и каждый, имеющий достаточно средств, может издавать газету.

3. Пресса контролируется самопроизвольным процессом установления истины на «свободном рынке идей».

4. В ней запрещены клевета и непристойности.

5. Наконец, пресса - четвертая власть в государстве. Она несет ответственность перед обществом и обязана представлять общество в целом.

Общая демократическая направленность этой концепции, на разоблачении ограниченности которой столь поднатрели наши теоретики, благотворно сказалась на содержании первых журналистских кодексов. В качестве высших ценностей в них провозглашаются свобода слова и право всех людей на получение правдивой информации [3, с.56].

Требования, зафиксированные в первых кодексах, обычно не выходят за пределы общечеловеческих норм нравственности и рекомендаций на

уровне здравого смысла. Вот краткий перечень основных принципов, которые обычно составляют основу кодексов журналистской этики:

- пиши правду, придерживайся фактов даже тогда, когда они тебе неприятны;

- уважай честь и достоинство каждой личности, ее право на частную жизнь: не пиши против совести и не принимай ни от кого подачек;

- исправляй допущенные ошибки;

- будь честным при сборе и распространении новостей;

- уважай демократические институты и общепринятые нормы морали.

Кодексы отличаются друг от друга по степени обобщенности требований, предъявляемых журналисту. Одни включают только общие принципы, другие снисходят до конкретных рекомендаций поведения в той или иной частной, но типичной ситуации. Иногда они обрастают дополнительными статьями, сформулированными на основе прецедентов, разбиравшихся журналистскими судами чести или советами по прессе.

Журналисты, составлявшие кодексы, старались уйти от неизбежного в таких случаях стандарта, но обычно это им не очень удавалось. Тем не менее кое-какие различия в форме кодексов все-таки есть. Одни апеллируют к психологии журналиста и написаны как кредо: «Я верю...», другие провозглашают общие принципы, третьи эти принципы еще и конкретизируют, а некоторые дают также перечень санкций, предусмотренных за то или иное нарушение.

По мнению омбудсмана по СМИ Турции Явуза Байдара, различие кодексов журналистов разных стран существует по нескольким причинам: «Во-первых, традиции журналистики в разных странах различаются. Во-вторых, некоторые страны действуют или реагируют медленнее, чем другие, в отношении выработки и изменения своих руководящих принципов. В-третьих в каждом обществе существуют разные *уровни чувствительности*, основанные на характере демократии и социально-культурно-этнически-религиозных кодексах поведения. Эта чувствительность часто отражается в содержании сообщений [4].

Безусловно, само по себе рождение кодексов свидетельствовало о неблагополучии в журналистском цеху, сигнализировало об опасности и

наличии злоупотреблений свободой слова, фактами, возможностью манипулировать массовым сознанием, создавать «нужное» общественное мнение. Не случайно, появление первых кодексов относится к началу XX столетия - именно тогда с укреплением и укрупнением журналистики возникли первые серьезные проблемы.

Итак, в начале XX столетия прокатилась *первая волна* интереса к журналистской этике. Как раз в это время в Европе и Америке складываются мощные газетные монополии, начинается широкое использование прессы для манипуляции массовым сознанием. Попытки демократической общественности, в том числе и журналистов, противостоять этому процессу и хоть каким-то способом оградить от него читателей выразились, в частности, в разработке кодексов профессиональной этики. Такие кодексы были приняты журналистскими корпорациями многих стран.

*Вторая волна* интереса берет условное начало в середине века. Именно к этому периоду ученые относят такое понятие, как «коммуникационный взрыв» [4], связанный с появлением электронных СМИ, воздействующих одновременно на сотни миллионов людей. Телевидение, в частности, породило новую эру манипуляций.

*Третья волна* связана с «информационным империализмом» - так в 1976 году называли сложившееся неравенство между развитыми и развивающимися странами. До сегодняшних дней на международной арене не прекращается борьба за «новый информационный порядок», смысл которого в преодолении несправедливости в обмене информацией.

Важным фактором в этом процессе можно считать принятие Декларации ЮНЕСКО об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и взаимопонимания, в развитие прав человека и борьбу с расизмом, апартеидом и подстрекательством к войне /1978 г./.

А затем «Международных принципов журналистской этики», принятых на IV консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций, проходившей в 1984 г. в Париже и Праге. Этот документ гласит: «Первейшая задача журналиста - гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности». Именно в такой гарантии и

заключена сердцевина общей формулы профессионального долга. Однако, согласно «Принципам...», в эту формулу следует включить еще ряд чрезвычайно важных в современный период положений, а именно:

- заботиться о том, «чтобы общественность получала достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связное представление о мире»;

- способствовать «общедоступности в работе средств массовой информации»;

- выступать «за всеобщие ценности гуманизма, прежде всего за мир, демократию, социальный прогресс, права человека и национальное освобождение»;

- всемерно противодействовать «тираническим режимам, колониализму и неоколониализму, а также другим бедствиям, причиняющим человечеству страдания, таким, как нищета, недоедание, болезни»;

- «способствовать процессу демократизации международных отношений в области информации и коммуникации, в особенности охранять и укреплять мир и дружеские отношения между народами и государствами».

Данное представление о профессиональном долге журналиста отражает функциональную природу журналистики, призванной снабжать общество достоверной информацией о мире и происходящих в нем изменениях, способствовать свободному выражению мнений людей, содействовать утверждению в общественном сознании и общественной практике всеобщих ценностей гуманизма. Вместе с тем такое представление о профессиональном долге журналиста содержит в себе и конкретно-исторические задачи человечества, при решении которых нельзя обойтись без журналистики. И это естественно, поскольку профессиональный долг, как и профессиональная мораль в целом, как и все моральные отношения, есть диалектическое единство вечного, сущностного, с одной стороны, и конкретно-исторического, изменяющегося в соответствии с конкретно-историческими условиями, с другой. На понимание профессионального долга влияют и политические позиции журналистов.

Современный интерес к журналистской этике или *четвертая волна* вызван также практическими нуждами:

- развал СССР, появление ряда суверенных государств, каждое из которых формирует и определяет свою модель журналистики и журналистской этики, соответственно;

- активизация террористической деятельности и включение СМИ в сферу интересов экстремистских групп;

- использование средств массовой информации для лоббирования интересов конкретного капитала или хозяина.

Таким образом, принятие этических кодексов вызвано двумя факторами. С одной стороны: беспокойством общества о возможных злоупотреблениях со стороны специалистов. С помощью профессиональной морали общество пытается контролировать журналистов.

С другой стороны, сами журналисты заинтересованы в принятии кодексов, чтобы повысить доверие к корпорации и своей деятельности, обеспечить благоприятные условия для нее.

#### Литература:

- 1 Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. - М.: Вагриус, 1997. - 328.
- 2 Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист. - М., 1996.
- 3 Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. - С. 55.
- 4 Айdosов С.Б., Кыдырова Л.К. Этический кодекс журналистов: проблемы развития механизма саморегуляции медиаинститутов в Казахстане и международный опыт. - Шымкент: СРЦ, 2009. - С. 14.

Бұл мақалада автор журналистік ар-намыс кодексінің түрлі мәселелері мен кәсіби моральдің қалыптасу тарихы және журналистік доктологияның дамуын, журналистер этикалық кодексінің пайда болу себептері мен кезеңдерін қарастырады.

The article deals with the ambiguous attitude towards the journalistic codes of honor, history of the formation of professional ethics. The author examines the process of establishing ethical standards of journalists, the causes and stages of codes of journalistic ethics.

Х. Саидов

### Формула «Плохой журналистики»

Глав. редактор газет «Маъгрифат» и «Учитель Узбекистана», Узбекистан, г. Ташкент

УДК 070(4/9)

**Аннотация.** В статье впервые представлены проблемы распространения истинной и объективной информации, цели предоставления ложного, организованного информационного нападения, их исторические и современные формы и причины.

#### Прогрессирующая, хорошая, плохая журналистика.

Ученые, исследующие проблемы мировой журналистики, разными терминами стали называть ее различия. Например, «прогрессирующая журналистика», «эффективная журналистика», «хорошая журналистика», «плохая журналистика»... В этой статье мы хотим поразмышлять о последней из вышеназванных категорий журналистики. Западные ученые (исследователи) в журналистской науке примером «плохой журналистики» приводят

корыстное, умышленное, злонамеренное, питающее вражду и ненависть движение, осуществленное американским медиа-магнатом Уильямом Рендольфом Херстом. Его краткое изложение словами Дэвида Рэндалла таково:

«Ничто не характеризует отношение Херста, как и многих других собственников, к журналистике лучше, чем несколько телеграмм 1898 года. Херст, по личным политическим соображениям и ради

увеличения тиражей, был заинтересован в войне между Испанией и Америкой за Кубу. Его главная газета, «New York Journal» («Нью-Йорк Жоурнал»), публиковала лживые, ура-патриотические статьи под крикливыми заголовками: «Пленных скормили акулам», «Война с Испанией за убитых американцев» и «Величайшее оскорбление США за всю их историю» (о письме испанского посла, содержащем критику в адрес Президента). По указанию Херста его подчиненные пускались во все тяжкие, чтобы найти свидетельства «жестокости» испанцев. Те, кто почестнее, не нашли ничего (и это плохо отразилось на их карьере), другие - дали волю воображению. Среди последних был некий Фредерик Ремингтон, художник. Обнаружив, что все спокойно, а кровопролитием и не пахнет, он телеграфировал Херсту:

«Все спокойно. Ничего страшного не происходит. Войны не будет. Хотел бы вернуться». Херст послал ответ:

«Пожалуйста, оставайтесь. Обеспечьте иллюстрации. Войну обеспечу я».

Насколько одна газета сможет организовать войну, понимается, как, насколько сдержит свое слово Херст. Спустя несколько недель у побережья Гаваны взорвался американский линкор «Мэйн», и этот взрыв унес 260 жизней. А Херст начал публиковать кричащие статьи о том, что это диверсия испанцев. Пока две большие группы выявляли истинные причины взрыва, газета Херста, не предъявляя ни одного доказательства, продолжала обвинять испанцев. Эти статьи, призывающие людей к войне, до сих пор приводятся как наглядные средства, искажающие истину. Обратите внимание на дату подготовки и заголовки статей, связанных с происшествием с «Мэйн», опубликованных в «Journal»:

«17 февраля: «Уничтожение военного корабля - дело рук врага». Под заголовком - рисунок, занявший семь столбцов, - изображение судна и мин под его днищем, соединенных проводами с испанской крепостью на берегу - чистой воды выдумка.

18 февраля: «Вся страна дрожит в военной лихорадке». Этот заголовок появился в тот день, когда испанские и кубинские власти устроили жертвам взрыва торжественные государственные похороны, передав кладбище в вечное владение Соединенным Штатам. Об этом «Journal», чей тираж

впервые превысил миллион, не было сказано ни слова.

20 февраля: «Население Гаваны оскорбляет память жертв с «Мэйна». Всей этой дезинформации «Journal» уделяла, в среднем, по восемь с половиной страниц в день.

23 февраля: «Вероломное уничтожение «Мэйна». Новая ложь о гибели судна, а впридачу - правила карточной игры «Война с Испанией» для четырех игроков.

26 февраля: «Journal» призывает читателей обратиться к их конгрессменам с письмами, требующими войны. И это, несмотря на заявление Президента, что «Мэйн» был поврежден из-за случайного взрыва пороховых погребов на борту. (Официальное расследование так и не выявило истинную причину взрыва.)

В течение последующих нескольких недель Херст сконцентрировал все усилия на подхлестывании военной лихорадки и на публикации материалов о притеснениях кубинцев со стороны испанских властей. Найти эти материалы или просто раздуть их не составляло труда. Но «Journal» добавляла лжи о «Мэйне». 11 марта газета сообщила: «Следствием установлено, что «Мэйн» взорвали представители испанских властей». Эта неправда служила Херсту топливом для выпуска дополнительных тиражей и крупных заголовков.

22 марта: «Война - единственный выход из кризиса!»

28 марта: «Война или бесчестье?» На следующий день в «Journal» велась речь о создании полка из спортивных чемпионов Америки и об отправке его на Кубу, чтобы разбить испанцев.

1 апреля: «Война!» Ничего подобного.

6 апреля: «Война не за горами!» Репортеры из «Journal» рыскали по всей стране в поисках семей погибших на «Мэйне», печатая их призывы к отмщению. На таких номерах газеты теперь обычно красовалось изображение американского флага.

13 апреля: «Конгресс вот-вот объявит войну!»

Окончательное решение Конгресса 25 апреля, вероятно, было страшным разочарованием для Херста («Войну обеспечу я»). Однако он не успокоился» [1, 15-17].

Эта цитата взята из книги «Универсальный журналист», изданной для «журналистов Центральной Азии», английского журналиста Дэвида Рендалла, бывшего заместителя главного редактора лондонской газеты «Обсервер».

Естественно, вышеназванные проделки Херста (обратите внимание: 1898 год), в книге (учебнике) критикуются как «плохая журналистика». Его деятельность призывала многих людей к войне, путала их воображение, крала покой государственных руководителей Испании, словом, не перечить вред ложной информации.

А теперь по порядку сравните формулу «плохой журналистики», предложенную Д. Рэн-даллом, с андижанскими событиями 13 мая 2005 года в Узбекистане.

Прежде всего, как выявлено в судебном процессе, иностранные журналисты за три дня до этого события прибыли в Андижан. Осужденные подтвердили, что представители зарубежных средств массовой информации участвовали в этих событиях.

Автор этой статьи со своими коллегами-журналистами из Узбекистана 14 мая был в Шанхае (Китай). По-китайски не знаем, по этому в аэропорту нашли издаваемую в Шанхае на английском языке газету «Shanghai Daily» («Шанхай дели»). Там была статья о событиях в Узбекистане. Но в газете увидели только лишь статью «Up to 50 Uzbek dead» [2] («Погибло 50 узбеков») информационного агентства «Ассошиэйтед-Пресс» (США). В ней обозреватель использовал новый термин - «Мусульманские предприниматели». И все же нам, специалистам из Центральной Азии, было известно то, что этот термин сам по себе не появился. Ну, а для других? Вечером, когда в пекинской гостинице смотрели телевизионные новости «Би-Би-Си», опять был использован этот термин. Что самое интересное, информацию стали повторять и массовые информационные каналы других государств.

В такой момент ясно понимаешь, насколько важна распространенная первая информация (если это престижные теле-, радиоканалы, информационные агентства).

В американо-японских событиях «неожиданный удар» и его эффект были апробированы во время войны. В результате таких ударов с не ожидавшей стороны погибало множество людей, а вторая сторона, естественно, достигала целей. Об этом даже созданы фильмы.

И информационный удар дал такой же результат. Среди мировой общественности, в первую очередь, как истина была распространена ложная информация.

Через день, основываясь на заявлении руководителя Узбекистана, корреспондент агентства «Синхуа» (Китай) распространил совсем иную информацию [3]. Но «Би-Би-Си», вместо того, чтобы извиниться перед аудиторией, каждый раз опиралась на мнения каких-то «международных наблюдателей», «негосударственных организаций», продолжая свою «политику».

Многие обозреватели говорили, что причиной этому послужило то, что Узбекистан собственную информацию распространил поздно. Но для анализа событий, выявления истинной информации нужно было время...

Как стало известно, эти безобидные «мусульманские предприниматели» до того, как захватить хокимият Андижанской области, при содействии международных террористов завоевали военизированный блокпост, убив солдат и офицеров воинской части, завладели их оружием.

Это не было признано даже тогда, когда СМИ Узбекистана распространили правдивую информацию. То есть вместо того, чтобы исправить информацию о том, что «на самом деле было захвачено оружие, совершено нападение», подобно проделкам Херста, стали предъявляться новые обвинения. Как сказано выше, спустя некоторое время в результате взрыва корабля, принадлежавшего США, погибло более ста матросов. Совершено кровопролитие. Обвинение: «это дело рук испанского правительства». И в Андижане совершено кровопролитие. Обвинение аналогичное: «это совершили правительственные войска». Формула та же. Если вы обратили внимание, «Би-Би-Си» не подтвердила, что кровопролитие совершено вследствие террористического налета, наоборот, предъявила обвинение правительским силам. Не передавалось, что «если бы не налет международных террористов, это событие не совершилось бы». На вопрос «почему?» можно ответить, «их цель» была иной.

Для того чтобы так сказать, есть все основания. Во-первых, как можно понять то, что после неприятия информации «Би-Би-Си» министр иностранных дел Великобритании Джек Строу, почему-то встретившись с официальными лицами США, требовал оказать давление на правительство Узбекистана? Почему не думающий о ликвидации кровопролитной войны на африканском континенте английский министр заинтересовался именно

Узбекистаном? На самом деле, входит ли в компетенцию министра иностранных дел подтверждение информации так называемого радиоканала? Может, министр иностранных дел разозлился оттого, что в Узбекистане не произошла цветная революция? А в свершении цветной революции ясна их заинтересованность.

Не будем по одному перечислять эти интересы, а обратимся к статье «Англиз ва Туркистон» («Англия и Туркестан») [4], написанной в 1918 году одним из великих и честолюбивых джади-дов Туркестана Абдурауфом Фитратом, жившим и творившим в начале прошлого века. Созвучие мыслям Фитрата прослеживается и в статье еще одного сторонника просвещения Саида Ахрорий «Последняя надежда англичан» [5, 15-18], написанной в то время.

Сноска: «Дипломаты ни одной страны не смогли «сыграть» удачные роли и «растопить» хладнокровие английских политиков... При помощи силы своих денег они пытаются «ногами» Афганистана и Бухары зайти на территорию Туркестана. И можно сказать, что начали наступать. В последние дни прибывшие в Бухару пять английских послов по наставлению эмира были встречены придворными не по достоинству, что является достаточным подтверждением нашей претензии. Если необходимо сказать откровенно, то они не послы, а «торговцы совести». Возможно, Туркестан не доступен англичанам, но они хитроумно подсылают своих «микробов», которые умело подкупают несколько неосведомленных «неучей», продающих свою совесть и честь...

Англичане с этой целью, ради своих политических интересов, обманывая Афганистан и Бухару, хотят принести в жертву и нас. Их пакости оказали воздействие и усугубили и без того бедственное положение Туркестана, так что есть вероятность остаться «под копытами».

Каждый из нас после всего этого, встретив того, кто пропагандировал англичан, не избегая его, пусть напомнит ему о бедах, которые до сегодняшнего дня он нанес мусульманам...

В будущем, предвидя теперь такие действия англичан, мы знаем, что это наша всенародная задача - защита Отечества. Следовательно, во всеуслышание мы предлагаем всему народу Туркестана «открыть глаза» на это. Ибо всегда нужно помнить, что такая несообразительность может стать причиной разрушения Родины».

Как видно, в действиях и намерениях министра иностранных дел Великобритании Джека Строу имеется историческая основа. Если скажете, не паникуй, как Би-Би-Си, хотя бы приведем следующую мысль бывшего руководителя этого государства Уинстона Черчилля: «У Англии нет ни друга, ни врага. У нее есть только интересы!»

События в Андижане и информационные происки вокруг них побуждают сделать несколько выводов.

Прежде всего, действительно существуют разные угрозы независимости Узбекистана. Мы должны разъяснять населению необходимость беречь, защищать ее, разъяснять, откуда и как могут появиться угрозы, сущность организуемой информационной лжи или разных толкований, возникающих в периоды геополитических игр, фальшивых находок, увязывая с новостями, появляющимися в процессе таких событий. Например, почему преступники, организовавшие андижанские события, участвовавшие в них, превращенные в искусственных перебежчиков, в нарушение международных норм переправлены из Кыргызстана в Румынию. Через пять месяцев выяснилось существование секретных тюрем Центрального разведывательного управления США [6]. Почему после этого посетила именно Румынию государственный секретарь США Кондолиза Райс? [7].

Вышеуказанное побуждает сделать выводы о том что, во первых, необходимо осуществлять целый ряд работ и по возможности быстро (первыми) распространять информацию. Очень важно своевременно, оперативно, если надо - на иностранных языках, ответить на информационные нашествия.

#### Литература:

1. Рэндалл Д. Универсальный журналист / пер. с англ. Алексея Порьяза. - Алматы: Центральноазиатская школа молодых журналистов, 1996.
2. Up to 50 Uzbek dead // Shanghai Daily. - 2005. May-15.
3. President blames violence on extremist // China Daily. - 2005. May-16.
4. Фитрат, Абдурауф. Англиз ва Туркистон // Хуррият. - 1918. март -29.
5. Ахрорий, Саид. Избранные произведения. - Ташкент: Маънавият, 2004.



6. Мусаев Ш. Почему преступники были «переправлены» именно в Румынию? // Ma'rifat. -2005. декабрь-10.

7. Чародеев Г. Сюрпризы для Кондолизы // Труд. - 2005. декабрь-8.

Макалада алғашқы проблемалардың ақиқат және объективті ақпараты көрсетілген, тарихи және заманауи формалар мен себептер, үйімімдаст^ір^ілған және жалған ақпараттық шабуылдың мақсаты қарастырылған.

In the article for the first time are referred the problems of spreading true and objective information, the aims of giving false information, organized information attacks, their historical and modern forms and reasons.

Ю. Хамдамов

### Журналистика независимого Узбекистана

Национальный университет имени Мирзо Улугбека, Узбекистан, г. Ташкент

УДК 070(4/9)

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы развития и становления журналистики Узбекистана в годы независимости, затронуты некоторые аспекты создания законодательной базы деятельности СМИ, соответствующей мировым стандартам и обеспечивающей поэтапное развитие информационной страны в русле демократических реформ и либерализации общества. В работе отмечено, что на сегодняшний день в стране принято около десяти законодательных актов, направленных на модернизацию СМИ, на повышение их эффективности и действенности. Автор всесторонне изучил деятельность республиканских газет, их цели и задачи, особенности направления и содержания, а также роль в развитии общества в социализации масс, в повышении правовой и гражданской культуры населения.

#### Журналистика Узбекистана.

После достижения независимости в журналистике Республики Узбекистан также, как и в других отраслях, произошли положительные изменения. За последние 20 лет становления журналистика, наряду с другими отраслями, также росла, развивалась и, наконец, нашла свой путь. В настоящий момент можно с уверенностью сказать, что узбекская журналистика обрела свою форму, направление, а также независимое мнение.

В период независимости страны создана система учреждений узбекской журналистики, в которую входят Центр национальной прессы, Ассоциация творческих Журналистов Узбекистана, Общественный Фонд по поддержке и развитию независимых СМИ и информационных агентств Узбекистана, Национальная Ассоциация Электронных СМИ.

Независимость позволила ввести новшества в СМИ республики. Были организованы новые издания, телестудии и радиоканалы.

В наши дни в Узбекистане осуществляют свою деятельность 1372 средства массовой информации. Из них 887 газет, 242 журнала, 61 телестудия, 36 радиоканалов, 124 веб сайта, информационные бюллетени по 18 сферам и 4 информационных агентства. Этот процесс заметен не только на государственном уровне, но и на уровне независимых СМИ. 50 процентов печатных СМИ, 53 процента телестудий и 83 процента радиоканалов являются негосударственными. Если сравнить эти цифры с данными 90-х годов, то можно заметить, что данные утроились.

Необходимо отметить, что посредством СМИ проведена огромная работа по обеспечению информационной свободы республики, а также формированию так называемой трибуны для свободного выражения отношений, позиций, мыслей и идей народа к происходящим событиям. К тому же прилагаемые усилия являются приоритетными при обеспечении граждан правами и свободой в сфере

информации, также, как и правами распространения информации и свободой мысли.

Доказательством этому является то, что в прошедшие годы, в особенности в течение последних 10 лет, были реализованы широкомасштабные меры по либерализации СМИ и обеспечению свободы мысли. В первую очередь, хотелось бы отметить создание законодательной базы, соответствующей мировым стандартам и обеспечивающей развитие СМИ. На сегодняшний день принято более 10 законодательных актов, направленных на развитие СМИ, а также их плодотворную деятельность. Данная работа носит продолжительный и последовательный характер. К примеру, можно привести следующие законы, принятые Олий Мажлисом (парламентом) Республики Узбекистан: «О СМИ», «О защите журналистской деятельности», «О принципах и гарантиях свободы информации», «Об информатизации», «О рекламе», «Об авторском праве и смежных правах» и другие.

Также можно выделить Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан «О совершенствовании системы подготовки и переподготовки журналистских кадров» от 26 февраля 1999 года и «О государственной программе по подготовке и переподготовке кадров в сфере средств массовой информации» от 7 августа 2006 года, послуживших важной основой для развития национальной журналистики.

Периодическим изданиям Республики Узбекистан, в том числе газетам, уделяется особое внимание. Существуют газеты государственные, политических партий, отраслевые, независимые и развлекательные.

Изданиями на русском языке являются такие газеты, как «Народное слово», «Правда Востока», «Молодежь Узбекистана», «Бизнес вестник Востока», «Нурли жол» на казахском языке, «Овози тожик» на таджикском языке. К тому же печатаются многие газеты на каракалпакском языке. С 1 сентября 2006 года издается газета на английском языке «Uzbekistan Today» («Узбекистан сегодня»). На территории Республики Узбекистан, в регионах, городах и областях печатаются газеты на узбекском, русском, каракалпакском, таджикском, казахском, корейском и других языках. Если газеты «Халк сузи» и «Народное слово» являются газетами Кенгаша законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Кенгаша Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан и Кабинета Министров Республики Узбекистан, то такие газеты, как «Хуррият»,

«Даракчи», «Мохият», «Независимая газета», являются независимыми.

Каждая отрасль в Узбекистане имеет свою газету. «Кишлок хаёти» («Сельская жизнь») является газетой Министерства сельского и водного хозяйства, «Мулкдор» является газетой Государственного комитета по имуществу, газеты «Маърифат» и «Учитель Узбекистана» относятся к Министерству Высшего и Народного образования, газеты «Туркистон» и «Молодежь Узбекистана» являются молодежными, «Ватан-парвар» - газета Министерства Вооруженных сил, газеты «Ишонч» и «Доверие» являются республиканскими органами профсоюзного комитета. Этот список легко продолжить. Издаются также газеты областей, городов и районов. В каждой области издаются газеты в сфере образования, прокуратуры, внутренних дел, предпринимательства, медицины и т.п.

Обращая внимание на деятельность печатных изданий в годы независимости, можно заметить, что их страницы больше занимают материалы на культурно-просветительские темы. Перелистывая газеты, становясь свидетелем многих статей с биографией и историей научной деятельности великих мыслителей, внесших вклад в развитие мировой цивилизации, таких, как, Ал-Хорезми, Ал-Фараби, Авиценна, Му-хаммад ал-Бухари, Аль-Фергани, Шайх На-жмиддин Кубро, Махмуд Замахшарий.

В прессе публикуются статьи о самоотверженных деятелях народа, прославившихся в истории как «джадиды». Это Махмудхужа Бехбуди, Абдулла Авлони, Мунаввар Кори Аб-дурашидхонов, Фитрат, Чулпон, Ками, Сидки Хондайлики, Ибрат, Ажзи, Суфизода, Абдулха-мид Мажида, Саид Ахрори, Мискин, Хислат, Тавалло и др. В силу конфиденциальности информация об их жизни и деятельности в XX веке скрывалась, поэтому существовали различные мнения и представления о том, кем они были на самом деле. В целях ликвидации разночтений о джадидах и представления читателю полной, истинной картины были привлечены исследователи и ученые, которые предоставили доказанные научным способом статьи и труды.

Остановимся на тиражах. К примеру, газета «Халк сузи» печатается 5 дней в неделю, ее тираж достигает 104.000. «Народное слово» (русское издания) - 27.262. Газеты политических партий раскрывают информацию на своих страницах касательно их сферы деятельности. Государственные газеты освещают внутреннюю и внешнюю политику, экономику,

сельское хозяйство, культуру, образование, технику и науку государства.

Независимость открыла дорогу демократии, гласности и разнообразию мыслей. В обществе образовалась многопартийность. Как отмечено в законе, политическая партия была создана на основе взглядов, выгод и целей граждан Республики Узбекистан, она является добровольческим объединением, управляющим определенной частью общественных дел государства, стремящимся к реализации политического проявления посредством своих представителей. Исходя из этого, политическая партия старается внести свой вклад в повышение социально-политической активности народа Республики.

В каждой политической партии существует пресса-орган, это газеты «Узбекистан ово-зи», «Голос Узбекистана», «Адолат», «Миллий тикланиш», «XXI аср» и журнал «Тафаккур». Являясь политическо-идейным инструментом партий, данные газеты и журналы развивают взгляды общественности своими политическо-социальными статьями.

Независимость обеспечила возникновение независимых газет. С декабря 1996 года издается газета «Хуррият», с 2000 года - газета «Мохият». В последующем стала издаваться газета «Дарак-чи» и другие новые независимые издания.

Независимые газеты стараются передать в статьях вольную мысль автора. Однако их сложно назвать абсолютно независимыми.

Среди республиканских развлекательных газет наблюдается большое разнообразие: «Дарак-чи», «Хордик», «Отдохнем», «Эрудит», «7x7», «Хонадон», «Кайфият», «Бекажон», «Сугдиена», «Хумо», «Тасвир». Подобные газеты имеют тираж в 5-10 тыс, а некоторые достигают 50-60 тыс. Тираж «Даракчи» - от 160 000 до 200 000, а тираж издания на русском языке «Даракчи +» составляет 40 000. Тираж «Хордик» составляет 100 000, «Сугдиена» - 80 000. Состоящие из 48-96 страниц, данные газеты обычно описывают свежие новости, сплетни, жизнь известных звезд, их любовные переживания, а также печатаются отрывки непристойных сцен различных произведений

Развлекательные газеты называют также «желтой прессой». Весь материал в этих газетах можно охарактеризовать следующим образом: 1. Очень краткая официальная информация. 2. Отрывки их жизни знаменитых людей. 3. Новости из Интернета. 4. Головоломки (кроссворды, сканворды). К тому же на последних страницах данных газет печатаются интересные загадки, полезные для ума вопросы. В

таких газетах публикуются фотографии звезд, так как это привлекает внимание читателя. Развлекательные газеты продаются в общественных, населенных местах. Многие покупают и читают их с интересом.

По содержанию печатных изданий в Узбекистане можно сделать вывод о положительных изменениях страны по сравнению с газетами 20 лет назад. Если раньше на страницах газет печатались крупные статьи об идеологии и политике, то сейчас их место заняли краткие новости, в частности, о зарубежных странах, их экономике, политике и спорта. Несмотря на это, статьи не всегда получают читабельными, аналитическими, интересными. В газетах можно найти однобокие статьи, написанные с опаской.

В 67 статье Конституции Республики Узбекистан говорится: «Средства массовой информации свободны и действуют в соответствии с законом. Они несут в установленном порядке ответственность за достоверность информации.

Цензура не допускается». Но несмотря на это, в газетах очень редко встречаются аналитические и критические статьи. В газетах до сих пор печатаются похвальные, повторные или похожие на отчет статьи. Не чувствуется профессионализма и искренности журналистов.

В газетах политических партий также печатаются большие, но несодержательные статьи. Сложно поверить в то, что современный читатель сможет с терпением прочитать подобные большие и скучные статьи. Сегодня время диктует публиковать краткий, конкретный и ясный материал. Отставать от требований времени недопустимо.

В годы независимости деятельность «Национального информационного агентства», Информационного агентства «Туркистон пресс», информационного агентства «Жахон» при Министерстве Иностраных Дел и Республиканской Национальной Телерадиокомпании улучшилась. После принятия Указа Президента Республики Узбекистан «О мерах по реформированию и развитию независимых каналов телерадиовещания» (ПФ №3678 от 08.11.2005) в сфере телевидения и радио произошли большие изменения.

В настоящий момент Национальная Телерадиокомпания Узбекистана вещает свои передачи и программы посредством 4-х каналов: «СТzbekiston», «Yoshlar», «Sport», «Toshkent».

С января 2004 года стартовал новый канал «Спорт». Кроме этого, телезрители нашей республики могут свободно смотреть передачи Российского, Турецкого, Казахского телевидения.

Отрадно, что населения других стран также могут смотреть передачи первого канала телевидения. Например, День Независимости, празднование Навруза, юбилеи, посвященные Имому ал-Бухари, Ахмаду ал-Фергани, Абдухолику Гиж-дувони смотрели телезрители 56 стран мира. Благодаря искусственному спутнику, телезрители в Европе свободно могут смотреть ТВ Узбекистана.

Также можно добавить что, благодаря каналу искусственного спутника, население других континентов может быть в курсе изменений в нашей стране. Передачи и программы, подготовленные отечественными телерадиоканалами, размещаются в Интернете и просматриваются в режиме реального времени.

На телевидении разрабатываются новые программы. В настоящее время такие передачи, как «Ахборот» информационная программа «Давр», «Ассалом, Узбекистон» «Давр Интервью», «Тахлилнома», «Денгиздан томчи», «Ойдин хаёт», «13-студия», «Тараннум», «Киномания», «Брейн ринг», пользуются популярностью. Новости, передаваемые в информационной программе «Давр» телеканала «Yoshlar», созданного в 1998 году, имеют хорошие отзывы зрителей.

Также можно положительно оценить радиопередачи республики. По республиканскому радио «СТzbekiston», «Mash'al», «Yoshlar», «Tosh-kent» в данный момент транслируются передачи в общем объеме в 88 часов. Например, по радиоканалу «O'zbekiston» передаются Указы, Постановления Президента и правительства, проведенные мероприятия, а также социальные, политические, культурно-просветительские передачи, а по радиоканалу «Mash'al» новости, спортивные и развлекательные передачи.

Формат радиоканала «Yoshlar» направлен на аудиторию, которую составляет в основном молодежь.

По радиоканалам Узбекистана транслируются передачи на 7 различных языках таких, как русский, таджикский, киргизский, башкирский, татарский, крымский татарский и уйгурский.

Международное радио «Тошкент» озвучило в течение 65 лет передачи на 13 различных языках мира:

русском, английском, турецком, фарси, урду и др. Рейтинг этих передач на международном уровне был высок. Радиопередачи приобрели национальный облик. Результаты наблюдений говорят о том, что появились новые разнообразные культурно-просветительские передачи. В последнее время радиослушателей вызывают интерес такие передачи, как «Сунги ахборот» (Последние новости), «Окшом тулкинларида» (На волнах ночи), радиожурнал «Табассум» (Улыбка), «Шу куннинг мавзуси» (Тема дня), «Кишлок хаёти» (Жизнь села), «Кунгил хайратлари» (Изумления души), «Азим даре» (Священная река), «Кулай фурсат» (Удобный случай).

До принятия Независимости телестудии, кроме Ташкента, были в Нукусе и Ургенче и по ним передачи шли только по несколько часов. Теперь в каждом регионе есть своя телерадиокомпания. В настоящий момент телестудии существуют центрах городов или регионов. Конечно, такие проблемы, как материальное обеспечение телевидения, ведение работы в сотрудничестве со спонсорскими организациями, всегда будут существенными проблемами этой сферы. Но, несмотря на это, чувствуется старание, креативность, стремление придумать что-либо более сложное, более интересное в передачах городских или областных телестудий.

После достижения Независимости в стране начали свою деятельность негосударственные каналы телевидения и радиоканалы. В каждой области есть негосударственные телестудии. В настоящий момент 16 негосударственных радиостанций вещают круглосуточно на узбекском, русском, английском языках. Их программы в основном состоят из кратких новостей, различных игр, викторин, развлекательной музыки, песен и концертов. Эти радиостанции поддерживаются спонсорами. Основной их доход - реклама.

Национальная журналистика только становится на большой путь. Можно верить в то, что, преодолев экономические трудности, преобразившись, она будет эффективно служить развитию Республики Узбекистан.

Мақалада тәуелсіздік жылдары Өзбекстан журналистикасының дамуы және қалыптасуы қарастырылады. Сондай-ақ БАҚ қызметінің заңнамалық негіздерінің кейбір аспектілері сөз болады. Әлемдік стандартқа Демократиялық реформа және қоғамның либерализациясы аясында ақпараттық елдің дамуы қарастырылады.

Бүгінде елде БАҚ-тың тиімділігі мен іқпалдәлігін арттыруға бағытталған нозерлизациялауға арналған ондаған заң актісі қабылданған. Автор республиканың газет қызметін жан-жақты талдайды. Ұлттық баспасөздің мақсаты, міндеттері,

ерекшеліктерімен мазмұны, сондай-ақ қоғамның әлеуметтік дамуы, тургшедардыщ құқықтық және азаматтық мәдениетін арттыру зерттелді.

In article questions of development and formation of journalism of Uzbekistan in days of independence are considered, some aspects of creation of legislative base of activity of mass media, relevant by the international standard and the information country providing on stage development in the tideway of democratic reforms and society liberalization are mentioned. In work it is noted that on today's day in the country about ten acts of the mass media directed on modernization, on increase of their efficiency and effectiveness are accepted.

The author comprehensively studied activity of republican newspapers them tasks, features of the direction and the contents, and also a role in society development in socialization of masses, in increase of legal and civil culture of the population are whole also.

## 2-бөлім

## Раздел 2

## Section 3

### Ақпарат әлемі

### Мир информации

### World of information

Е. Алауханов

#### Аттестация позволит достичь высокого результата

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК316.77:34;070:34

**Аннотация.** Автор статьи подчеркивает важность проведения переаттестации личного состава правоохранительных органов, так как это позволит новому качественному росту кадров правоохранительной системы. Отечественные СМИ должны активнее поддерживать идею Президента РК Н. А. Назарбаева о реформировании правоохранительной системы и писать о тех, кто честно служит Родине и отстаивает интересы народа.

#### Аттестация.

#### Правоохранительные

#### органы.

Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев поставил задачу до 1 июля 2012 года провести переаттестацию всего личного состава правоохранительных органов. В аттестационные комиссии войдут представители администрации Президента, правительства, общественности, партий и СМИ. Около 110 тысяч человек готовятся к экзамену на профессиональную пригодность.

Необходимость постоянного мониторинга уровня профессиональной пригодности сотрудников правоохранительных органов, качественного кадрового обновления подчеркнул в своем традиционном Послании народу Глава государства. Это обоснованно, так как в адрес людей в погонах часто звучит критика, снижается доверие к ним со стороны общественности.

Честь и совесть правоохранительных органов - основа правового государства. Ответственность за обеспечение стабильности и безопасности в

обществе должны нести самые достойные, обладающие высокими морально-нравственными качествами, члены общества.

Председатель финансового агентства Рашид Тусипбеков в первый же день назначения его руководителем выступил на страницах СМИ с информацией об аттестации.

Во исполнение Послания Президента Республики Казахстан, в котором было сказано о необходимости повышать правовую грамотность населения, 14 февраля текущего года на факультете журналистики КазНУ имени аль-Фараби прошла встреча председателя Верховного суда Б. Бекназарова с профессорско-преподавательским составом, студентами и руководителями СМИ. Говорили о проблемах и путях развития правовой журналистики, совершенствовании правовой подготовленности нашего народа. Такие мероприятия являются хорошими начинаниями,

создают перспективы для налаживания диалога с исполнительной и судебной властью.

Как человек, более 20 лет работавший в правоохранительных органах, не понаслышке знаю внутренние и внешние проблемы системы, хочу высказать ряд соображений по предстоящей переекспертации работников родной мне сферы.

Во-первых, цель аттестации - выявление и отстранение от работы тех, кто замечен в коррупции, некомпетентности, не обладает высокими моральными качествами. Однако эта процедура должна происходить максимально корректно, без ущерба для грамотных и опытных сотрудников, честно исполняющих свой долг.

Во-вторых, как отметил Глава государства, «увеличение денежного довольствия и расширение социального пакета поддержки работников правоохранительной системы, а также их технического оснащения» указывает на то, что нужно обратить внимание на социальную обеспеченность и защищенность работников правоохранительных органов.

Чтобы требовать от государственного работника качественной работы, надо учитывать его материальное положение, социальную устроенность.

В-третьих, предлагаю внести предложение о создании Национальной комиссии по подбору руководящих кадров при Президенте республики Казахстан.

В наше время стало нормой получение второго высшего образования. Хорошо, если это продиктовано стремлением человека расширить свои компетенции в смежных профессиях. А если юридический диплом - только пропуск к должности, полученной по блату? Приходя в 3540 лет на службу в правоохранительные органы, человек должен набраться опыта, приобрести навыки, на что нужно время. А на практике мы видим обладателей второго, третьего дипломов, которые сразу усаживаются в руководящее кресло, не стремясь получить профессиональный опыт.

А ведь на обучение специалиста в вузе государство тратит большие средства. Традиции, качество образования, преемственность юридических факультетов, педагоги - все это влияет на уровень подготовленности наших сотрудников. Тот факт, что юридические факультеты сегодня открыты почти в каждом городе, не гарантирует качество предоставляемых ими услуг. Например, даже в аграрных и других непрофилирующих вузах готовят юристов. А кто там преподает? Конечно, нет специалистов-педагогов: профессорско-

преподавательский состав очень слабый, многие не имеют педагогического стажа, научных трудов и публикаций.

Безусловно, за работника правоохранительных органов должны нести ответственность и первые наставники на службе, руководители. Помню, когда я впервые пришел в судебную систему в качестве секретаря судебного заседания, председатель районного суда, заслуженный юрист, несмотря на занятость, уделял внимание каждому работнику, объясняя тонкости профессии и направляя в нужное русло. Молодежь и сейчас нуждается в таких наставниках.

В-четвертых, для обучения молодых специалистов необходимо привлекать опытных сотрудников правоохранительных органов, способных личным примером научить верному пониманию миссии профессии. Такие мастер-классы должны проводить лучшие представители нашей профессии, а не те, кто «свободен» или знаком с преподавателем вуза.

В-пятых, надо научиться ценить сотрудника за профессиональные и моральные качества, а не по принципу «свой» - «чужой». Руководитель должен подбирать сотрудников, преданных службе и народу. Если молодые и талантливые сотрудники публикуют в СМИ новаторские идеи и предложения, их надо поддерживать, а не завидовать. Порой посредственные и пассивные сотрудники травят способных и креативных работников, устраивая интриги, вбивая клин между начальством и подчиненным.

Но иногда, что уж скрывать, мы принимаем людей по принципу преданности начальству, угодничеству и т.д., при таком подходе талантливые, профессиональные, организованные специалисты остаются невостребованными.

Если вы помните, в свое время был создан Государственный следственный комитет, куда были привлечены опытные следователи со всей республики. Через два года ГСК был закрыт. В результате корпус следователей, состоящий из высокопрофессиональных кадров, был потерян.

Нельзя допустить этого при аттестации. Мы должны, в первую очередь, сохранить штат квалифицированных и опытных сотрудников. Как говорят великие мыслители мира: «Легко уничтожить то, что есть, а восстановить все заново - труднее всего».

На официальном сайте Президента Казахстана открыта специальная рубрика для информирования населения о результатах аттестации. Это говорит о

том, что мероприятие пройдет максимально открыто и публично.

В-шестых, я считаю, что отечественные СМИ должны активнее поддерживать идею Президента в реформировании правоохранительной системы, писать о тех, кто честно служит Родине и отстаивает интересы народа.

в этой сфере должны работать образованные, культурные, коммуникабельные, выдержанные и

Аттестация - не повод объявлять всех сотрудников правовой сферы некомпетентными. Это - школа новых знаний, новый уровень мотивации, качественный рост. Главное в профессии - любить свое дело, служить ему верой и правдой.

Правоохранительные органы - это гарантия правовой дисциплины в стране. Безусловно,

выносливые люди. Они призваны заботиться о народе, охранять мир и покой наших граждан.

Автор өз мақаласында құқық қорғау жүйесі қызметкерлерінің кәсіби дайындық деңгейін тексеру кадрлардың кәсіби дәрежесін жақсартуға ықпал ететінін атап өтеді.

ҚР Президенті Н.Ә. Назарбаев биылғы халыққа арнаған жолдауында айтылған құқық қорғау жүйесін реформалау туралы идеясын бұқаралық ақпарат құралдары белсенділікпен қолдап, Отанына, халқына адал қызмет ететін адамдар туралы жазу қажеттігін айтады.

The author of article emphasizes importance of carrying out certification of staff of law enforcement agencies as it will allow new high-quality growth of shots of law-enforcement system. Domestic mass media should support more actively idea of the President of RK of N.A. Nazarbayev in reforming of law-enforcement system and write about those who honest to serve the Homeland and defends interests of the people.

С. Козыбаев

### СМИ современной России

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 316.77(4/9)

**Аннотация.** В статье рассказывается о современном состоянии средств массовой информации Российской Федерации, дается вся справочная информация об основных этапах независимости, подробно раскрывается роль и место крупных медиахолдингов в демократическом преобразовании России.

#### Россия. Позолоченный век.

Средства массовой информации относятся к синтетическим видам человеческой деятельности, осуществляющейся одновременно и в сфере бытия (экономика, производство, технологии), и в сфере сознания (политика, идеология и культура). Соответственно, при взгляде на СМИ через разные призмы перед наблюдателем предстанут несколько разные картины.

В качестве отправной точки для анализа эволюции современных российских медиа мы в данном случае выберем экономический ракурс.

Любой современный курс медиаменеджмента начинается примерно со следующего вступления. Аудиторией СМИ являются те, кто приносит им деньги. Если это подписчики печатной или электронной прессы, то на их интересы СМИ, в первую очередь, и должны ориентироваться. Если

основной источник дохода - реклама, то ваша главная аудитория - рекламодатель, а задача редакционной политики - аккумулировать вокруг вашего контента аудиторию и продать ее рекламодателю. Если же вы государственное СМИ, то главные ваши читатели, слушатели или зрители - суть те люди, от которых зависят выделение бюджетов и карьерный рост руководства СМИ. Тираж (охват) при этом имеет второстепенное значение.

Великий Маршалл Маклюэн, канадский теоретик медиа, прославившийся в 1960-е годы, охальник, парадоксалист, низвергатель старых мифов и создатель новых, введший в мировой оборот понятия «галактика Гуттенберга» и «глобальная деревня», не упускал случая порассуждать о том, как СМИ встроены в общественное устройство.

Для американской газеты, например, главный источник дохода - реклама, занимающая свыше 60% площадей. Значит, там главное предназначение журналистики заполнять свободные места на газетной полосе, причем не чем попало, а желательно «плохими новостями». Они выгодно оттеняют позитивный рекламный посыл, который иначе выглядел бы приторным. Люди начинают больше покупать, экономика развивается, и прессе тоже хорошо.

А вот предназначение прессы в плановой коммунистической экономике Маклюэн видел в борьбе за повышение производительности труда на основе сознательности и без материальных стимулов. Отсюда серьезность советской журналистики, пропаганда высоких нравственных ценностей, интерес к человеку труда.

Современные российские СМИ есть продукт движения от второго к первому. На этом пути они прошли несколько последовательных этапов, которые можно определить следующим образом: 1. Гласность, или «золотой век» российских СМИ (1985-1991 гг.). 2. Дикий рынок, или «позолоченный век» (1992-1996 гг.). 3. Олигархический плюрализм (1997-1999 гг.). 4. Коммерциализация и профессионализация (2000-2008 гг.). 5. Цифровизация, или *terra incognita* (2008 г. - по настоящее время). На каждом этапе возникали тенденции и институты, которые сохранялись в медиаландшафте следующего периода.

#### «Золотой век»

Гласность - период, начавшийся с некоторого ослабления цензуры в СМИ и закончившийся падением коммунистического режима. Это было время расцвета государственных советских медиа. Культовыми изданиями того периода стали некогда заскорузлые «Московские новости» под руководством Егора Яковлева, «Огонек» Виталия Коротича, орган Советского комитета защиты мира ежемесячник «Век XX и мир» под руководством Анатолия Беляева и Глеба Павловского. Тиражи газет в лучшие годы гласности достигали заоблачных высот: «Аргументы и факты» - 33,5 миллиона экземпляров (рекорд Гиннеса), «Комсомольская правда» - 19 миллионов, «Труд» - 15 миллионов, «Известия» - 12 миллионов. Вся страна смотрела по Центральному телевидению передачу «Взгляд» Владислава Листьева, Александра

Любимова, Дмитрия Захарова и Александра Политковского, «До и после полуночи» Владимира Молчанова, питерские «600 секунд» Александра Невзорова и «Пятое колесо» Беллы Курковой.

В тот же период стали появляться и СМИ нового типа, независимые, то есть не привязанные к традиционным советским учредителям, или альтернативные, иначе говоря, имевшие государственных учредителей, но созданные в пику советским властям. К последним относится, в первую очередь, Российское телевидение и радио (РТР), учрежденное в 1991 году правительством Бориса Ельцина (ныне ВГТРК), и созданная тогда же Верховным Советом РСФСР «Российская газета», переоформленная правительством на себя после разгона парламента в октябре 1993 года.

Предшественником современных независимых СМИ стала кооперативная справочно-информационная служба «Факт», основанная в 1987 году. Ее создателем был московский журналист Владимир Яковлев при активном участии Глеба Павловского. Из «Факта» в 1989 году выросло первое легальное независимое информационное агентство «Постфактум» (прекратило существование в конце 90-х годов) и первая независимая деловая газета «Коммерсантъ». С течением времени газета стала холдингом, входящим сегодня в первую десятку крупнейших издательских домов России. «Ъ» принес в отечественную журналистику западный стиль: обезличенные информационные тексты, написанные по принципу «перевернутой пирамиды», а также коммерческую бизнес-модель, основанную на продажах тиража и рекламы.

21 декабря 1990 г. начала выходить «Независимая газета», основанная покинувшей «Московские новости» группой журналистов во главе с Виталием Третьяковым. «НГ» стала первой советской ежедневкой, соответствующей классическому ленинскому определению буржуазной газеты как «склада разнообразных воззрений». Сегодня «НГ» остается умеренно влиятельным в элитарной аудитории органом мнений.

В 1990-1991 гг. стало появляться и негосударственное вещание: разговорная радиостанция «Эхо Москвы», томское ТВ-2, екатеринбургский 4 канал, красноярское «Афонтово» и др. Впоследствии все они выросли и в журналистские авторитеты и в лидеров рынков.



Формирование независимых СМИ стало возможным благодаря принятому в июне 1990 г. Закону СССР «О печати и других средствах массовой информации», легализовавшему право на учреждение СМИ не только государственными и общественными организациями, но и частными лицами. В декабре 1991 г. был принят российский «Закон о средствах массовой информации», в основном повторяющий положения советского закона с учетом некоторого опыта, накопленного за истекшие к тому моменту полтора года. С поправками он действует до сих пор.

«Золотым веком» отечественных СМИ этот период можно называть по той причине, что все то время, что традиционные СМИ эволюционировали от умеренной фронды к антикоммунистической революционной силе, они получали достойное бюджетное финансирование. Попросту говоря, если вспомнить Маклюэна, они перестали выполнять функции, предписанные СМИ коммунистической надстройкой, пользуясь при этом благами коммунистического базиса. Или, как вспоминал позднее легендарный «прораб перестройки» Егор Яковлев: «Ставя вопрос о рынке, мы не имели представления о том, что такое рынок. Кто-то из нас более, кто-то менее успешно сопротивлялся государственной цензуре, но мы все жили на деньги, которое давало государство. Вот и оказались не готовы (к рыночным отношениям)».

#### **«Позолоченный век» российской прессы**

Жестокое столкновение идеала и реальности наступило в момент вступления прессы в эпоху либеральных реформ, шоковой терапии. С 1992 года СМИ оказались в тяжелейшем положении: инфляция, стремительный рост стоимости всех и всяческих тарифов (полиграфия, распространение, коммунальные услуги) полностью обесценили бюджеты, сверстанные за счет доходов от подписки годом раньше в другой стране и в другой экономической системе. Покупательская способность населения стремительно падала, рекламный рынок был неразвит, навыки существования в рыночной среде полностью отсутствовали. В наихудшем положении оказались те органы информации, которые были наиболее успешными с точки зрения дорыночных ценностей: т. е. с большими тиражами по всей стране.

Метод адаптации к ситуации, который выбрала пресса, можно определить как попытку вернуть статус-кво-анте, т. е. гласность. Иначе говоря, свобода выражения журналистских мнений при финансировании, не зависящем от результатов профильной деятельности.

Уже в январе 1992 г. главные редакторы самых многотиражных газет - «Комсомолки», «Известий», «Аргументов и фактов», «Труда» - посетили президента Ельцина и попросили государственные субсидии. Такие субсидии были им предоставлены. Вскоре госсубсидии прессе - федеральные и региональные - превратились, скорее, в правило, чем в исключение.

СМИ стали первой отраслью экономики, потребовавшей для себя и добившейся особого статуса. Трудно переоценить их роль в создании в России антилиберальной «экономики исключений».

Суть «экономики исключений» заключается в борьбе за доступ к экономическим благам - будь то приватизация или экспортные квоты, или льготные кредиты и льготное налогообложение - через ресурс политический и государственный. Именно поэтому в стране были тогда столь высокие ставки на выборах, именно поэтому в промежутках между выборами бушевали информационные войны.

Специфическим инструментом этой войны и стали средства массовой информации. В системе «теневой», непрозрачной экономики, складывавшейся в России, СМИ начали выполнять специфическую функцию информационного рэкетирства. На разных этапах это принимало разные формы - от «заказухи» до выбивания прямой или косвенной господдержки, до создания олигархических империй, но суть была одна: деньги вкладывались в СМИ ради того, чтобы «отбить» эти деньги сторицей совсем в других отраслях бизнеса. Экономическая логика таких инвестиций лежала далеко за пределами собственно ме-диабизнеса.

При этом пресса, по крайней мере, московская, определяющая пейзаж российских СМИ в целом, была носителем антикоммунистической, «демократической», либеральной идеологии. С ней же ассоциировалась и деятельность президента Ельцина, на ней же стояли и олигархи. Таким образом, весь период с 1992 по 1996 год единство прессы со своими теневыми покровителями выглядело как союз во имя демократии или, по крайней мере, против коммунизма. Оно не

доставляло морального дискомфорта участникам этого альянса и не вызывало беспокойства у международной общественности.

Иными словами, экономика отрасли была ориентирована не на потребителя, а на заказчика информации и мнений как конечной продукции медиа.

Наиболее важным событием этого периода стало открытие телекомпании НТВ. Она была создана банкиром Владимиром Гусинским при участии лучших журналистов и менеджеров страны в июле 1993 года и начала выходить в эфир на Санкт-Петербургском канале в октябре того же года. В декабре указом президента без конкурса получила четвертый частотный канал и сети его распространения ежедневно с 18 часов. В ноябре 1996 г., согласно указу президента РФ, НТВ начинает вещание на 4-м канале в полном объеме. В январе 1998 г., опять же указом президента, НТВ получает статус общероссийской телевизионной компании, дающий определенные экономические привилегии.

Другое важное событие того периода - преобразование государственной телекомпании «Останкино», наследницы первой программы советского Центрального телевидения, в ОАО «Общественное российское телевидение (ОРТ)», в котором 51% акций принадлежал государственным органам, а 49% - трем частным структурам, так или иначе аффилированным с олигархом Борисом Березовским. Канал начал вещание в апреле 1995 г. В 2002 году ОРТ было переименовано в «Первый канал».

В этот же период (1992-1996 гг.) шел бурный процесс создания негосударственных теле- и радиовещательных компаний и газет в регионах. В этот период в основном сформировалась нынешняя структура традиционных медиа в России.

### **Олигархический плюрализм**

После президентских выборов 1996 года, на которых на второй срок был переизбран президент Ельцин, начался процесс консолидации медиа в рамках крупных финансово-промышленных групп (ФПГ) как на федеральном уровне, так и в регионах. К числу крупнейших негосударственных инвесторов в медиа относились «Мост-банк», группа ОНЭКСИМбанк-Интеррос, «Газпром», ЛУКОЙЛ. Определенные интересы в медиа были у СБС-Агро,

группы «Менатеп-Роспром», Альфа-банка. В докризисный период (до августа 1998 года) началась активная экспансия ФПГ на региональные медийные рынки. На уровне большинства регионов аналогичную роль играли крупные промышленные и торгово-промышленные предприятия и компании, реже банки. В Центре и в ряде регионов крупным игроком являлись и государственные структуры, часто не просто влиявшие на СМИ, используя доступные им возможности, но и создававшие собственные холдинги. В числе оформившихся еще до кризиса крупных медиагрупп, напрямую связанных с местными органами власти, значились группа изданий и телестанция ТВ-Центр (начала вещание в июне 1997 г.), учрежденная московским правительством.

Развитие СМИ путем создания крупных диверсифицированных холдингов с тех пор стало доминирующей тенденцией, хотя структура и состав как самих холдингов, так и их учредителей постоянно меняются.

Медиаособенность ФПГ и государственных структур была по-разному организована, по-разному управлялась. Общим же на этом этапе было использование ее в политических целях, т. е. в качестве инструмента доступа материнских компаний к бюджетным средствам, к иным льготам и привилегиям, достигавшимся за счет близости к власти, а самой властью - для сохранения позиций или движения на более высокие уровни.

Противоречия между ФПГ в борьбе за становящиеся все более ограниченными государственные ресурсы привела к такому феномену, как «информационные войны» 1997-1998 гг. Избирательная кампания в Государственную Думу 1999 года стала, по общему мнению, их апофеозом.

Кстати, не исключено, что СМИ несут свою долю ответственности и за августовский кризис 1998 года. На самом деле, уход иностранных инвесторов с российского фондового рынка, давший один из толчков для кризиса, был в значительной степени спровоцирован информационными войнами. Инвесторы на развивающихся рынках чрезвычайно чутки к политическому климату. Особенно это было справедливо в 1997-1998 гг. в условиях кризиса, постигшего рынки Юго-Восточной Азии. В этой обстановке медиаразборки между российскими олигархами, приводившие к дискредитации и отставке правительств, которым президент гарантировал безоговорочную поддержку,

производили впечатление полной неразберихи, политической нестабильности, тотальной коррупции. Точнее, стали дополнительным стимулом для увода капиталов. Разумеется, не «информационные войны» между олигархами были главной причиной августовского кризиса, но то, что благодаря им он был ускорен и усугублен, не вызывает сомнений.

Финансовый кризис, начавшийся 17 августа 1998 г., привел к неоднозначным последствиям для развития медиа. С одной стороны, падение рекламного рынка, составившее, по разным оценкам, от 50 до 70%, а также паралич банковской системы в краткосрочном плане, привели к большим трудностям для медиа. С другой стороны, конец эпохи легких денег поставил СМИ перед необходимостью научиться работать в рыночных условиях, профессионально управлять компаниями.

В тот же период впервые проявилась заметная роль «новых СМИ». Интернет-технологии стали применяться на выборах 1999-2000 гг. Заявили о себе новые электронные издания.

1 марта 1999 г. начала выходить первая крупная электронная ежедневная газета [Gazeta.ru](http://Gazeta.ru). Интернет-версии традиционных СМИ (печатные издания, телевидение, радио) быстро стали повседневным явлением. В Интернете появилась реклама (в 1999 году был заработан первый миллион долл.), он стал объектом привлечения инвестиций.

По данным справочника журнала «Мир Медиа ХХ» (июнь 1999), в Сети было представлено полсотни телекомпаний, программ и передач, 60 радиосайтов, 33 информагентства и около 1200 печатных изданий, примерно две трети которых имели «бумажные» аналоги и треть - выходящих лишь в электронной версии.

Все описанные тенденции получили развитие на следующем этапе эволюции российских медиа.

#### **Коммерциализация и профессионализация**

Этот период совпадает в основных чертах с периодом президентского правления Владимира Путина, хотя иначе его можно определить и как период роста между финансовыми кризисами 1998 и 2008 годов.

С точки зрения политики, - это период, воспринимающийся значительной частью российского и мирового медиасообщества как время «отката» от демократических завоеваний. Самым знаковым явлением выглядит переход ме-диакомпаний «Медиа-Мост», материнской для НТВ, из собственности олигарха Владимира Гусинского под

контроль «Газпрома». 14 апреля 2011 г. партия «Яблоко» отметила 10-летнюю годовщину «силовой смены руководства НТВ», проведя круглый стол на тему «Телевидение, которое мы потеряли».

Совершенно иначе выглядит эта история с точки зрения бизнес-логики, ведь контроль над «Медиа-Мостом» «Газпром» получил, потребовав возвращения кредитов, за счет которых финансировалась медиа-империя Гусинского. Вот какую ситуацию застал в «Медиа-Мосте» его первый газпромовский гендиректор американец Борис Йордан: «Когда мы пришли в группу, мы обнаружили, что этот медиабизнес за время своего существования никогда не приносил прибыли. Ни одна из компаний не была прибыльной, все они имели огромные долги. Это не был бизнес... Они все управлялись по-советски... Когда мы присмотрелись к тому, что составляло «Медиа-Мост» поближе, выяснилось, что для его создания не нужно было иметь полтора миллиарда. Достаточно было пары сотен миллионов». Короче говоря, речь идет о банальном банкротстве, до которого довели компанию ее собственники.

Обе трактовки имеют право на существование, более того, можно смело сказать, что потери в свободе стали расплатой за экономические грехи прошлого периода.

Своего рода доминантой эпохи стал тезис Владимира Путина о том, что лучшей гарантией независимости СМИ является их финансовая состоятельность и умение зарабатывать деньги. Действительно, упомянутый период стал временем стремительного овладения СМИ современными методами управления медиапредприятия-ми и ориентации на получение доходов с рынка, прежде всего от рекламы. Чему, бесспорно, способствовал подъем экономики. В упомянутый период рекламный рынок бурно рос и достиг к 2008 году объема, близкого к 10 миллиардам долларов.

Важной приметой так называемых «тучных годов» стала бурная экспансия в Россию ведущих мировых брендов, в первую очередь в секторе печатных СМИ. В 2008 году на долю 10 ведущих издательских домов приходилось 52% объема рекламного рынка России. Четыре из них - Independent Media Sanoma, Hachette Filipacchi Shkulev/ИнтерМедиаГруп, Burda, Conde Nast - полностью или частично контролируются иностранным капиталом. На долю лидера среди всех ИД, Independent Media Sanoma, издателя (совместно с «Файненшл таймс» и «Уолл-стрит джорнэл») и

деловой газеты «Ведомости», влиятельной англоязычной ежедневной The Moscow Times, журнала Cosmopolitan и ряда других изданий, приходилось 9% всего общероссийского рынка рекламы в печатных СМИ.

Помимо чисто глянцевого издания, в России в этот период стала выходить русская версия делового журнала «Форбс», интеллектуального Esquire, общественно-политического Newsweek (прекратил существование в 2010 году по финансовым соображениям). Шведский Shibsted запустил проект «Мой район» в Санкт-Петербурге и в Москве, представляющий собой сеть районных изданий с достаточно ярко выраженной либеральной общественно-политической позицией. Германская WAZ Medien Gruppe создала на базе успешной тульской газеты «Слобода» компанию «Новости регионов», открывшую филиалы в Рязани, Ярославле, Волгограде, Саратове.

Даже укрепление государственного контроля над информационным полем в это время шло в основном с помощью бизнес-инструментов. Фактический хозяин ОРТ Борис Березовский и владелец «Медиа-Моста» Владимир Гусинский получили хорошие компенсации за свои доли, проданные под давлением. И хотя на обоих были заведены уголовные дела, сумели беспрепятственно выехать за рубеж.

Под контроль лояльных государству финансово-промышленных групп перешел целый ряд крупных медиакомпаний. Один из десятки ведущих российских ИД - «Коммерсантъ» был приобретен у того же Березовского Алишером Усмановым («Газпроминвестхолдинг»). Общенациональная газета «Известия», телесеть «РЕН-ТВ» и вещающий из Санкт-Петербурга «5 канал» вошли в состав «Национальной медиа группы» (НМГ), созданной банком «Россия», компаниями «Северсталь», «Сургутнефтегаз» и страховой группой СОГАЗ. Самая многотиражная ежедневная газета «Комсомольская правда» была приобретена холдингом ЕСН.

За исключением трех главных общенациональных вещателей страны - «Первого канала», ВГТРК и НТВ, чья информационная политика жестко контролируется государством, переход ряда ведущих медиа под косвенный госконтроль не означает автоматических изменений в редакционной политике. Редакционно независимыми остаются ИД «Коммерсантъ» и принадлежащее «Газпрому» радио «Эхо Москвы». Несмотря на переход в руки НМГ,

умеренно оппозиционную направленность сохранил канал РЕН-ТВ. Петербургский «Пятый канал», распространяющийся общенационально, предлагает достаточно плюралистический набор общественно-политических передач и т. д.

С нашей точки зрения, состоявшееся в описываемый период установление косвенного государственного контроля над ведущими СМИ следует рассматривать не столько как попытку диктовать политику, сколько как прививку против возвращения к практике информационных войн 1997-1999 годов, когда медиа использовались олигархическими группами в качестве инструмента шантажа государства. Последнее общее правило, однако, не означает, что на СМИ, в том числе и независимые, не оказывается давление по отдельным конкретным вопросам с самых верхних эшелонов власти.

Позитивным аспектом коммерциализации и профессионализации в данном случае можно считать то, что принадлежащие ФПГ холдинги управляются по бизнес-правилам, владельцы заинтересованы в прозрачности, в поддержании репутации брендов на предмет возможной перепродажи или выхода на биржу.

Оборотная сторона коммерциализации, причем практически всех СМИ, - повышение доли развлекательного контента с уклоном в «чернуху». Самые популярные новостные продукты - телепрограммы «Сегодня» и «Итоги» на НТВ, ежедневная «Комсомольская правда», радио «Русская служба новостей» делают упор на «развлечение» (infotainment). Эта тенденция фиксируется не только «критиками-морализаторами», но и в таком официальном документе, как доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Телевидение в России: состояние, тенденции и перспективы развития», вышедший в 2010 году. Там, в частности, говорится, что «смещение программирования в сторону развлекательных форматов заметно не только на примере появления большого числа тематических развлекательных каналов, но и на структуре эфира ведущих общенациональных универсальных каналов - «Первого канала», «России», НТВ и РЕН-ТВ. Сетки вещания телевизионных лидеров содержат значительную долю легкого (игрового / зрелищного / юмористического) контента, лишенного социальной значимости. При этом традиционные

жанры самого общественно-политического вещания - новости, аналитика, документалистика - на этих каналах трансформируются в инфотейнмент, «докудramу» или, утрачивая признаки качества, приобретают признаки желтизны, что также ярко подтверждает общую тенденцию». Все по Маклюэну.

Дабы понять, как реагирует на такую ситуацию общественность, имеет смысл обратиться к живому обсуждению темы СМИ в блоге президента Дмитрия Медведева. Зайдите произвольно на любую запись и почти наверняка столкнетесь с требованиями, с одной стороны, нравственной цензуры (т. е. законодательного ограничения «чернухи»), с другой - объективных и сбалансированных новостей. Данное наблюдение стабильно подтверждается многолетними результатами опросов общественного мнения.

Вместе с тем именно благодаря государственному финансированию стал возможен, вероятно, самый прорывной и инновационный проект этого периода в области вещания - создание в 2006 году круглосуточного информационного телеканала «Вести-24» (позже переименованного в «Россия-24»). Его новостная повестка дня, прямые трансляции дают значительно более разнообразную и сбалансированную картину событий в стране и в мире, чем получасовые выпуски новостей ведущих общенациональных каналов.

### **Цифровизация**

Мы датируем начало этого периода 2008 годом, однако его символической нижней границей можно считать и июнь 2006 года, когда в Москве состоялся 59-й Всемирный газетный конгресс и 13-й Всемирный форум редакторов. Именно там российское издательское сообщество, находящееся в фазе бурного роста традиционного бизнеса, в массовом порядке столкнулось с повесткой дня мирового издательского сообщества, активно осваивающего мультимедийность. С этого момента «мультимедийность», «мультиплатформенность», «конвергентность» стали ключевыми словами не только для наиболее продвинутых, но и для большинства СМИ в целом. Сайты из «зеркала» печатных версий стали превращаться в отдельную площадку для распространения специально упакованного контента.

Во многом (но не исключительно) благодаря упомянутым международным форумам в Москве стал создаваться мультимедийный ньюсрум в государственном информационном агентстве «РИА Новости». Он был запущен в 2008 году и по организации работы и техническому оснащению считается одним из самых передовых в мире.

Добавим, что в 2007 году была принята Концепция развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008-2015 годы, в которой определены основные параметры перехода на цифровое вещание. Концепция предполагает полное переоборудование технической системы трансляции сигнала и обеспечение всем гражданам доступа к 20 бесплатным каналам. Общие затраты на программу составят 4,35 млрд долл., из которых примерно 2,7 млрд покрывается государством, остальное предстоит внести частным инвесторам.

В июне 2009 г. появился Указ президента «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах». К числу обязательных телеканалов отнесены «Первый канал», входящие в ВГТРК каналы «Россия-1», «Россия-2» (спортивный канал); «Россия-К» (прежнее название «Культура»), «Россия-24» (круглосуточный информационный канал), детский канал «Карусель» (созданный совместно «Первым» и ВГТРК), НТВ, и «Петербург-5 канал».

Обязательные доступные радиоканалы: «Вести ФМ», «Маяк», «Радио России» (все ВГТРК).

Остальные 12 бесплатных ТВ-каналов будут определены по конкурсу. Ожидается, что предпочтительные шансы на получение частот имеют общенациональные телесети, такие, как СТС, «Домашний», ТНТ, РЕН-ТВ, ТВЦ и другие.

Финансовый кризис, начавшийся осенью 2008 года, привел к падению рекламных бюджетов в целом по медиа на 27%, в очередной раз поставив российские СМИ перед необходимостью сокращать расходы и искать новые источники доходов.

Примерно с этого же времени началось бурное развитие блогосферы и социальных сетей, которые, благодаря достаточно активному проникновению Интернета (сегодня регулярными пользователями Интернета являются более 50 миллионов россиян), в том числе и широкополосного, стали составлять конкуренцию традиционному медиа в качестве источника информации и развлечений.

Фактически эти обстоятельства привели к тому, что само понятие традиционных видов СМИ утратило содержание. Стали обычными анонсы вроде «Говорит и показывает «Эхо Москвы» или «Вы слушаете и читаете Радио «Свобода».

Бесспорным пионером в освоении новых возможностей стало «РИА Новости». Из традиционного информационного агентства оно превратилось в полноценное мультимедийное СМИ нового типа, распространяющее контент и на традиционных лентах и ведущее интернет-вещание, и активно присутствующее в социальных сетях, и создающее продукты для мобильных телефонов и планшетных компьютеров.

Примерно в то же время издательские дома «Комсомольская правда» и «Коммерсантъ» запустили FM-радиостанции.

На наших глазах качественным образом меняется и природа журналистской работы в России.

Во-первых, резко возросло значение сетевых ресурсов для формирования информационной повестки дня. Редакторы и журналисты начинают рабочий день не только с просмотра лент традиционных агентств, но и с изучения новостных сайтов, блогов, аккаунтов в социальных сетях, видео-файлообменников и иных ресурсов, создаваемых пользователями.

Во-вторых, меняются методы работы над текстом. Огромное количество информации в открытых и платных источниках облегчает сбор материала, проверку информации, уточнение деталей, получение мнений заинтересованных лиц и специалистов по электронной почте.

В третьих, интерактивность и пользовательский контент становятся частью освещения событий и явлений. В качестве примера можно привести стартовавший в апреле 2010 г. проект «РИА Новости» «Ты - репортер». Агентство создало специальную редакцию для работы с «народными журналистами». Их информацию проверяют, уточняют, дают им задания и размещают как на специальном сайте, так и в материалах агентства. В результате «РИА Новости» оказалось одним из первых СМИ, давшим репортажи с места таких общественно важных и физически трудно доступных из столицы событий, как катастрофа польского самолета с руководителями государства под Смоленском 10 апреля 2010 г., антиправительственные бунты в Киргизии 6 апреля того же года и т. д.

В-четвертых, в редакциях резко возрос спрос на мультимедийную журналистику. Говорить о ее появлении как профессии еще преждевременно, тем не менее все большему количеству журналистов приходится работать на разных платформах: писать репортажи в бумажные и сетевые версии, делать фото и видео, вести блоги в «Живом Журнале» и в социальных сетях.

И, наконец, заметно изменилась сама организация редакционной работы. Все больше редакций в Москве и регионах переходят из кабинетов к работе на основе открытого ньюсрума.

Появились первые новые СМИ, действующие по принципу «распределенной редакции», т. е. такой, где практически отсутствуют редакционные помещения, а сбор информации, написание, редактирование и выпуск материалов осуществляется дистанционно. К наиболее ярким примерам такой организации можно отнести деловое интернет-издание [slon.ru](http://slon.ru) и общественно-политический ресурс «Частный корреспондент».

С точки зрения потребителя информации, цифровизация медиа как в узком, телевизионно-радийном, так и в широком смысле распространения сетевых медиа открывает практически безграничный доступ к источникам информации и развлечений, плюрализму «без берегов».

Для СМИ, однако, ситуация представляет собой вызов, ибо ни традиционные медиа, обзаведшиеся сетевыми версиями, ни чисто сетевые СМИ, ни блогосфера или социальные сети не создали устойчивых новых бизнес-моделей, позволяющих эту деятельность оплачивать. В каком-то смысле можно говорить о новом витке горбачевской гласности, когда постоянно расширявшееся пространство свободы слова оторвалось или даже вошло в противоречие с собственной материальной базой.

Революция в коммуникациях ставит российские СМИ перед вызовами, подобными тем, с которыми они столкнулись при переходе от плановой коммунистической к рыночной модели. Но сегодня это уже не чисто российская, а общемировая проблема.

#### **Телевидение**

Сегодня почти в 100% российских домохозяйств есть телеприемники. 70% из них, однако, являются собой устаревшие аппараты с катодными трубками. Считается, что физический износ старого

парка, равно как и устаревание более позднего оборудования облегчит переход на цифру, ибо граждане будут покупать новые телеприемники в любом случае, не ожидая госсубсидий.

В 2009 г. городским жителям России в среднем были доступны 25 телеканалов. Все последние годы (начиная с 2006 г.) их число динамично росло. В то же время, по данным государственной статистики, около 1,5 млн человек (1% населения), проживающих примерно в 10 тысячах населенных пунктов Российской Федерации, не охвачены телевизионным вещанием, а 3,7 млн. имеют возможность принимать лишь одну телевизионную программу.

В сегменте общенационального общедоступного телевидения работает 20 телеканалов:

- федеральные универсальные каналы («Первый канал», «Россия 1», НТВ);
- федеральные сети (СТС, ТНТ, ТВЦ, РЕН ТВ, «5-й канал»);
- общедоступные специализированные телеканалы («Россия К», «Домашний», «Спорт», «МУЗ ТВ», MTV, ТВ 3, ДТВ, «Россия 2», «Россия 24», «Euronews», «Звезда», 7ТВ).

Сложившийся в середине 2000-х гг. статус-кво сохраняется и сегодня: в пятерку лидеров (Рейтинг / TVR - от 1 %, Доля / Share - от 5 %) входят три универсальных и два специализированных вещателя - «Первый канал», «Россия», НТВ, СТС и ТНТ.

Во второй пятерке находятся два универсальных вещателя - РЕН ТВ и ТВЦ и три специализированных - ТВ 3, «Домашний» и «Культура». Третью пятерку также образуют два универсальных вещателя - «Петербург-5 канал», «Звезда» и три специализированных - ДТВ, «Спорт» и MTV.

Телевидение остается основным источником информации для россиян. Новости регулярно смотрят 70% всех телезрителей. Тем не менее в период с 2000 по 2009 гг. совокупная аудитория телевидения сократилась с 75,8 до 71% населения. По данным опроса фонда «Общественное мнение», проведенного в январе 2011 года, менее 67% молодых людей в возрасте 18 - 24 лет доверяют телевизионным новостям, в то время как для населения старше этой категории уровень доверия равен 74%.

Таблица 1

**Самые популярные информационные программы российского телевидения в 2007-2010 годах (по доле аудитории)**

TV-программы	Доля ТВ-аудитории за неделю, 19.0325.03, 2007	Доля ТВ-аудитории за неделю, 17.0323.03, 2008	Доля ТВ-аудитории за неделю, 16.03-22.03, 2009	Доля ТВ-аудитории за неделю, 15.03-21.03, 2010
<i>Время 21.00</i> (1 канал)	8,9%	11%	7,4%	8,2%
<i>Сегодня 19.00</i> (НТВ)	5,1%	4,9%	5,2%	5,7%
<i>Вести 20.00</i> (Россия 1)	Нет сведений	Нет сведений	6,8%	6,2%
<i>Новости 24</i> (РЕН-ТВ)	1,2%	1,2%	1,1%	1,6%
<i>События</i> (ТВЦ)	1,0%	1,2%	0,9%	0,8%

Источник: TNS Russia, TV Index

В России активно развивается платное телевидение. В конце 2009 г. вещало около 230 платных телеканалов. Платное телевидение предлагает в среднем 83 телеканала в цифровом формате и порядка 60 в кабельном аналоговом формате. Однако большая часть пакетов операторов платного телевидения сегодня включает в себя не более 40-50 каналов, т. е. непосредственно неэфирными каналами заполняется около или немногим более половины основных пакетов.

Большинство домохозяйств, подписанных на услуги платного телевидения, являются абонентами кабельных операторов. По данным различных исследований - Json&Partners Consulting, Discovery Research Group, на долю кабельных операторов по всей России приходится 65-80% абонентской базы платного ТВ. Соответственно, спутниковым

телевидением пользуется 20-30% платных домохозяйств и еще порядка 3% приходится на сравнительно новую услугу IPTV. **Газеты**

За последние пять лет аудитория печатных версий ведущих качественных газет России значительно сократилась. Даже в Москве с ее наиболее развитой системой распространения ежемесячная аудитория ежедневных газет снизилась с 18% взрослого населения в январе 2006 г. до 14,9% в апреле 2009-го. Особенно заметно падение аудитории качественной прессы. Тиражи желтых изданий остаются стабильными. Единственное исключение - правительственная «Российская газета», что, скорее всего, объясняется тем, что она является официальным публикатором законодательных актов и документов правительства.

Таблица 2

**Ведущие ежедневные газеты России по среднему количеству читателей одного номера**

Потери в тиражах бумажных версий компенсируются ростом аудитории веб-сайтов. В период с января 2009 по октябрь 2010 года еже-

месячное число посетителей [kr.ru](http://kr.ru) - ведущей ежедневной газеты «Комсомольская правда» - удвоилось.

Таблица 3

**Веб-сайты ведущих ежедневных газет России по количеству посетителей в месяц**

Газета	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Кол-во читателей (млн)	Кол-во читателей (млн)	Кол-во читателей (млн)	Кол-во читателей (млн)	Кол-во читателей (млн)	Кол-во читателей (млн)
<i>Комсомольская правда</i>	2,2	2,1	1,9	2,2	1,6	Нет сведений
<i>Московский комсомолец</i>	1,5	1,2	1,2	1,4	1	Нет сведений
<i>Известия</i>	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	Нет сведений
<i>Российская газета</i>	0,3	0,3	0,6	1,2	1,4	Нет сведений
<i>Труд</i>	0,4	0,3	0,4	0,4	0,2	Нет сведений
<i>Коммерсант</i>	0,4	0,2	0,2	0,4	0,3	Нет сведений



Газета	Сайт	Месячная аудитория (млн) Апрель 2009	Месячная аудитория (млн) Апрель 2010
<i>Комсомольская правда</i>	<a href="http://kp.ru">Kp.ru</a>	4,6	6,7
<i>Ведомости</i>	<a href="http://vedomosti.ru">Vedomosti.ru</a>	0,6	2,4
<i>Известия</i>	<a href="http://izvestia.ru">Izvestia.ru</a>	0,4	1,3
<i>Коммерсант</i>	<a href="http://kommersant.ru">Kommersant.ru</a>	0,7	1,7
<i>Аргументы и факты</i>	<a href="http://aif.ru">Aif.ru</a>	0,5	2,9

Источник: TNS Russia, NRS-Russia

Примечание: кол-во посетителей по всей России, возрастная группа с 12 до 54 лет.  
Источник: TNS Gallup Media, апрель 2009/2010.

### Радио

По данным Росстата, в 2008 году на 100 домохозяйств приходилось 29 радиоприемников (не считая приемников в автомобилях).

В эфире представлены как частные (коммерческие), так и государственные вещатели. На данный момент в России всего работает около 8000 радиостанций в FM-диапазоне.

Количество радиостанций варьирует в пределах от 1-2 в небольших городах до нескольких десятков Москве, Петербурге и других мегаполисах.

Наиболее распространенным и технически доступным является информационно-разговорное радио, представленное двумя сетями федерального масштаба - «Радио России» и «Радио Маяк». Сигналы этих сетей можно принимать практически во всех населенных пунктах страны: по трансляционной сети, на длинных, средних и ультракоротких волнах. В настоящее время охват населения вещанием «Радио России» составляет 85,9%, «Радио «Маяк» — 80,6%. Частная радиостанция «Эхо Москвы» имеет 43 передатчика по всей стране.

Самые крупные сети: «Европа Плюс», «Авторadio», «Русское радио», «Радио Шансон»; из петербургских - «Дорожное радио». Эти сети имеют статус общенациональных.

Информационное вещание на сегодняшний день представлено весьма ограниченным числом игроков.

Лидерами в области информационного вещания (News/Talk Radio) являются государственные радиостанции «Радио России», «Радио Маяк» и «Вести FM», а также частная радиостанция «Эхо Москвы».

В последнее время в московском регионе наметилась тенденция создания специализированных информационных станций, делающих ставку на более подробное освещение аспектов в той или иной сфере общественной жизни. Среди них наиболее

заметными проектами стали «Бизнес-FM» и «Коммерсантъ-FM», «Сити-FM», «Комсомольская правда», «Моя семья», «Радио «Звезда» - радиостанции с позиционированием «для делового», «для городского» или «для военного» человека, соответственно.

Аудитория информационно-разговорных радиостанций является возрастной (от 46 лет): у «Радио России» ее доля равна 80%, у «Эхо Москвы» - 65%, у «Маяка» - 60%.

Информационные выпуски на современных радиостанциях выглядят как сводки кратких сообщений, хронометражем не более 3-4 минут, от 4 до 6 новостей. Одной из тенденций последнего времени является унификация информационных источников. Когда речь идет о политической информации, большинство радиостанций в России используют всего несколько «официальных» источников, в основном интернетовских. Сокращается число репортажей с места событий и живых интервью, которые замещаются телефонными разговорами. В последние годы активно развивался жанр ток-шоу. При этом доля политических новостей (как международных, так и внутренних) и аналитики постоянно сокращается.

### Агентства новостей

Сегодня в России функционируют 30 информационных агентств. Некоторые специализируются исключительно на финансовых и деловых новостях, большинство освещают весь новостной спектр.

Крупнейшими из них являются:

- «РИА Новости»;
- «Интерфакс»;
- ИТАР-ТАСС;
- РБК;
- Regnum.

Мақалада Ресей Федерациясындағы бұқаралық ақпарат құралдары туралы айтылады. Елдегі баспасөздің тәуелсіздік жылдары бағындырған белестері жан-жақты талданылады, анықтамалық мәліметтер беріледі. Ресейдің ірі-ірі медиахолдингтарының демократиялық үрдістерді қалыптастырудағы қадамы айшықтала түседі.

In article it is told about a current state of mass-media of the Russian Federation, all is given reference information about the main stages of independence, the role and revenge of large media holdings in a democratic preobrazoaniye of Russia in detail reveals.

С. Барлыбаева

### Коммуникационное развитие Республики Казахстан

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 004.738.5

**Аннотация.** Статья знакомит с современной информационной инфраструктурой Казахстана, которая перешла на новый уровень в связи с переходом республики на индустриально-инновационное развитие, с переходом на цифровое вещание к 2015 году.

Автор раскрывает специфику развития телекоммуникационной, вещательной индустрии, которая является фундаментом развития информационного общества в стране. Здесь читатель ознакомится с государственными программами развития «электронного правительства», работой ведущего телекоммуникационного оператора «Казахтелеком», современной информационно-технологической инфраструктурой Казахстана: с работой кабельных, спутниковых компаний, с развитием Интернета, современных средств массовой коммуникации страны.

#### Специфика телекоммуникаций. Электронная правительства.

Информационно-технологическая революция активизировала внедрение и развитие глобальных СМК. В Казахстане быстро распространяется спутниковое, кабельное ТВ, мобильная телефония, внедряется цифровое вещание, растет количество Web-изданий, информационных мультимедиа ресурсов, получает развитие волоконно-оптическая связь, платное видео. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития новых информационных технологий, СМК республики.

Существенным фактором, определяющим использование ИКТ в Казахстане, является специфика страны с его огромными расстояниями, наличием труднодоступных, удаленных районов с малой плотностью населения, а также различиями в уровне экономического развития областей республики. Новые социально-экономические, технологические условия требовали нового механизма для координации коммуникационного развития в стране. Роль государства в этом процессе возрастает как организующего, регулирующего и законодательного органа при сотрудничестве и все большем вовлечении частного бизнес сектора, общественных организаций. Необходим был новый подход, в основе которого лежали интересы людей, а основное внимание уделялось бы социальным, культурным, экономическим и управленческим целям. Такой подход обеспечил использование знаний и богатого опыта граждан республики в

качестве движущей силы развития информационного общества в Казахстане.

Телекоммуникационный рынок Казахстана переживает бурное развитие в освоении информационных технологий. Идет освоение кабельно-спутникового вещания, прокладывается высокоскоростная волоконно-оптическая магистраль ТАЕ (Транс-Азиатско-Европейская линия передачи). Общая протяженность ТАЕ от Франкфурта-на-Майне (Германия) до Шанхая (Китай) составляет 27000 км. ТАЕ является важнейшей магистралью передачи данных между континентами. Основой этой гигантской телекоммуникационной линии является часть участка в 1750 км, проходящая через Казахстан, который еще со времен прохождения Шелкового пути был связующим звеном между Востоком и Западом.

Для увеличения международного транзитного трафика по цифровым каналам связи в дополнение к действующему казахстанскому участку ТАЕ ведется строительство Национальной информационной супермагистрали (НИСМ), охватывающей все областные центры Казахстана и другие важные административные пункты со строительством волоконно-оптических и цифровых радиорелейных линий связи, обеспечивающих возможность выхода стран Азиатского региона на Россию и страны Кавказа.

Глобальный информационный процесс сильно повлиял на телекоммуникационное развитие, состояние национальных средств массовой ком-

муникации. Казахстан, идя в ногу со временем, нацелен следовать по пути глобализации мировой экономики посредством диверсификации отраслей экономики и постепенного отхода от сырьевой направленности. Первоочередным шагом в этом направлении стало принятие «Стратегии индустриально-инновационного развития республики на 2003-2015 годы». Основные ее положения были разработаны на основе Стратегии «Казахстан-2030». Завершен ее первый этап: создана законодательная основа для осуществления намеченных планов (принято 29 законодательных актов). Начался второй этап ее осуществления. Правительством утверждена Программа по формированию и развитию национальной инновационной системы на 2005-2015 годы. В рамках формирования отечественной инновационной системы созданы национальные технопарки и ряд региональных. Самый крупный проект - свободная экономическая зона (СЭЗ) «Парк информационных технологий», где уже размещены 27 отечественных и зарубежных компаний.

При участии казахстанского Интернет-сообщества, Азиатского банка развития, Всемирного банка и международных экспертов была разработана Программа развития ИТ-отрасли, где отражены основные направления развития информационно-коммуникационной индустрии. Благодаря реализации этой программы, к 2015 году 95% территории республики будет способно принимать цифровые передачи.

В настоящее время реализуется государственная программа «электронного правительства» в Казахстане, которая проходит в два этапа: первый - информационный, второй - интерактивный. Запущен веб-портал «электронного правительства», который как единое окно объединяет все Интернет-ресурсы государственных органов. С развитием информационных технологий появилась возможность эффективной работы государственных структур, в частности, в оказании государственных услуг населению и бизнес-структурам.

Первые в Казахстане началась разработка 6 национальных веб-сайтов. Первый - это национальный образовательный сайт, на котором будут размещены электронные учебники для школьников, учащихся. Второй - это первый национальный медицинский веб-портал для широкого круга

пользователей. Будет проект электронной библиотеки Казахстана. Планируется большой портал - Национальное наследие Казахстана, который будет содержать информацию об истории, культуре, этносе Казахстана, о его народах. Будет еще два портала: портал юридических лиц и бизнес-портал, который раскроет бизнес-потенциал нашей страны.

Происходит бурный рост пользователей сети Интернет в Казахстане. Так, за период с 2000 по 2003 годы их количество увеличивалось на 200% ежегодно. С 2000 по 2009 годы число Интернет-пользователей в Казахстане возросло с 70 тысяч до 2,3 млн. человек (увеличение в 30 раз). По данным Министерства связи и информации РК, на начало 2011 года в стране было 4 млн. 300 тысяч Интернет-пользователей, к началу 2012 - Интернет-пользователей в Казахстане стало уже 8,7 млн [1].

В 2008 году общее количество зарегистрированных абонентов сотовой связи в Казахстане было 15,9 млн. человек. В настоящее время в стране активно развивается рынок мобильной телефонии, уровень проникновения сотовой связи в 2011 году составлял 104% (население Казахстана на 1 августа 2011 г. - 16,6 млн. жителей). На начало 2012 года абонентов сотовой связи насчитывалось 24 млн. человек [1].

АО «Казахтелеком» является национальным оператором телекоммуникационной сети республики. Компания имеет лицензию №1 Министерства транспорта и коммуникации РК на право оказания услуг по всем видам связи. «Казахтелеком» первым в СНГ предложил открытый доступ к сети Интернет с использованием автоматической идентификации, что позволило любому пользователю, имеющему компьютер и модем, получить оперативный доступ к мировым ресурсам сети. В числе приоритетов «Казахтелекома» - дальнейшее углубление интеграции с международными телекоммуникационными компаниями. И в этом важном процессе роль Регионального содружества в области связи - одного из первых отраслевых межгосударственных объединений, образованных на постсоветском пространстве, становится еще более значимой.

«Казахтелеком» продолжает создание в крупных городах страны транспортной телекоммуникационной сети на основе волоконно-оптических линий связи и новейшей технологии систем

передачи SDH. Продолжается реализация проекта национальной акционерной компании «Казхателеком» по созданию национальной информационной супермагистрали, которая охватит цифровыми потоками все областные центры и крупные города Казахстана и обеспечит транзит международных информационных потоков. Коммуникационная индустрия Казахстана находится на качественно новом этапе развития, который определяется геополитическим положением республики, происходящими в стране социально-экономическими преобразованиями.

Огромная территория страны способствует развитию спутникового ТВ - телевидения без границ. Большим подспорьем в этом направлении является казахстанский космодром «Байконур» - центр по запуску космических ракет. Благодаря спутниковому ТВ системы «Жарык» («Свет») стало возможным передавать телепрограммы из северной и южной столиц во все регионы Казахстана, а также охватывать периферийным вещанием часть России, Узбекистана, Китая, Монголии. Спутниковая система «Жарык» дает возможность охватить общенациональным вещанием свыше 90% населения республики.

В июне 2006 году был запущен первый казахстанский спутник «Казсат-1». Однако из-за сбоя в компьютерной системе он, к сожалению, был потерян. Уже «Казсат-2» был запущен в середине 2011 года, который обеспечит республику спутниковой связью, а также цифровым телевидением и радиовещанием. Данный спутник предназначен для отечественного вещания и телекоммуникационной связи. А с запуском «Казсат-3» страна не будет зависеть от иностранных операторов связи. Казахстан выделит на создание третьего спутника в 2011-2013 годах 24 млрд. тенге [2].

Первые сети кабельного телевидения на территории страны стали создаваться в конце 1980-х годов. В настоящее время на территории республики услуги кабельного телевидения предлагают 146 операторов сетей кабельного телевидения, в основном в областных центрах и в крупных городах страны. В стране идет бурное развитие системы кабельного телевидения, где абонентам этого вида вещания предоставлено свыше 100 каналов. В марте 2003 года в Казахстане была создана Ассоциация операторов кабельного ТВ. Крупнейшие игроки кабельного ТВ в Казахстане: АО «Алма-ТВ»,

Холдинг «Alem Communications», куда входят сети: Digital TV (Алматы), G-Media (Павлодар), «Секател» (Актау, Астана, Алматы) и еще 5 компаний в городах: Тараз, Актау, Жанаозень, Уральск, Актюбинск; Icon TV, «Казхателеком» и iDTV.

Важнейшим приоритетом для Казахстана является переход страны на цифровое вещание к 2015 году, что обусловлено общемировыми тенденциями - Международным Союзом Электросвязи в рамках соглашения «Женева-2006» переходным периодом (2007-2015 гг.) для внедрения цифрового вещания. Выбор определенного стандарта (японский, американский и европейский) определяется индивидуально каждой страной. Сроки отключения аналогового сигнала (от 5 до 16 лет) каждая страна определяет самостоятельно. Многие государства, Казахстан в том числе, предпочли европейский стандарт по его следующим показателям: низкая стоимость приемного оборудования, унифицированность для эфирного, спутникового, кабельного и мобильного вещания, высокая помехоустойчивость и качество ТВ-сигнала, многопрограммность, возможность организации дополнительных услуг (передача данных, видео по запросу), возможность создания одночастотных сетей.

В Казахстане разработана Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы. На ее реализацию потребуется выделение средств из республиканского бюджета, а также внебюджетных источников: прямых отечественных и иностранных инвестиций общим объемом - 36.165 млн. тенге. Данная Программа будет осуществляться в четыре этапа:

1. Подготовительный этап - первая половина 2008 года.
2. Организационный этап - 2009 год.
3. Реализационный - 2009-2014 годы.
4. Завершающий - 2014-2015 годы [3].

При цифровом вещании в несколько раз увеличится число программ, появятся новые дополнительные услуги: видео по запросу, Интернет-ТВ, телевидение высокой четкости, мобильное ТВ. Появятся новые отрасли телекоммуникационной и вещательной индустрии, например, производящие цифровое оборудование, сервисные компании и др. Будет создан оператор цифрового вещания, который будет формировать и транслировать социальный пакет программ. Данный проект ведется в рамках

реализации «Государственной программы по формированному индустриально-инновационному

развитию Респу-

блики Казахстан на 2010-2014 годы». Переход на цифровое вещание обусловлен необходимостью формирования современного информационного пространства как одного из ключевых направлений стратегического плана развития республики до 2020 года. Для повышения конкурентоспособности отечественной телевизионной продукции планируется создание глобальной мульти-сегментной вещательной сети, предусматривающей появление крупнейшего информационного агентства в Центральной Азии. Министерство связи и информации РК в декабре 2011 года открыло в Астане новый телерадиокомплекс. В настоящее время утвержден законопроект «О телерадиовещании», где будут урегулированы вопросы, касающиеся цифрового вещания, а также другие, имеющие большое значение для развития отрасли.

Республика занимает выгодное географическое положение, при котором все кабельные магистрали, соединяющие европейские республики стран СНГ со среднеазиатскими, проходят по ее территории. Это

делает казахстанскую сеть телекоммуникаций привлекательной в качестве платформы, соединяющей информационные потоки Востока и Запада.

Коммуникационная индустрия переходит на новый количественный и качественный уровень, затрагивая не только компании, но и страны, регионы; она определяет способность устоять в конкурентной борьбе высокотехнологичного мира XXI века. Новые средства массовой коммуникации Казахстана первыми реагируют на вызов времени, они изменяют свою политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям.

#### Литература:

- 1 ТРК «Хабар» -2011. февраль - 20.
- 2 ТРК «Хабар»- 2011. сентябрь.-12.
- 3 Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в Республики Казахстан на 2008 2015 годы.

Мақала республиканың 2015 жылғы индустриялы-инновациялық дамуға өтуіне байланысты Қазақстанның қазіргі ақпараттық инфрақұрылымын таныстырады.

Автор елдегі ақпараттық қоғамның, телекоммуникациялық, хабар индустриясы дамуының ерекшеліктерін аша-ды. Оқырман бұл мақаладан электрондық үкіметтің дамуының мемлекеттік бағдарламалары, Қазақтелекомның бастаушы телекоммуникациялық операторының жұмысы, қазіргі авдаттық-технологиялық Қазақстан инфрақұрылымымен танысты-рады: кабелдік, спутникті серіктестіктердің жұмысы, интернеттің дамуы жана деңгейдегі жаппай коммуникацияның қазіргі құралдарымен танысады.

This article is about modern new information infrastructure of the Kazakhstan, which go to new level with transition the republic to industrial-innovation development, which transition to the digital broadcasting on 2015.

The author shows the specific of the telecommunication development, broadcasting industry, which are the base of the information society in the country. The reader will brow with the government programme of the «electronic government», telecommunication national company «Kazakhtelecom», modern information infrastructure of the Kazakhstan, with a work of cable, satellite companies, development Internet, modern mass media and mass communications in the country.

К. Қабылғазина

#### Әлемді жайлаған ақпарат

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77

**Аңдатпа.** Мақалада бүгінгі қоғамдағы ақпараттың алатын орны, маңызы сипатталады. Автор ақпараттың аудиторияға ашық жеткізілуінің тәсілдерін талқылайды. Халықтың әлеуметтік-экономикалық әл-ауқаты артқан сайын мемлекет ішінде болып жатқан тоқтаусыз процестерге көзі қарақты көрерменнің күн өткен сайын қызығушылығы да арта

түсетіні заңды құбылыс. Мұның үстіне қазіргі Конституциялық заңдылықтар бойынша кепіл берілген сөз бостандығы мен пікірлер алуандығына мүмкіндігінше ерік берілген заманда, сол демократиялық құндылықтардың мінберіне айналған ақпараттық бағдарламаға сұраныс бәсеңсімейтіндігі баяндалады.

### **Журналистика. Халық. Қоғам.**

Қазіргі дүние біртұтас жүйеге айналып келеді. Бүкіл әлем жаһандық қоғамға тәуелдену процесін бастан өткеруде. Бұлай ықпалдасу өмірдің кез келген саласына - саясат, экономика, қауіпсіздік, ғылыми-техникалық, ақпараттық және басқаларға қатысты. Бүгінгі әлемді ақпараттық құралдарсыз елестету қиын, өйткені олар халықпен, бүкіл қоғамдық өмірмен біте қайнасып кеткен. Дүниежүзінде болып жатқан оқиғалар тек осы әр тілдегі, әр бағыттағы ақпарат құралдары өкілдері арқылы таралып жатады. «Журналистика - халық - қоғам» деп аталатын үштік бірінсіз-бірі қызмет етуі мүмкін емес.

Әрине, қай қоғамда болмасын БАҚ өкілдеріне қандай ақпаратты таратамын, кімді, нені жақтаймын, қандай мәселені көтеремін десе де еріктері, өйткені демократиялық бағыттағы үкіметтің ұстанған саясаты осындай. Елбасы Нұрсұлтан Назарбаев: «Қазақстан қоғамы жаһандану мен ұлттық мемлекетті жаңа тұрғыда нығайту процесін бастан өткізуде. Капитал, өндіріс, шикізат, интеллект қозғалысы бір немесе бірнеше елдер ынтымақтастығы шеңберінен сыртқа шығып, глобальді қауымдастық шеңберінде қадамдар жасау жағдайын респуб-ликаға барынша жақындатады. Мақсат - оның сыртында қалып қоймай, керісінше, тепе-теңдік құқында ол процестің ішіне ену. Бұл елді дамытуға жаңаша көзқарасты талап етеді. Соған байланысты Қазақстан қоғамы тек экономиканы сандық, көлемдік жағынан ғана көтеріп қоймай, ендігі жерде оны ғылымның, техниканың, технологиялардың, коммуникативтілік жүйелерінің озық жетістіктерімен үйлестіре отырып, көрсетуге бағыт ұстайды. Осындай жауапты қадамдар мен міндеттер тек етек жеңі жинақы, ұйымшыл, білімді, жоғары мәдениетті, интеллектуалды әрі адамгершілікті елмен, оның осыған сай азаматтары арқасында, олардың тиімді еңбегі арқылы ғана мүмкін болмақ. Батыс елдер тарихы мен әлеуметтік тәжірибесінде жоғары рухани мәдениетсіз, терең тамыр жайған адамгершіліксіз ешқандай озық техника мен технология жекелеген елдерді, олардың азаматтарын да бақытты ете алмайтыны дәлелденді. Жоғары дамыған материалдық байлық қоғамдық ортада жоғары дамыған рухани кеңістікке жол ашады. Яғни еліміздің табысты тіршілігі мен тәуелсіз әрі бәсекеге

төтеп беретін мемлекет болу кепілдігі - біздің адамдарымыз. Біз, қазақстандықтар, сан жағынан шағын елміз. Алайда басты мәселе тек халық санында ғана емес, алдымен, сапада, жоғары рухани мәдениеттілік, интеллект пен патриоттық үйлесімінде. Қазіргі тарихи уақыт пен глобальді қауымдастыққа тепе-теңдік прин-ципі негізінде тіршілік ету жаңа типті адам тәрбиелеуді алға қойды. Ол - білімді, тәрбиелі, коммуникативтік қабілеті жоғары, биологиялық және психологиялық дені сау, әлеуметтік бағдары мен рухани мәдениеті қалыптасқан адам», - деген болатын. Яғни, елдің айнасы - бұқаралық ақпарат құралы, сол арқылы мемлекет мүддесі айқындалып отыруы тиіс. Қазіргі кездегі әртүрлі партиялық, экономикалық үрдістер, дүниежүзілік қарым-қатынастың күшеюі, соғыс әрекеттері тәрізді жайлар информациялық тасқынды күшейтіп отыр. Оқырман ба, тыңдарман ба, көрермен бе нені оқып, нені тындап, нені көрер мәселесіне халық ретінде аса талаппен қарайды. Осы тұрғыдан келгенде кез келген журналист өз өнімінің өтімді болуы үшін, өз рейтингі жоғары болуы үшін күреседі.

Ақпараттық және басқа технологиялардың осы заманғы дамуы - шектеусіз. Әлемдік рынокқа шығу, бүкіл дүниежүзімен сауда жасау мүмкіндігі, әлемдік білім мен ақпараттың негізгі ортасына қосылу мүмкіндігі, бүкіл әлеммен еркін байланысқа түсу, басқа елдерден үйрену, өзге халықтардың мәдениетін білу арқылы рухани баю - мұның бәрі қазіргі дүниенің бізге беретін нәрсесі. Әлемде озық технологиялардың дүниеге келуімен байланысты ақпарат кеңістігі де айтарлықтай ұлғая түсті. Ұлы державалар да өздерінің жетістіктерін пайдаланып, өз ықпалдарын, пәрменділіктерін жүргізуге ұмтылуда. Әрине, әлемдік деңгейде болып жатқан өзгерістерден табиғи және адами байлығы мол Қазақстан да шет қалуы немесе оқшаулануы мүмкін емес, Біздің еліміздің ақпарат кеңістігіндегі модернизация үрдісінің ерекшелігі адамдардың тарихи мәдени ерекшелігіне, ұлттық менталитетіне, мемлекетте қалыптасқан этно-мәдени және тілдік жағдайға негізделген. Кейінгі кезеңде еліміздің ақпарат кеңістігі бірнеше эволюциялық жаңғыру, жаңару кезеңдерін бастан өткерді. Бүгінде ақпараттық кеңістік бұрын болмаған жеке-дара,

діни, партиялық, интернеттік, жарнамалық ,тағы басқа пішіндік, мазмұндық өзгерістерге түсті.

Жоғары деңгейде дамыған ақпараттық технологиялардың арқасында АҚШ бүгінгі күні әлемдік ақпарат нарығында басты позицияны ұстанып отырғаны бізге мәлім. Америкалық экспортта ақпарат өндірісі жыл сайын 250 млрд доллармен өлшеніп, қорғаныс өндірісінен кейін екінші орынды алады екен. Сонымен бірге АҚШ әлемдегі ең ірі ақпарат өндірушілер мен сатушылар болып табылады. Көптеген шетелдерде ақпарат өнімдерін шығарғаннан гөрі америкалық фильмдерді, телебағдарламаларды, журналдарды сатып алған оңайға түседі. Осыған байланысты бүгінгі таңда ақпарат нарығындағы жаһандану экономикалық сипат алып отыр. Қазіргі уақытта ақпараттық әсердің жаһандануында ЮПИ, Ассошэйтед пресс, Рейтер, Франс-Пресс, ИТАР -ТАСС секілді ірі ақпарат агенттіктерінің орны ерекше.

Журналистикада ақпараттың орны ерекше. Себебі ақпарат - журналистиканың әсерлі-лігі мен тиімділігін арттыратын фактор. Шын-дығында, ақпараттың қоғам дамуындағы рөлін, әсіресе қазіргі заманда ескермеу мүмкін емес. Онсыз техникалық үрдіс пен ғылым, қоғам жаңалықтарын уақыттан қалыспай біліп отыру неғайбіл. Тұрмыс-тіршіліктегі өсіп-өркендеу де нақ соған байланысты. Ол үшін ақпаратты жинақтап, жедел түрде жариялап отырудың маңызы зор. «Ақпарат» сөзіне энциклопедияда бірнеше анықтама берілген: соның ішінде, журналистикадағы ақпарат - қайсібір оқиға, құбылыстар туралы түсіндіріп, мәлім ету, дерек беру, өз туындысын жасау кезінде журналистің қолында бар және жұмыс істейтін мәліметтер жиынтығы, оны аудитория әртүрлі орындардан соның ішінде БАҚ көздерінен де ала алады. Ғылымның түрлі салаларында «ақпарат» сөзіне берілетін анықтама әртүрлі. Бұл сөздің мағынасының ауқымы кең болғандықтан біз тек қана журналистикада теория жүзінде қолданылатын ұғымдармен шектелдік.

Ресейлік зерттеуші Георгий Кузнецов маңызды ақпаратты бағалаудың бес критерийін ұсынады:

1. Егер көрермен ақпараттан өзінің іс-әрекетіне пайдалы болар мағлұмат ала алса, онда мұндай жаңалықтың маңызы зор. Мұндай жаңалықтар қатарына сән әлемі мен ауа райы және валюта бағамы сияқты мәліметтер жатады.

2. Егер ақпарат онымен құлақтанған адамның беделін арттыратын болса немесе ақпараттың көмегімен халықтың қызығушылығы қанағаттандырылса. Теледидардан бір мәліметті естіген адам оны біреуге айтып беру арқылы өзінің мерейін үстем қылғаннан ләззат алады.

3. Көрерменнің уайымын туғызатын ақпарат (жағаның бір шетінде қайырымды істер, ерліктер тұрса, екінші шепте апаттар, қылмыс тұрады).

4. Егер ақпарат белгілі бір жағдайға қатысу ниетін оятса; (оның орнында мен болсам қалай жауап берер едім?)

5. Егер ақпараттың эстетикалық құндылығы болса.

Бұған қоса, мынадай белгілердің де маңызы зор:

1. Бас кейіпкердің бар болуы (оқиғаға жеке адам тұрғысынан келу).

2. Материалдың негізгі идеясы нақты көрініс берілген, басты маңызды мәселелердің барлығына жауап берілген.

3. Сауатты грамматика, орфографиялық қателердің жоқтығы.

4. Жаргондар мен штамптардың жоқтығы. Егер материал жоғарыда аталған талаптардың бір де біреуіне сай келмейтін болса, онда ол журналистер жұмысын құлдыратып жіберді. Өйткені кез келген ақпараттың құндылығы немесе жарамсыздығы оған деген көрермен көзқарасын алдын ала болжап отыру арқылы ғана анықталады. Тек, өкінішке орай, ақпараттандырушылар көрермен мүддесін ойлаудан гөрі, телеарна басшылығына қалай жағынуды ойлап кететін жайлар аз емес деп жазады өз зерттеуінде ресейлік маман.

Қазақстанның журналистикасы ұзақ жылдар бойы Кеңес одағының журналистикасына тәуелді болып келді. Кеңестік журналистика «медиацентристік», яғни аудиторияға әлдебір тәсілдер көмегімен әсер ететін, бір идеологияға бағытталған журналистика болды, кейіннен енген демократиялық журналистика - «адами-центристік», яғни адамның мүддесі мен қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған деп бұқаралық ақпарат құралдарының заманауи шетелдік теорияларын қарастырып келдік. Бұл екі ұстанымның да олқы тұстары бар деген қорытындыға келеміз. Соңғы ұстанымның журналистикада кеңінен қолданылуы жайсыз нәтижеге әкеп тіреді: БАҚ аудиторияға тек жаппай

сұранысқа ие болған нәрсені ғана ұсынады. Бұл «журналист аудиторияның ішінде» ұстанымының кеңес уақытындағы ақпаратты бұрмалап беру тәсілінен еш айырмашылығы жоқ болып шығады. Басты айырма - тек ол тұста барлығы жақсы болса, қазір бәрі жаман. Яғни аудиторияға қажетті негативті ақпаратты ұсыну үшін болған жайды бұрмалап беруге қашан да дайын тұрады. 90-жылдардың басында еліміз дағдарысты жағдайды бастан кешірген тұста халық арасында жаппай жұмыссыздық, кедейшілік сияқты әлеуметтік құбылыстар етек алды. Қиын-қыстауда ашынған бұқараға ел үкіметін бар қиыншылықтың бастауы ретінде көрсететін журналистика қажет еді. Осылайша, сынайтын, мінейтін журналистика арқылы халық өз сұранысын қанағаттандырып отырды. Сондықтан да журналистикадағы көптеген рухани жанрлар жойылып, тек кемшіліктерді көрсету арқылы адамдардың санасындағы эстетикалық құндылықтарға көлеңке түсе бас-тады. Сондықтан тек «қара» ақпараттарға жол бере бермей, адами құндылықтарға, адами еңбекке, соны қадірлеуге де назар аударған жөн деген қорытындыға келуде көптеген зерттеушілер. Ал ғалымдар да бұқаралық ақпарат құралдарының дамуындағы табысты белес ретінде медиацентристік және адамицентристік ұстанымдар элементтерін біріктіруді жөн деп санайды.

Бүгінде Қазақстан телеарналарының эфир кестесінде тұрақты орын алған ақпараттық бағдарламалардың маңызы өзге бағыттағы ақпараттарға қарағанда басым болып отыр. Халықтың әлеуметтік-экономикалық әл-ауқаты артқан сайын мемлекет ішінде болып жатқан тоқтаусыз процестерге көзі қарақты көрерменнің күн өткен сайын қызығушылығы да арта түсетіні заңды құбылыс. Мұның үстіне қазіргі Конституциялық заңдылықтар бойынша кепіл берілген сөз бостандығы мен пікірлер алуандығына мүмкіндігінше ерік берілген за-манда, сол демократиялық құндылықтардың мінберіне айналған ақпараттық бағдарламаға сұраныс бәсеңсімейді. Көрерменнің саяси мә-дениетін қалыптастырып, мемлекеттегі і үздік-сіз үрдістерді ұғындыратын мұндай бағдарла-маның тұрақты шығып отыруы мемлекеттік саясатты жүргізіп отырған билік органдары өкілдеріне тиімді. Өйткені белгісіздік қашан да сұрақтар тудыратыны аян. Сол сияқты сөз бостандығына тұсау салынған қоғамдағы адамдар

санасын торлаған сан сауалға жа-уап таппай қиналады. Ал мүмкіндігінше қоғамдық-саяси, әлеуметтік өмірдегі ағым-дарға кең түсінік, комментарий берілген ашық қоғамда, сәйкесінше, өмір сүрген де оңайырақ. Ақпараттық телебағдарламалардың танымал-дылығы әрі өзектілігі, міне, осындай жағдай-лармен түсіндіріледі.

Қазақстандағы ақпараттың жасалу техноло-гиясы әлдеқайда қуатты Ресей телеарналарының ақпараттық бағдарламалары мен бәсекелестікке түсе алмаса да, көрілімдігі жағынан олардан кем түспейді, өйткені Қазақстан жаңалықтары Ресей арналарында аз мөлшерде ғана қамтылады, тиісінше, елдегі ішкі жағдай туралы ақпаратты Қазақстан тұрғындары отандық телеарналардан толыққанды алуына мүмкіндік бар. Ал Ресей жаңалықтарына біздің мемлекетіміз ерекше құлақ түреді, өйткені бұрынғы және қазір де жалғасын тауып жатқан экономикалық тәуелділік бар, оның үстіне ірі держава болғандықтан, олардың жүргізіп отырған саясатынан шетте қалуға мүдделі емеспіз.

Орыс тілді ақпараттық кеңістіктің орасан зор дамуы қазақ тіліндегі ақпараттың дамуына кері әсер етіп отыр, соның салдарынан ақпараттық бағдарлама жасайтын қазақ редакциясының тілшілері орысша ойлап, қазақша ой қорытуы салдарынан тіке мағынасында аударылған калька сөздер көбейді. Тілдік құрылымға да нұқсан келуде. Қоғамдық байланыстың дамуы күнделікті жаңа сөздерді, неологизмдерді өмірге келтірді. Бұл сөздердің тілдік қорымызға сіңуіне оларды эфирден бірінші болып тарататын ақпараттық бағдарламаның ықпалы зор.

Ақпараттық бағдарламаның брендін қалып-тастыру хабардың жоғары көрілімдігін арттыру-дың алғышарты. Ақпараттық бағдарламалар-дың өнімдері - жаңалықтар табиғатына сәйкес шынайы және виртуалды болып бөлінетіндігін сараптай келе, мемлекеттік және коммерциялық бұқаралық ақпарат құралдарының меншік ие сінің ұстанымына сай ақпарат тарататындығын байқадық. Яғни өмірдегі шынайы болған оқиға, құбылысты әрбір БАҚ өз тарату саясатына сәйкестендіріп, ақпарат таратуы айқын мысал бола алады. Бұл тұрғыдан алғанда коммерциялық телеарналарда қазіргі таңда «инфотеймонт», яғни ақпаратты ойнатып беру тәсілі кеңінен қолданысқа енген. Жалпы, шолу мен кіш-кентай детальдардың қоспасы инфотеймонт



тәсілінің басты қағидасы. Яғни бұл жерде оқиғаның болғаны ғана маңызды емес, оқиғаның қалай болғаны, ондағы қызықты детальдарды бейнематериалға арқау етіп, жаңалықтар жасау коммерциялық телеарналарға тән үрдіс.

Информацияның негізгі өзегі - шапшаңдық әрі бұл тек ақпарат жанрына тән ерекшелік болса керек. Бұл үрдіс қазір де сақталған. Жалпы ақпараттар редакциясында бір ғана тілшінің тек бір тақырыпқа бейімделуі экономикалық жағынан алғанда өзін-өзі ақтамайтын тәсіл. Өйткені, бір журналистің бір салаға байланып қалуы оның шығармашылық аясын шектейді. Тек әскери салаға жазатын журналист бұл салаға дилетанттық тұрғыдан емес, кәсіби маман көзқарасымен маманданса, оның дайындаған бейнематериалының көрерменге түсініксіз болуы ықтималдығы жоғары. Ал ақпараттық бағдарлама журналистері өз мәтінін барынша жеңіл тілмен түсінікті жазуы тиіс. Бағдарлама жасау барысында бір тараптан ақпараттық жанрдың жылдар бойы қалыптасқан бұлжымас ережелерін сақтауға тырысты:

- шынайылық;
- жаңалықтың болуы міндетті;
- хабарламаның толықтығы;
- шұғылдылық, айтылған деректің өзектілігі;
- жүйелілік - шығарылымдар жиілігінің сақталуы;

- өмірлік деректің құрылымына негізделген оқиғалық материалдың композициясы.

Ақпараттың қысқалығы көптеп ескеріле бастады:

- эфирге шығу саны көбейтіле бастады және олардың арасындағы жиіліктің қысқаруы;
- жаңалықтар бағдарламасының таза ақпараттық бағдарламадан ақпараттық-ақпараттық-сауықтыру бағдарламасына айнала бастауы;
- тақырып аясының кеңеюі және шығарылымдағы материалдарды орналастыру принципіндегі өзгерістердің көбеюі;
- сюжеттердегі «стэнд-аптардың» молаюы және арнайы репортаждың дамуы;
- жаңалықтардың авторлануы, сюжет соңын-да таныстырылымның оқылуы.

Сенсация қуудың арты, заманауи қоғамның өмірі эфир бетінде қылмыстар, апаттар, қатығыстар және саяси, қаржылық серкелердің, шоу бизнес, спорт жұлдыздарының сауықшыл ғұмыры ретінде көрініс тапты. Бұл қоғамның басым бөлігінің

мүддесіне сай келмейді, нәтижесінде олар әлеуметтік саяси жағдайда дұрыс бағдар ұстауға және өмірлік маңызды шешім жасауға сеп болатын толыққанды ақпарат ала алмайды. Мысалы, «Форбс» журналының кейіпкерлері, жұлдыздардың отбасылық өмірлері, кім ажырасты, кім қосылды т.б. жағдайлар да көрермендер арасында көңіл аударатын жайлар болып табылады.

Ақпараттың нақтылығын анықтау үшін қазақстандық журналистердің жасаған қадамдарында сәттілік бар. Атырау облысының Жаңа-өзен, Шетпе қалаларында болған қаты-ғыстарда әр түрлі қауесеттер көптеп тарап кетті. Теледидарда айтылды, радиодан естідік, газетте жазылды деген сөздерге шынайы сену біздің халықтың санасында мықтап орналасқан. Кейбір дерек көздеріне ақпарат берген нақты адамдардың айтуынша, жүздеген адам өлген. Қартайған, ақыл-санасы қалыптасқан, ересек әйел сұқбат берген шетелдік арналарға. Онда ол: «Менің келінім ауруханада жұмыс істеуші еді, соның айтуынша, - ол өз қолымен жүз адамның көзін жауыпты», - дейді. Әрине, ақпарат нақты адамның аузымен айтылып тұр. Яғни ақпарат құралдары адамдарға өтірік ақпарат берген деген де сыбыс таралған. Осы жерде БАҚ өкілдеріне деген сенімсіздік болмауы үшін журналист «Қазақстан» телеарнасының журналисі Мұрат Есжан ақпарат шындығын ашу үшін, жаңағы қарт адамды тауып алып, ондай деректі айтқан келінімен жүздестіруді өтінеді. Шындығына келгенде, ол адамның ауруханада жұмыс істейтін ешқандай келіні жоқ болып шыққан. Журналист өзіндік тәсіл тауып, кейіпкерді ірі планда көрсетіп, «міне, мына адам өтірік ақпарат таратып, халық ішінде іріткі салып жүр» деген рәуіште ақпаратын жария етті. Бұл қадам, бір жағынан, журналистердің беделін сақтау үшін қажет болса, екінші жағынан, кез келген сыбысқа сенбей БАҚ тарапынан айтылған дерек көздеріне сүйену керектігін меңзейді. Әрине, кейбір ақпараттық құралдардың өздері де ақпараттың ақиқатын анықтамай жатып жариялап жіберіп жатады. Жақында астаналық әріптесіміздің әйелі құрсағынан шыққан балаларын тастап шетелге күйеуге кетіп қалған, бес бірдей баланы бір өзі асырап-бағып отырған әке жөнінде ақпараты таратады. Әлемнің түкпір-түкпірінде жүрген ұлт өкілдері жанашырлық танытып, көмек қолын созып, әбігерге түсті. Кейіннен ол жігіттің әйелінің мәлімдемесі бойынша бұл ақпарат мүлде жалған

болып шыққан. Әйел ешқандай күйеуге кетпеген, керісінше, оны ері үйден қуып жіберген. Балаларын көруге зар болған әйелдің көз жасы да сенімділік қалыптастырады. О баста ер адамның «әйелім шетелдік адаммен қашып кетті» деген сөзінің өзі бірден күдік тудыратын еді. Міне, бұл жерде журналистің ақпаратты анық-қанығын зерттемей жатып жариялай салғаны көрініп тұр. Бұл жерде ол ақпаратты қабылдайтын аудиторияға моральдық зиян жасалды. Сондықтан ақпараттық журналистикада абай болған жөн.

#### Әдебиеттер:

- 1 ҚР Президенті Н. Назарбаевтың төртінші медиафорумда сөйлеген сөзінен.
- 2 «Қазақ телевизиясы», энциклопедия / Құрастырушы: Қ. Тұрсын. - Алматы: «Қазақпарат» баспасы, 2009 ж. - 93 б.
- 3 Барманқұлов М. Телевизия: бизнес, әлде билік? - Алматы: «Қазақ университеті» баспасы, 2007 ж. - 41 б.
- 4 Ким М.Н. Новостная журналистика. - С.-Пб., Издательство Михайлова В. А., 2005.
- 5 ВоскобойниковЯ.С., Юрьев В.К. Журналист и информация: профессиональный опыт западной прессы. - М., 1993.
- 6 Мельник Г.С. Масс-медиа: психологические процессы и эффекты. - СПб., 1996.

В статье отмечается роль и значение информации в современном обществе. Автор подчеркивает необходимость и предлагает методы свободного распространения информации. С улучшением социально-экономического положения народ больше интересуется внутренними и зарубежными новостями. Это закономерное явление, подкрепленное Конституционным правом на такие демократические ценности, как свобода слова и плюрализма, при этом спрос на новостные программы не снижается.

The article notes the role and importance of information in modern society. The author stresses the need for and methods of offering the free flow of information. With the improvement of socio-economic status, people more interested in domestic and foreign news. This is a natural phenomenon, supported by the Constitutional right to democratic values, such as freedom of expression and plurality, demand on news programs are not reduced.

С. Велитченко

### Медиация - потребность современности

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 316.77

**Аннотация.** Автор рассматривает новое научное и практическое направление в юриспруденции и конфликтологии - «медиация». Медиаторы помогают людям услышать друг друга и найти определенное решение по спорным юридическим вопросам. Медиация - часть практической конфликтологии - возникла во второй половине XX века. Местом ее рождения можно назвать США, Австралию и Великобританию, объединенных англосаксонской системой права. Позже такой способ разрешения конфликтов распространился и в Европе, а в настоящее время его активно используют в Японии, Китае, Корее, Индии. На сегодняшний день медиация активно развивается и в Казахстане.

#### Юриспруденция. Конфликтология. Медиация.

*Медиация (лат. mediate - быть посередине) - часть практической конфликтологии - возникла во второй половине XX века. Местом ее рождения можно назвать сразу несколько стран*

*- США, Австралию и Великобританию, объединенных англосаксонской системой права. Позже такой способ разрешения конфликтов распространился и в Европе, а в настоящее время его активно используют в Японии, Китае, Корее, Индии*

*и многих других странах. На сегодняшний день медиация активно развивается и в Казахстане. Медиация - это «процедура примирения конфликтующих сторон путем их вступления в добровольные переговоры с привлечением нейтрального лица - медиатора - с целью достижения взаимопонимания и составления договора, разрешающего конфликтную ситуацию».*

28 января 2011 года Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев подписал Закон РК «О медиации». Собственно, в казахском обществе процедура медиации существовала издревле. Испокон веков существовала традиция разрешать конфликты с помощью уважаемых аксакалов и биев. Современные медиаторы предлагают возродить ее в новом свете и в рамках закона.

По данным одного из авторов законопроекта, президента Национальной Лиги потребителей Казахстана, председателя правления «Центра медиации и миротворчества «Медиация» Светланы Романовской, с начала реализации проекта «Доступ к правосудию населения через внедрение альтернативных способов решения спора» прошло 12 лет. Еще в 2000 году на круглом столе при поддержке фонда «Сорос - Казахстан» обсуждались практики и виды разрешения споров. Сейчас в Казахстане действует Единый центр медиации и миротворчества, где работают 108 специалистов, прошедших специальное обучение. Медиаторы помогают людям услышать друг друга и найти определенное решение по спорным юридическим вопросам. Идею медиации активно продвигали такие видные государственные деятели, как И.И. Рогов, С.Ф. Бычкова, С. А. Дьяченко, и другие. Особая роль в принятии законопроекта «О медиации» принадлежит Президенту Республики Казахстан Нурсултану Абишевичу Назарбаеву.

И законодатели, и судейское сообщество Казахстана поощряют развитие медиации. Специальные законы о медиации приняты в России, Белоруссии, Киргизии и др. В Российской Федерации появился даже специальный телеканал, посвященный внесудебному разрешению споров и конфликтов, демонстрируются имиджевые видеоролики на темы медиации. В новом Послании Президента страны народу Казахстана есть строки о необходимости внесудебного разрешения споров - это позволит снизить количество заявлений и исков, поступающих в суды, а значит уменьшит нагрузку на

судей, даст им возможность заниматься более трудными и сложными делами. Соответствующие законопроекты подготовлены к принятию в Бельгии, Люксембурге, Польше и Словакии. Например, в Великобритании судьи наделены полномочиями возлагать финансовую ответственность на сторону, которая необоснованно отказалась попытаться разрешить спор с помощью медиации (нейтрального посредника). Созданные в Европе центры примирительных процедур ведут статистику споров, успешно разрешенных с помощью нейтрального посредника. Если изначально медиация использовалась только в вопросах семейных отношений, то затем область ее применения заметно расширилась и сейчас может способствовать урегулированию конфликтов в различных областях гражданского и уголовного права. Основное отличие медиации от других процедур состоит в том, что медиатор представляет в споре нейтральную сторону и не принимает решений, он лишь помогает участникам конфликта достигнуть соглашения, при котором ни один из них не будет чувствовать себя проигравшим. Преимущество медиации в том, что конфликтующие стороны получают возможность решить спор с учетом своих интересов. Данный метод доказал свою эффективность в области семейно-правовых, трудовых, потребительских отношений, в ювенальной юстиции.

В отличие от судебного разбирательства, процедура медиации требует меньше времени (в среднем она занимает от нескольких часов до одного рабочего дня), обходится дешевле, чем рассмотрение дела в суде, не влечет за собой разбирательств в апелляционных инстанциях и, главное, дает возможность мирного урегулирования конфликта. Значение классического правоведения в мире стремительно уменьшается, возрастает популярность компетентного управления конфликтами и ведения переговоров. В такой ситуации медиация становится наиболее эффективным способом разрешения конфликтов. Принятие Закона «О медиации» в Казахстане в 2011 году является очень своевременным. Данный закон нужен судам, потому что многие вопросы будут разрешены в его рамках. Это уменьшит нагрузку на суды и высвободит время, которое, несомненно, позитивно отразится на качестве отправления правосудия. А сторонам спора позволит избежать

длительной судебной процедуры, дополнительных судебных расходов.

В законе указано, что сферой применения медиации являются споры (конфликты), возникающие из гражданских, трудовых, семейных и иных правоотношений с участием физических и (или) юридических лиц, а также рассматриваемые в ходе уголовного судопроизводства по делам о преступлениях небольшой и средней тяжести, если иное не установлено законами Республики Казахстан. Но установлен запрет на применение процедуры медиации по делам, когда одной из сторон является государственный орган [1].

Представляется, что в будущем такой запрет будет исключен, и в соответствии с опытом некоторых европейских стран в сферу медиации будут вовлечены и государственные органы. Возможно, это произойдет тогда, когда будет применяться наряду с внесудебной медиацией и институт судебной медиации. Это те случаи, когда дело уже находится в производстве суда, но стороны согласились на проведение судебной медиации. При таких обстоятельствах производство по делу приостанавливается, и дело передается другому судье этого же суда для проведения медиации. Судебная медиация не влечет дополнительных расходов. Получив иск и возражения на иск, судья анализирует, можно ли спор передать медиатору. На

юристу. К сожалению, до сих пор большинство внешних юристов рассматривают медиации лишь как основание для серьезного снижения своих гонораров, поэтому не удивительно, что они всеми методами стараются отговорить своего клиента от использования этого способа быстрого разрешения конфликтных ситуаций.

Как отмечает президент Международного правозащитного центра, эксперт-криминалист, профессиональный медиатор Жандильда Жаку-пов, медиатор рассматривает споры, касающиеся крупных сумм денег, семейно-брачных отношений, различные гражданские дела. Государству невыгодно вести бракоразводный процесс, где зачастую задействованы и прокурор, и судья, и секретарь, а госпошлина составляет всего 500 - 700 тенге. Если кто-то из сторон будет недоволен решением, дело отправится дальше по инстанциям, иногда его рассмотрение затягивается на годы. А

медиацию спор может быть передан при наличии двух условий:

- 1) разрешение неправового вопроса;
- 2) если в споре не задействованы третьи лица.

Если медиация была успешной, производство по делу прекращается. Если соглашение не достигнуто, то производство по делу возобновляется и продолжается судебное разбирательство (опыт Германии).

Медиация предоставляет сторонам возможность использовать гибкую процедуру для защиты собственных прав и интересов и сосредоточить внимание не только на коммерческих и юридических аспектах спора, но также исходит из личного интереса каждой из сторон, выходящие за рамки компенсации, положенной по закону. В дополнении к экономии времени и средств, процесс медиации позволяет сохранить нормальные взаимоотношения между собственниками бизнеса, менеджерами, а также усиливает их уверенность в способности самостоятельно и эффективно решать собственные проблемы. Одной из причин недостаточного использования медиации и ее преимуществ является то, что при возникновении спора и прежде чем предложить медиацию контрагенту менеджеры компании и внутренние юристы обычно обращаются за советом к внешнему

медиатор и развод, и раздел имущества, и определение местожительства детей производит быстро. Примирительная процедура занимает максимум пять дней. А бракоразводные процессы, различные семейные, соседские, споры внутри коллектива занимают три-четыре часа. Участникам дорожно-транспортного происшествия также выгодна медиация. При традиционном раскладе полицейские составляют схему ДТП, протокол, забирают права у водителей, машины увозят на штрафстоянку. Два месяца каждый из них доказывает свою невиновность. А если стороны на месте пришли к консенсусу, этот ряд проблем отпадает сам собой. Законом предусмотрено, что если подозреваемый или обвиняемый и потерпевшая сторона примирились, даже уголовное дело прекращается и закрывается. Об этом должны сообщать сторонам и следователи, и прокуроры. А теперь по закону на начальной стадии дел сторонам

обязаны будут рекомендовать обращаться к медиаторам, чтобы не упускать возможности примирения без вмешательства органов следствия и правосудия. В законе также предусмотрена возможность приостанавливать начатое гражданское дело на срок от десяти до 30 суток, в ходе которого стороны захотели обратиться к медиатору. В уголовном процессе дело не приостанавливают, рекомендуя сторонам параллельно обратиться к медиатору. «Наш народ миролюбивый, загляните в историю, в казахских степях до 19-20 веков не было ни тюрем, ни лагерей. Все решали бии, аксакалы, казы. Я говорил ранее в своих выступлениях и всегда буду повторять, что медиация - институт с казахстанским лицом. И здесь не надо ставить целью заработать деньги, хотя во всем мире медиаторы очень даже прилично зарабатывают. Вы только представьте себе: благодаря медиатору сохранилась семья, стоявшая на грани развода; молодой парень избежал тюремного заключения; соседи стали снова друг друга в гости звать; деловые партнеры возобновили бизнес; сын, ушедший из дома, нашел общий язык с отцом; работодатель вернул ключи от кабинета уволенному ранее работнику. Если бы о медиаторах знали жанаозенцы, то и крови бы ни капли не пролилось. Медиатор - это, в конечном итоге, миротворец» [2].

Успех медиации зависит не столько от желания медиатора работать в сфере урегулирования конфликтов, а от его коммуникативных способностей: умения вести конструктивный разговор, правильно ставить вопросы, которые вынуждают сторону «открыться», управлять процессом переговоров, заставить стороны слушать друг друга, не допускать конфликта в беседе, и т.д. Как отметила председатель правления Центра медиации и миротворчества Светлана Романовская, «мы не просто разрешаем конфликт, а даем возможность сторонам восстановить мир и продолжить взаимоотношения. Также в наших планах - заключение меморандумов о сотрудничестве с Министерством юстиции РК - для совершенствования нормативно-правовой базы; Верховным судом РК - для информирования населения через суды и судей; Генеральной прокуратурой - для обеспечения надзора за законностью в деятельности обученных медиаторов. Еще мы планируем - и это обязательно будет! - создать Всемирную Ассоциацию Медиаторов. Работы впереди много, ведь мы только начинаем внедрять медиацию в нашей стране. Но я убеждена: за медиацией - будущее, так как она напрямую влияет на стабильность в обществе, мир и согласие!» [3].

**В США, Австрии и Германии** медиация является законодательно закрепленной процедурой. Кстати, в США судья имеет право прервать процесс и отправить стороны договариваться полюбовно при помощи медиатора.

**В Великобритании** функционирует горячая линия, позвонив на которую в случае возникновения конфликта можно выбрать наиболее подходящего для той или иной ситуации и местности медиатора.

В Германии медиаторы работают прямо при судах, существенно облегчая жизнь работникам судебной системы, а в Австрии медиатор является официально признанной профессией наравне со всеми остальными.

Возможно, что после принятия соответствующих законов медиация станет привычным явлением и в Казахстане. У судей снизится нагрузка, у конфликтующих сторон высвободится большое количество времени.

Существенным отличием медиации от «традиционного» уголовного судопроизводства является смена главных действующих лиц процесса. Если основными действующими лицами «традиционного» уголовного судопроизводства выступают государство и правонарушитель, то в рамках медиации на первый план в качестве сторон в уголовном деле выступают пострадавший и правонарушитель. Таким образом, к числу первостепенных задач медиации относится обеспечение сторонам возможности обсуждать собственный конфликт и урегулировать его к взаимному удовлетворению. Это предполагает, что стороны лично играют более активную и конструктивную, а иногда и новаторскую роль.

Участие в процессе медиации также позволяет пострадавшему получить извинения и объяснения от обидчика и выразить свое отношение к происшедшему. Это обычно помогает справиться с гневом и страхом, что способствует лучшему исцелению душевных травм в дальнейшем. Кроме того, в ходе примирительной встречи пострадавший может в более широком контексте обговорить условия заглаживания причиненного правонарушителем вреда с тем, чтобы его или ее потребности были полностью удовлетворены. Пострадавший может получить более реалистичное понимание правонарушителя и причин его или ее поведения. Некоторые пострадавшие, видя готовность правонарушителя принять на себя ответственность, могут пожелать пойти ему навстречу и простить его.

Что касается правонарушителя, предоставление ему возможности встретиться с пострадавшим лицом к лицу, объясниться с ним и принести ему извинения есть важное средство дать правонарушителю прочувствовать причиненный им вред, а также боль и страдания, которые он или она навлекли на пострадавшего. К тому же посредничество дает правонарушителю возможность непосредственно участвовать в урегулировании конфликта и в обсуждении условий возмещения ущерба (например, денежной компенсации), что затем может помочь ему восстановить связи с местным сообществом. Так медиация способствует социальной реабилитации правонарушителя и возвращению его в общество. При медиации местное сообщество получает шанс сблизиться с системой уголовной юстиции, поскольку в переговорах участвуют жители, которых непосредственно затронуло преступление. Местное сообщество выделяет из своей среды добровольных посредников, и программы медиации также могут проводиться службами при органах местного самоуправления. Вовлечение общественности может привести к лучшему пониманию населением природы преступлений и, в конце концов, способствовать принятию местными сообществами мер по поддержке пострадавших, социальной реабилитации правонарушителей и предупреждению преступлений. Таким образом, медиация

разному. В то время как одни программы используются на любой стадии, другие - могут быть связаны исключительно с прекращением уголовного преследования (условным или иным), сопровождать адресованное правонарушителю полицейское предостережение, развиваться параллельно с уголовным преследованием, составлять элемент приговора (например, предписания о возмещении вреда) или происходить после назначения судом наказания. Желательно, чтобы посредничество было доступным в ходе всего уголовного судопроизводства. При этом учитывается, что стороны (пострадавший, в частности) могут не быть готовы воспользоваться выгодами медиации на ранних стадиях процесса. И тем не менее во многих делах важно не откладывать урегулирование конфликта. Самостоятельность служб медиации в рамках системы уголовной юстиции гарантирует, что медиация будет осуществляться на базе иных соображений, нежели приняты в «традиционной» системе уголовной юстиции. Службам медиации необходима достаточная самостоятельность, чтобы действовать в отношении сторон гибко и ответственно.

демонстрирует, что нельзя считать несовместимыми интересы пострадавших, правонарушителей и общества в целом. Социально конструктивные подходы к решению проблем благотворны для всех заинтересованных сторон. Медиация с ее примиряющей природой может помочь существующей системе уголовной юстиции справиться с одной из ее основных задач, заключающихся в поддержании мира и безопасности в обществе путем восстановления нарушенных преступлением равновесия и общественного спокойствия. Но вместе с тем разнообразие и путаница государственных и частных программ в области медиации требуют создания системы координации усилий и сотрудничества на общих началах. При осуществлении медиации уже накоплены практические знания и навыки, отличные от применяемых обычно в уголовном судопроизводстве. Медиаторы нуждаются в обучении и приобретении опыта для использования особых умений. Поскольку система медиации является достаточно гибкой, предполагающей разнообразие действий, ее основные принципы должны быть кодифицированы. Это поможет гарантировать качество оказываемых услуг и сохранить доверие к медиации как таковой. Кроме того, к медиации можно прибегнуть на разных стадиях уголовного процесса. В разных странах вопрос о доступности медиации на разных стадиях судопроизводства решается по-

Разумеется, посредничество не может работать абсолютно независимо от системы уголовной юстиции. Органам уголовной юстиции должна принадлежать достаточная власть для выполнения «правоохранительной» роли, так как именно на них лежит абсолютная ответственность за соблюдение законности судопроизводства. Принимая решения как до, так и после медиации, эти органы должны блюсти публичный интерес и обеспечивать процессуальные права сторон. Кроме того, необходим контроль органов уголовной юстиции за соблюдением прав человека в ходе самого процесса медиации.

«Осуществлять деятельность медиатора на профессиональной основе могут люди, имеющие высшее образование, достигшие 25-летнего возраста, имеющие документ (сертификат), подтверждающий прохождение обучения по программе подготовки медиаторов, утверждаемой в порядке, определяемом правительством Республики Казахстан, и состоящие в реестре профессиональных медиаторов» [5]. Думается, в рамках развития такого научного направления, как правовая журналистика, студентов факультетов журналистики было бы

целесообразно обучать некоторым процедурам медиации. Отдельные элементы решения споров, конечно, изучаются в рамках курсов «Культура речи», «Ораторское искусство», «Практическая конфликтология». И все же на современном этапе человек, работающий в масс-медиа, должен владеть навыками мирного урегулирования конфликтов между людьми. Это только повысит качество и конкурентоспособность специалистов на мировом рынке СМИ.

Медиация юриспруденция және конфликтологиядағы жаңа ғылыми және жаттығу бағытын қарайды. Медиация - жаттығу конфликтологиясының бөлігі ретінде ХХ ғасырдың екінші жартысында пайда болды. Медиаторлар адамдардың бір-бірін естуі және даулы сұрақтары бойынша нақты шешімдерді табуына көмектеседі. Оның пайда болған мекені деп құқықтың англосаксон жүйесінде біріккен АҚШ, Австралия және Ұлыбританияны атауға болады. Мұндай даудың шешілу әдісі кейінірек Еуропаға да тарады, дәл қазір оны Жапония, Қытай, Корея, Үндістан елдері белсене қолдану үстінде. Медиация бүгінгі таңда Қазақстанда да жедел дамуда.

The author examines new scientific and practical direction in the law and conflict resolution - «mediation.» Mediators help people hear each other and find a definite decision on controversial legal issues. Mediation - Conflict of the practical - emerged in the second half of the twentieth century. The place of her birth can be called the United States, Australia and the UK, united Anglo-Saxon system of law. Later this method of conflict resolution, and spread in Europe and is now being actively used in Japan, China, Korea and India. To date, mediation is actively developing in Kazakhstan.

А. Садуақасов

### Демократиялық қоғам құрудағы БАҚ-тың рөлі

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77:001.12/18; 070:001.12/18

**Андатпа.** Автор бұл мақалада демократиялық қоғам құру жолындағы БАҚ-тың атқаратын қызметі мен маңыздылығы тақырыбын зерттеп, бірқатар тұжырымдар жасайды. Демократиялық қоғам құруда әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, АҚШ және басқа елдердегі БАҚ-қа салыстырмалы талдау жа-сайды.

#### Демократиялық қоғам. Әлемдік БАҚ.

(Әлемдік БАҚ тәжірибесінің негізінде)

Демократияның негіз салушы қағидасы азаматтардың ақпаратты және білімді болуынан тұрады. Өз елінің қоғамдық өмірінде қарқынды рөл атқару үшін адамдар дер кезінде ақпаратпен қамтамасыз етілуі қажет. Өз елінде үздік басшыны таңдап алуға талпынған және жалпы мемлекеттік, сондай-ақ жергілікті деңгейдегі мәселелер бойынша жан-жақты негізделген шешім қабылдағысы келген азаматтар үшін тәуелсіз және жауапты бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) өте маңызды ақпарат көзі қызметін атқарады.

Бұқаралық ақпарат құралдарымен таратылатын ақпарат экономикалық мәселелерді саналы түрде шешуге, жеке шешім қабылдауда және дұрыс саяси таңдау жасауда тең дәрежелі қажет. Ашық

#### Литература:

- 1 Закон Республики Казахстан «О медиации» // Вестник медиатора. - 2011. - № 1. - С. 54.
- 2 Профессия - миротворец. [www.avestnik.kz](http://www.avestnik.kz)  
Романовская С. За медиацией - будущее! // BR - «Безупречный обзор». - 2011. - № 12. - С. 58.
- 3 <http://www.mediation.kz>
- 4 Закон Республики Казахстан «О медиации» // Вестник медиатора. 2011. - № 1. - С.56.

бұқаралық ақпарат құралдары мен тәуелсіз экономикалық жүйелер арасында тығыз байланыста өмір сүреді. Дүниежүзілік банктің жүргізген кейінгі зерттеулері дамушы елдер үшін экономикалық прогресс табысты болу үшін тәуелсіз БАҚ-тың қажеттілігі дәлелденіп отыр.

АҚШ үкіметі шетелдердегі ашық және жауапты бұқаралық ақпарат құралдарының қалыптасуын қолдау саясатын жүргізеді және еркін баспасөз инфрақұрлымын қолдайтын заңшығарушылық базасын нығайтуға, қаржы жағынан тәуелсіздігіне, сондай-ақ мемлекеттік билік органдарындағы анықтық пен оқиғаны объективті түрде жалтақтамай бейнелейтін журналист мамандарын дамытуды қолдайды. Тәуелсіз және жауапты БАҚ қалыптастыру бұл - әрқашан тоқтаусыз қадағалауды

қажет ететін әрекет. Біз бұл салада тоқтаусыз жұмыс істеуіміз керек, жаңа жағдайларға бейімделе отырып, жаңа проблемаларды шешуіміз керек. Біз бастапқы мақсатты назарда ұстауымыз қажет, ол - өз өмірін анықтап дұрыс ақпараттанған шешім қабылдай алатын азаматтық қоғам (1).

АҚШ Мемлекеттік департаментінің халықаралық ақпараттық бағдарламасының кеңсесі шетелдік аудиторияға АҚШ-тың саясаты мен қоғамдық құндылықтарын түсіндіретін материалдар ұсынады. Кеңсе бұл бағытта, өз саясатын жүргізу мақсатында халықаралық қоғамдық бірлестіктердің алдындағы негізгі проблемаларын зерттеуге қатысты бес электронды журнал шығарады. Бұл журналдар - «Экономикалық перспективалар», «Ғаламдық проблемалар», «Демократия сауалдары», «АҚШ-тың сыртқы саясаты» және «АҚШ: қоғам мен құндылықтар» өз беттерінде АҚШ саясатына қатысты құжаттар мен материалдарды орналастырады, сонымен қатар осы тақырыптардағы қосымша ақпараттармен, сараптамалар, комментарийлер береді.

Журналдардың барлық нөмірлері ағылшын тілінде, испан, португал, француз тілдерінде, ал жекелеген нөмірлері араб және орыс тілдерінде басылады. Ағылшын тіліндегі нөмірлерінің шығуы шамамен айына бір рет. Ағылшын тіліндегі журналдың аудармалары, әдетте екі-төрт аптадан соң жарық көреді.

Бұл журналдардағы ойлар мен пікірлер әрқашан да Америка Құрама Штаттарының саяси көзқарастарын білдіре бермейді. АҚШ мемлекеттік департаменті бұл журналдарға сілтеме жасаған интернеттегі сайттардың мазмұны үшін жауапкершілікті етпейді; бұл жауапкершілік сол сайтты жасаушылардың мойнында. Тек авторлық құқықпен шектеулер қойылған материалдардан басқа материалдарды журналдан аударып, АҚШ территориясынан тыс жерлерде бейнелеуге болады. Авторлық құқықпен қорғалған фото-суреттерді қолдануға тырысқан адамдар арнайы рұқсат алулары керек.

Журналдың жарық көрген және алдыңғы нөмірлері туралы, жарыққа енді шығатын нөмірі туралы шолуларды халықаралық ақпараттық бағдарламасының кеңсесі дайындаған отаулық бетінен интернеттегі адресі бойынша оқи аласыздар «<http://usinfo.state.gov/journals/jour-nals.htm>». Бұл нөмірлерді оңай қарап шығу үшін бірнеше

электронды форматтарда, тапсыру, енгізу және бастыру онлайндық режимінде беріледі.

Тәуелсіздігінің алғашқы жылдары Қырғыз Республикасындағы тәуелсіз басылымдар жаңа түрлі-түсті баспаханалардың құрал-жабдықтарын орнатуға мүмкіндік алды. Тәуелсіз және қарқынды бұқаралық ақпарат құралдарына көмек көрсету бағдарламасы төңірегінде бұл елге АҚШ Мемлекеттік департаменті құрал-жабдық алуға және қырғыз журналистерін оқыту курсына қаржы бөлді. Бұл жоба АҚШ-тың ашық бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау сыртқы саясатының басты компоненті екендігін көрнекі түрде дәлелдей түседі.

Мақалаларды еркін бастыру, редакция тарапынан комментарийлер беру, ақпарат беру және сынау құқы демократиясының негіз салушы принципі.

АҚШ-та бүгінгі күні өмір сүретін заңдардың пішіні Конституцияға енгізілген алғашқы оншақты түзетулер, «құқық биллиясынсыз» мүмкін емес-ті. Бірінші түзетуде былай делінген: «Конгресс сөз бостандығын және баспасөз бостандығын шектейтін заң шығармауы керек». Сөз бостандығы тек заң жүзінде өмір сүрмейді. Ол бүгін гүлденіп өмір сүреді, себебі Америка халқы оны қадір тұтады. Бұл құбылыстың болуы, тәуелсіз баспасөз біздің ұлы еліміздің құрылуында және дүниежүзілік жағдайда демократия мен адам құқы жағынан лидер болуында маңызды рөл атқарады.

Бүгінгі күні Америкада баспасөз бостандығы дамып тұрғандығымен ол таза америкалық феномен емес. Тәуелсіз және жауапты бұқаралық ақпарат құралдары кез келген елде, соның ішінде демократиясы енді қалыптасып келе жатқан елдер үшін позитивті түрде ықпал етеді. Тәуелсіз баспасөз АҚШ-тағыдай тұрақты демократиялық үкіметті қалыптастыруға қажет.

Баспасөз бостандығы үшін әрекет ету, анығында, адам бостандығы үшін қызмет ету дегенді білдіреді. Адамдар өз елінің саяси өмірінде қызуқанды рөл атқару үшін олар ақпараттанып отыруы қажет. Тіпті сайлау сияқты қарапайым құбылыс жеткіліксіз ақпараттың нәтижесінде қиынға түсуі мүмкін. Тәуелсіз баспасөз адамдарды басқарушылары туралы, басқа елдердің саясаты туралы, тіпті бизнес саласы туралы ақпараттандырып отырады. Америкадағы тәуелсіз баспасөзді қолдау толыққанды елдегі және әлемдегі жағдайды түсіністікпен қарауға негізделген, соның



арқасында азаматтар адам құқын қорғайтын және негізсалушы азаматтық құқықты қорғауға қажетті институттар мен тәжірибелік бағыттарды таңдайды.

Америка Құрама Штаты тәуелсіз және жауапты бұқаралық ақпарат құралдарын қол-дайды, басқа мемлекеттерді осы баспасөз бостандығын қорғаудағы іс-тәжірибе тәсілін қабылдауға шақырады және бұқаралық ақпарат құралдарын дайындап қолдау, шетелдік журналистерге арналған бағдарламаларды қаржыландырады.

Бұл бағдарламалардың көбі баспасөз еркіндігі септігін тигізетін және демократиясы енді қалыптасып келе жатқан елдерге бағытталған. Бірақ баспасөз еркіндігі кез келген ел үшін пайдалы нәтиже береді, Американың тәуелсіз және жауапты БАҚ-қа көмегін төрт фактор жақсы түсіндіреді.

Біріншіден, Америка тәуелсіз және жауапты БАҚ дамуын қолдайды, себебі сөз бостандығы мен баспасөз еркіндігі негізсалушы және жалпы бүкіл адам құқын көрсетеді, ол құқықты адамзат қауымына жататын барлық адамдар иеленуі қажет. Бұл сенім АҚШ Конституциясында және Жалпы бүкіл адам құқы декларациясында бейнеленген. Оған америка елінің тарихындағы цензурамен және БАҚ қадағалауға қарсы елдегі және шетелдегі күресі дәлел бола алады.

Екіншіден, баспасөз еркіндігі ақиқат және толық демократияның құрылуы үшін қажет. Тек тәуелсіз баспасөз ғана сайлаушыларға ең үздік басшыларды таңдауына байланысты ақпарат бере алады. Мемлекет бұрмаланған фактілермен ақпараттарын беру үшін көбіне мемлекеттік БАҚты пайдаланады. Сондай-ақ үкімет жекеменшік басылымдардың маңызды ақпаратты басуына немесе баспауына ықпал жасай алады. Бір сөзбен айтқанда, тәуелсіз БАҚ мемлекет өз азаматтарының мұң-мұқтажын білдіретін, ал халық үкіметті қадағалап отыруын қамтамасыз етеді.

Тәуелсіз баспасөз түрлі редакция пікір-лері мен коммерциялық жарнаманы қоғамдық пікірдің талқылауына ұсынады. Бұл тәсіл «ой базарын» бейнелейді, азаматтар мен тұтыну-шылар басқа ойлармен салыстыра отырып, ең үздік пікірді таңдауына мүмкіндік туады. Осындай жүйе барлық көзқарастарды қысымға ұшыратпай ең үздік нәтижесін таңдап алуды қамтамасыз етеді.

Үшіншіден, оқиғаны ашық бейнелеу мен тәуелсіз, ашық тиімді экономика арасында тығыз позитивті байланыс бар. Экономикалық өсім жалпы

өмірдің жақсару деңгейіне, білім беру мен денсаулық сақтау деңгейінің көтерілуіне, - бірсөзбен елдегі тәуелсіз өмірдің жақсы деңгейге көтерілуіне, жалпы тұтас тұрақты бейбіт өмірге әкеледі. Жақында Дүниежүзілік банктің жариялаған «Баяндау құқы» атты жариялымы БАҚ-тың экономикалық өсімді қолдаудағы ролін деректі түрде дәлелдей түседі. Кітаптың алғы сөзінде Дүниежүзілік банк тобының президенті Джеймс Д. Вулфенсон былай деп жазады: «Кедейлікті азайту үшін біз ақпаратқа қол жеткізуді жеңілдетуіміз керек және ақпараттың сапасын жоғарылатуымыз қажет. Үлкен ақпаратқа иелік еткен адамдар жақсы таңдау жасауға мүмкіндік алады». Тәуелсіз БАҚ пайдалы технологияны тарата отырып, бизнес саласында тиімді тәсілдердің алмасып отыруына, сауда әріптестерін жасауға және экономикадағы тиімділікті арттырады. Сондай-ақ оқиғаны ашық бейнелеу елдегі және шетелдегі инвесторлардың сенімі мен қолдауын сақтайды.

Төртіншіден, Американың тәуелсіз және жауапты БАҚ-ты қолдауы Американың нақты істері мен мүддесін дәл бейнелейді. Америка Құрама Штаты адам құқы мен демократияны, аштық пен ауруды жоюды, әлемдегі қауіпсіздікті қолдауға тырысады. Бірақ, өкінішке орай, көбіне мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдары мен жекелеген топтар АҚШ-тың осы саладағы саясаты мен мақсаттарын бұрмалап, дұрыс бейнелемейді.

**Антиамерикалық көңіл-күйлермен кү-ресу үшін және бүкіл әлемді Америка туралы сапалы ақпараттандыру үшін тәуелсіз және жауапты БАҚ қажет.**

Қырғызстан Республикасына баспахана құрал-жабдықтары ретінде көрсетілген қомақты инвестицияға қосымша АҚШ-тың мемлекеттік департаменті мен халықаралық даму агенттігі баспасөз еркіндігін қолдай отырып, БАҚ-қа байланысты оқу және басқару бағдарламаларын қаржыландырады. Мысалы, 2003 жылы мұндай қаржыландыру Әзірбайжанда және Қазақстанда журналистердің халықаралық орталығының баспахана және редакция қызметкерлерін даярлау бағдарламасына қаржы бөлінеді. Бағ-дарламаның қатысушыларын кәсіби этикаға, журналистік зерттеулер жүргізу тәсілдеріне және мемлекеттік қаржыландырушылар мен қызығушылық ниеттегі топтардан қалай тәуелсіздік сақтап қалу керектігіне оқытып үйретеді. АҚШ-тың мемлекеттік департа-

менті мен халықаралық даму агенттігі қаржыландыратын бағдарлама Оңтүстік-Шығыс Еуропада жылдық циклде семинарлар өтеді, онда журналистерге әйелдерді және қыздарды сату проблемасын жақсы бейнелеуге мүмкіндік береді. АҚШ-тың халықаралық даму агенттігімен қаржыландырылған және халықаралық коммерциялық емес «Интер ньюс» ұйымы іске асыратын бағдарламалар, демократиясы дамып келе жатқан елдердегі журналистер Камбоджа мен Индонезияда тұрақты және тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарын құруға үйретеді.

Америка халқының есептеуінше, әрбір адам өз үкіметі туралы, басқа мемлекеттер туралы жалпы әлемдегі жағдайлар туралы толыққанды нақты ақпарат алуға құқылы. Тәуелсіз БАҚ-тың басқа ірі мемлекеттерге қатысты ұстамдылық рөлі де маңызды, осыған байланысты ұлттық экономиканың тұтастығын сақтап және АҚШ-тың шетелдегі қызметін нақтылы бейнелеуі де ескерілуі керек.

Баспахана құрылғылары жай машина болғанымен, оның Қырғыз Республикасына берілуі сол мемлекеттегі азаматтар үшін өз құқыларын жақсы пайдалана отырып, сол үшін тәуелсіз және дамыған мемлекет құруына септігін тигізеді.

Тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдары ел мен қоғам өмірін жақсартуға септігін тигізе алады. Алайда ол үшін олар өзін-өзі жетілдіріп отыруына жеткілікті уақыт бөліп отырулары қажет.

Тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдары бүкіл әлемде жабық репрессивті режимдердің өрістеуі үшін ашық және нәтижелі қоғам құруда басты қуатты күш ретінде дүниеге келді. Тәуелсіз нарыққа және демократияға жылжу қазіргі кезде, шын мәнінде, дүниежүзі бойынша жүріп жатыр, әсіресе бұл бағыт «суық соғыстан» кейін белең алды, бірақ оның нәтижесін болжау мүмкін емес, себебі ондаған жылдар бойы репрессия бет-пердесінің астында тығылған қара ниетті күштер шыға бастады.

Тіпті көптеген елдерде қайтадан расистер, лаңкестер, ұлтшылдар, қылмыстық синдикаттар, есірткі мафиясы және саяси радикалдар шыға бастады. Бұл бұрынғы Кеңес құрамындағы елдермен Азия, Африка және Латын Америкасы елдеріне, олардың демократиясына, үкіметтік ресми органдарына, білім беру, денсаулық сақтау, қауіпсіздік, жаңа экономика саласындағы мүмкіндіктер мен инвестиция келуіне жағдай жасау,

сауда-саттықты дамыту сияқты пайдалы құбылыстарына зиян келтіретін сын.

Осындай күрес белең алып тұрғанда Америка Құрама Штаты бұл елдердің демократиялық бағытта жылжуына көмек көрсетуге тырысады, еркін және тәуелсіз басылымдар, радио мен теледидардың қалыптасуы мен қорғануына оқытып, үйренуге жәрдемдеседі. Біздің пайым-дауымызша, тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарының басты екі функцияны атқаруына көмектесуге болады: өкіметті қадағалап және адамдардың өміріне қатысты проблемаларды баяндап отыру.

Екі жүз жыл бұрын ол туралы Президент Томас Джефферсон жақсы айтып кеткен: «Барлығына бірдей қауіпсіздік баспасөз бостан-дығында жатыр». Ал 1823 жылы Джефферсон: «Сөз бостандығына еркіндік берілгенде қоғамдық пікірдің күшіне қарсыласу мүмкін емес, сондықтан ол тұрғыдан толқулармен келісу қажет, себебі ол тынық судың лайланбауы үшін қажет», - деген (2).

1990 жылдан 2001 жылдар аралығында АҚШ-тың халықаралық даму жөніндегі агенттігі бұрынғы кеңестік кеңістіктегі дамушы елдердің тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарын дамытуға 270 млн доллар қаржы жұмсады. Бұл жұмсалған қаржының 182 млн доллары Шығыс Еуропаға және бұрынғы Кеңестік сателиттерге, ірі тәуелсіз бұқаралық ақпарат компанияларына инвестиция ретінде Сербия мен Боснияға бөлінді, ол 2000 жылы сайлаушылардан жеңіліс тапқан Президент Слободан Милошевичтің, Хорватиядағы, Босния мен Косоводағы қанды соғысты басқару алдында бөлінген еді.

Сондай-ақ Америкалық журналистер мен оқытушылар АҚШ-тың ақпарат агенттіктеріне (ЮСИА) бағытталды, кейіннен бұл Нигерияда, Гвинеяда, Код д'Ивуарада басқа да біржақты басқару бұғауынан көтерілген ондаған ел-дерде тілшілерді даярлайтын, редакторлар мен дикторларды даярлайтын мемлекеттік департаменттің құрамына енді.

#### **АҚШ өкіметінің тәуелсіз БАҚ-қа арналған бағдарламасы**

АҚШ мемлекеттік департаменті қаржыландыратын Халықаралық даму жөніндегі агент-тігінің бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау бағдарламасы төрт негізгі бағытты қамтиды.

Соның біріншісі - журналистерге білім беру. Америкалық журналистер мен оқытушылар шетелдерге жіберіледі, олар жұмыс істеп жүрген журналистермен материалды беру пішіні жайында, дәлдігіне, сыртқы пішіні, объективтілігі жөнінде, ақпарат жинау, баяндау түсініктілігі, баяндайтын фактіден коммен-тарийді бөліп алу туралы және оның шығу көзін қорғау сияқты мәселелер төңірегінде әңгіме өткізеді. Мұндай әңгімелесу барысында жергілікті мамандар да қатысады. Сондай-ақ журналистерге ұлтаралық конфликтіге байланысты тақырыптарды қалай ашу керек-тігін, әйел адамдардың құқы, ВИЧ/СПИД сияқты тақырыптарды жан-жақты ашу жөнінде әңгімеленеді. Бұдан басқа сол журналистерді Америка Құрама Штатына шақырып, сондағы америкалық газет, радиостанция және телестанция жұмысымен жақынырақ таныс-тырады. Америка жағдайындағы тәуелсіз баспасөздің жұмыс істеуін байқайды. Алыстан келген журналистер, сонымен қатар «Америка дауысы» радиостанциясындағы, жоғары оқу орындарындағы арнаулы семинарлар мен курстарға қатыса алады.

Американың журналистері мен редакторлары шетелге Американың сыртқы саясатын қорғау үшін бағытталмайды, олар тәуелсіз журналистика-ның негізгі принциптері - объективтілік, дәлдік және құмарсыз баспасөз құру принциптерін оқыту үшін бағытталады. Олар оқытатын сабақтардың бастысы тәуелсіз басылымдарда жұмыс істейтін журналистерді үкіметтің саясатын сынауға үйрету болып табылады, тіпті ондай сынаулардан АҚШ Президенті де тәуелсіз баспасөз тарапынан қорғалмаған.

Екінші қыры тәуелсіз БАҚ-ты қолдау медиа-бизнестің дамуына жатады. Мемлекет тарапынан бақылаудан арылу үшін бұқаралық ақпарат құралдары өз бетінше табыс таба білуі керек, лайықты төлемақы төлеп баспаханада бастыру, тарату шығындарын толтыруы қажет. Кейбір кедей елдерде тілшілерге өте аз төлемақы төленеді, соның нәтижесінде олар басқа ақпарат көздерінен немесе пресс-конференцияларда конвертке салынған ақшалай көмек алады. Америкалық бағдарламалар БАҚ иелері мен басшыларын тәуелсіз болуы үшін жарнамамен жұмыс істеуге, маркетингке, қаржы менеджментіне үйретеді. Бұл бағдарламалар,

сондай-ақ техника-экономикалық негіздеме жасауға, бизнес-жоспар, таралымын белгілі жарнамалық бағалауға байланысты аудиторлық бюро құруға көмектеседі.

Американың тәуелсіз БАҚ-ты қолдануын-дағы үшінші қыры - жергілікті журналистердің тобы мен баспагерлер, құқық қорғаушы немесе үкіметтің жұмысын бейнелейтін және т.б. тақырыптарды қорықпай көрсетуге мүмкіндік беретін заң шығарушыларға көмек көрсету болып табылады. Сонымен қатар Американың қаржысы БАҚ-пен жұмыс істейтін, құқықтық жағынан қорғауға алатын заңгерлерді оқыту үшін де бөлінеді.

Төртінші қыры - журналистердің, редакторлардың, БАҚ иелерінің кәсіби бірлестігін құруға әрекет етеді. Мұндай ұйымдар жеке тұлғаларын қорғайтын, бірігу функциясының орындалуын алға тарта отырып, стандарттарды анықтау, сапаны жоғарылатып жұмыстың берік болуына ұйытқы болатын, мемлекеттік құжаттарға қолжеткізуді кеңейту, мәжілістермен мемлекеттік шенеуніктерден сұхбат алу мәсе-лесін жеңілдетеді.

#### Әдебиеттер:

- 1 Ғаламдық проблемалар. АҚШ Мемлекеттік департаментінің электронды журналы, 2003 жылдың ақпаны, 8-том. - № 1.
- 2 Фредерик Шик «ДЕМОКРАТИЯ ҚҰРУДАҒЫ ТӘУЕЛСІЗ БАҚ-ТЫҢ РӨЛІ»
- 3 Аспен гуманитарлық зерттеулер институты [http://www.aspeninst.org/cfcs/index\\_nx.html](http://www.aspeninst.org/cfcs/index_nx.html)
- 4 Журналистика және бұқаралық коммуникация саласында білім беруді қолдау ассоциациясы <http://www.aejmc.org/>
- 5 Журналистерді қорғау жөніндегі комитет <http://www.cpi.org/>
- 6 «Фридом-Хаус» әр жылғы баспасөз бостандығын зерттеу <http://www.freedomhouse.org/pfs2002/pfs2002.pdf>
- 7 Журналистика дамуын қолдау институты <http://www.ia.org.za/>
- 8 Журналистердің халықаралық орталығы <http://www.icfj.org/>
- 9 Халықаралық ақпарат алмасу орталығы <http://www.ifex.org/>

В статье автор проводит исследование и делает выводы о роли и значении СМИ в построении демократического государства. Опираясь на мировой опыт построения демократического государства, автор проводит сравнительный анализ СМИ США и других государств.

In this article the author made the search and conclusions about the role and the meaning of Mass Media in forming the democratic country. Relying on the practice of USA and other countries in the creating of democratic country, the author made comparative analysis of Mass Media of these countries.

### 3-бөлім

### Раздел 3

### Section 3

## Замансөз әлемі

## Мир публицистики

## The world of journalism

С. Медеубек

### Қазақ шешенсөзінің бір түрі - қазіргі айтыстағы ақпараттар ақиқаты

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Аңдатпа.** Ауызша публицистиканың, яғни шешенсөздің төл жанры - айтыстың ақпараттық тұғыры және ақпараттардың шындығы жөнінде және олардың жанр табиғатын айқындауындағы орны туралы ғылыми тұжырымдар айтылады.

#### Айтыс. Ақпарат. Ақиқат

Қазіргі қазақ тілінің қолданысында «айт» түбірінен шығатын біршама туынды зат есім бар: айтын, айтым, айтылым, айтаман, айташы, айтқыш, айтымпаз, айтар, айтарман, айтушы, айтынды, айтыс, айтыскер. Осылардың ішінде бізге тиесілі тақырып болып тұрғаны - «айтыс». Әуелі «айт» дегеннің өзі не мағына береді деген сауалға қадари халімізше жауап іздеп көрелік.

«Айт» деген бұйрық райлы етістіктің мағынасы «сөйле» деген бұйрық райлы етістіктің мағынасымен бірдей емес. Айт - көкейіндегі рас пікірді, санадағы шындықты, ақылындағы ақиқатты сыртқа шығар, сөзбен (бейнесөзбен, қимылсөзбен, дыбыссөзбен, шешенсөзбен, көсемсөзбен) жеткіз деген мағына береді. Шындық дәйекті, деректі, дәлелді, фактіні, айғақты талап етеді. Онсыз ақиқат ашылмай қалады. Бізге қажеті әркімнің қара басының қамына айтылатын шындық емес, көптің мүддесіне, халықтың мұратына, елдің мақсатына, бұқараның игілігіне қажетті ақиқат. Сонымен бірге жұрттың бәрі көксеп

жүрген, елдің есінде бұғып жатқан, әркімнің көңілінде тұншыққан шындық сыртқа шықса, ақыл дөңгелегі сол шындық арқылы алға бір мысқал жылжып отырады. Баршаға ортақ бұқаралық ақиқат ашық айтылғанда ғана қоғамдық сана даму сатысына көтеріледі. Демек, ақиқатты айтып отыру - өмірдің өз қажеттілігі, уақыттың төл сұранысы. Ақиқат айтылмаса, өтірік өре түрегеледі, өтірікке жол беру-шындықтың жолына тосқауыл қоюмен бірдей. Әйтсе де шын ақпараттың орнын өтірік ақпарат ешқашан жаба алмайды. Жалған ақпарат жарға жығады. Шындық қаншалықты жалаңаш, жалқы, қорғансыз, нәзік болғанмен, өшпейді, өлмейді. Сол қалпында қалады. Ақындар сол шындықты әсерлі оймен әдіптеп, кестелеп, өрнектеп жеткізеді. Тыңдаушы да неғұрлым шынайы, ықпалды ақиқатқа құштар болады да, естіген сайын жаны рақаттанады, өйткені оның да көкейінде сол шындық бұлқынып сыртқа шыға алмай жатқан болатын.

Қазақ халқы демократиялық құндылықтарды барынша бағалау, сақтау, дамыту, сол дамыған үрдісті ұрпаққа сабақтастырып отыру мәдениетінің биік сатысына көтерілген әрі сана мен тұрмыс өркениетінің жоғары деңгейіне шыққан ұлт ретінде ақиқатты айтып отырудың әдеби мен әдетін қалыптастырған. Сондай әдемі әдеп пен әдет көркемдік деңгейге көтеріліп, өнер болып орныққан. Яғни ақиқатты жұрт алдында көркем сөзбен жеткізу, өзгеге, яғни тыңдаушыға әсем тілмен айту өнерін өмірдің бөлінбес бір бөлшегіне айналдырған. Көркем тілдің қарасөз үлгісінен де күрделендіріп, өлең, жыр тілімен жеткізу машығын жетілдірген. Ол өнер айтыс деп аталады. Айтыстың өзегі - шындықпен суарылған өлең.

Өлең - жалаң буын, жайдақ бунақ, жалаңаш ырғақ, құрғақ ұйқас емес, әуезбен әдіптелген, домбыра үнімен көмкерілген, ақынның айту мәнерімен жымдастырылған, халықтың қолпаштауымен желпіндірілген, бір емес бірнеше шеберлік қосындысынан қорытылған тоғыспалы (синкретті) өнер туындысы. Айтыстағы бас-ты құрал, негізгі қару - осы өлең. Ақиқатты өлеңмен айту үшін адам дүниеге әу баста ақын болып жаралуы керек. «Сөздің патша-сы - өлеңді» қадірлейтін қазақ деген халық шындықты қара сөзбен жеткізуге шебер. Ал енді дәл сол шындық өлеңмен өрілсе, қуана қабылдаған, шымбайына бататын ащы шындық бетіне айтылса, ашуланбаған, айтушыға өлең үшін кешіріммен қараған. Өлеңмен айтылған ақиқат халық жадына тез ұялап, жатталып қалатын болған. Шындықты өлеңмен айту әдеті мен әдеби қалыптаса келе нәтижесінде айтыс өнері өмірге келген. Жеке адам айтқан ақиқат бір басқа да, екі адам жұрт алдында қарама-қарсы отырып, өлеңмен бәйгелесіп, бәсекелесіп, тар-тысып жеткізген шындықтың салмағы мүлдем бөлек. Кім шындықты орынды айтады, шебер жеткізеді, ақиқатты тура айта алады, сол жеңіске жеткен. Ақиқатты кезекпе-кезек айту, бірінен бірі шебер, бірінен-бірі асырып айту, сөйтіп, халықтың рухани сұранысын, ақиқатқа деген шөлін басып жеңіске жету - басты мұрат. Ай-тыс өнерінің негізгі идеясы осы. Бұл - ақынның ғана емес, шындықтың жеңіске жеткені, соны-мен бірге ақынын ардақтаған, өнерді бағалаған, ақиқатты қадірлеген халықтың жеңіске жеткені. Осы жеңіс жолында ақын қарсыласына ай-тар шындықты іздейді, табады, көңіліне тоқып жүреді. Орайы келгенде айтып салады. Айтыс-кер ел алдында екі түрлі шындықты айту үшін шығады. Екі түрлі шындықтың бірі - санадағы шындық. Санадағы шындық тарихтың, уақыттың сан ғасырлық тағдырлы тәжірибелерінен сүзіліп, сұрыпталып барып қорытылған, барлық жұртқа белгілі, әділдік

пен қараулық, махаббат пен ғадауат, бар мен жоқ, аз бен көп, өмір мен өлім, өтірік пен шындық, адам мен табиғат, Алла мен жаратылыс, өткен мен бүгін, бодандық пен азаттық т.б. арасындағы қарым-қатынастарға, байланыстарға қатысты туындаған рас нәрселер. Екінші шындық - болмыстағы, яғни өмірде бар, бұқара «көзімен көріп, қолымен ұстап» жүрген, жалпыға ортақ мәні бар шындықтар, қоғамдағы болып жатқан оқиғаларға қатысты ақиқаттар. Бұл екі шындықтан тайса, ақынның сөзін жұрт қабылдамайды. Әйтеуір ойдан өлең құрастырып айта алатын қабілетін көрсету үшін шыққан ақынды ел мойындамайды. Сондықтан да ақын халықтың алдына ақиқаттарды айту үшін шығады.

Айтыста бүкіл халықтың көкейінде жатқан, баршаның назарын аударып отырған мемлекеттік мәні, әлеуметтік маңызы жоғары шындықтар айтылса, ел ақынды сүйсіне тыңдайды. Мыса-лы, Қазақстандағы биік билікте болған Рахат Әлиев елден қудаланып, қазір шетелде қашып жүр. Оның Отанына жасаған опасыздығы үшін сол Отанда өмір сүріп жатқан халықтың көзінше жазасын тартуы - әділеттілік болар еді. Осы әділеттілікті жұрт асыға күтеді. Мұны ақындар да тілейді. Ақын мен халықтың көкейі бір жер-де тоғысқанда айтыстың да, айтыста айтылған шындықтың да мәртебесі көтеріледі. Мұны біз жас ақындар - Жандарбек Бұлғақов пен Айбек Қалиевтың айтысы кезінде көрдік.

Жандарбек айтады:

Жалынды жас баладан төзім ізде, Ақыры жұп қылыпты сені бізге. **Сараның** сен күйеуін шығардың ғой, Жерде қалып жатқан жоқ сөзіңіз де. **Күміскүлдің** күйеуін шығарғанда, Риза боп қалыпты өзіңізге. Енді сізге айтайын бір ұсыныс, Шаппа-шап айтысатын кезімізде. Күйеулерді көрсеткіш Қалиев-оу, **Әлиевті** көрсетші көзімізге...

Жандарбек айтып отырған Сара мен Күміскүл - айтыста бәйге алып жүрген, Айбекпен осы айтыс кезінде жұп болған ақындар. Ай-бек әзіл үшін сол ақын қыздардың күйеулерін халыққа таныстырған. Әрине, халық үшін бұл шындықтар да керек еді. Ақын қыздардың ар-тында отағалары жанкүйер болып жүргені, шындығында, құрметтеуге тұрарлық. Ал енді айтыс үстінде қыз бен жігіт болып айтысып жатқан кезде қыз басы бос адамша еркінсіп кеткенде, қарсыласы оның күйеуі бар екенін ел алдында әшкерелеп тастау арқылы сүріндірмек болады. Мұнда да шындықты жасырған мен сол шындықты ашып жария еткен екі ақынның арасалмағы бағаланады, таразыға түседі. Халық қанша шешен, ділмар, айтқыш болса да, ақи-қатты

жасырған ақынды кешіре алмайды. Айбектің бұл тапқырлығын Жандарбек әрі қарай іліп әкетіп, айтыстың саяси мәнін үстемелемек болады. Яғни

сап, Отанын тастап, шетелде ойқастап жүрген Рахат Әлиевті алып келіп, ел алдына шығаршы» дейді. Жандарбектің бұл ойы Қазақстан Респуб-ликасы билігінің де көкейінде тұрған өзекті мәселе. Өйткені билік те халықтың алдында шындықтың салтанат құрғанына мүдделі.

Айбек оған былай деп жауап айтып, ойын басқа шындыққа қарай бұрады:

- Мен түгіл сол күйеуге қолы жетпей Елбасы да бармағын тістеп отыр. Сен жаңа Ренатқа «дат айт» деп ең, Сол датты үкіметке өзін айтшы... Айтыстың үкіметке сесі болсын... »

Көрдіңіз бе, ақиқатты айтуға келгенде ақын-дар ешкімнен именбейді. Өйткені баршаға ортақ шындық, көпшілікке қажетті шындық айтыл-са, кім де болса сөзге тоқтайды. Осыны дұрыс түсінетін сұңғыла ақындар билікке қандай шындық айтар екен, назар аударалық. Жандар-бек сонда сөйлейді:

**Абылайхан** не деген ақылды адам, **Бұқардың** сөзін тындап мақұлдаған. **Тезектерге** тепсініп тік сөйлеген, **Сүйінбайдың** таңдайы тақылдаған. **Баймағамбетке** дат айтқан **Шернияз** да Кәдімгі алау от ед лапылдаған. **Ай-ағаң** «дат айтшы» деп қолқа салды, Мен болайын ол сөзді мақұлдаған. **«Нұр-ағаңның** жетер, - деп құлағына»,

Ендеше датын айтсын ақын балаң:

- Айналайын, **Нұр аға**, Еліміздің ағасы, алтын тонның жағасы, танысыз ба Сіз бізді? Мұның айтқан Алаштың біз қазақтың баласы. «Ақындар айтып жатыр» деп, бізге де бір карашы. Айналайын, Нұр-аға, Шапыраштыдан шыққан **Сүйінбай** Арғы атаңнан болмап па ед? **Қатағанмен** айтысып, Қырғызға да бармап па ед? **Жамбыл** да сіздің атаңыз, Ел бата берген «саңлақ» деп. Ұрпағы болсаң солардың, Айтарым сізге мол, аға, Өлтірмейік өнерді. Басыңнан ұшқан бақ құсы, қайта айналып қона ма? Өзіңіз назар салыңыз, Мұқият назар салыңыз, Өзіңіз қолға алыңыз, Өзірге серік боп жүрген уәзірге сеніп бола ма? Сүйінбай сүрлеу сап кеткен Жамбылдардан қап кеткен Атаңнан қалған айтысты апарып тықпа молаға...

Әдебиеттану теориясымен айтсақ, ақын бұл жерде шендестіру, яғни бір шындық пен екінші

«сен күйеулерді ел алдына шығарғыш екенсің, мықты болсаң елге ойран

шындықты қатар қойып, салыстыра отырып ой айту тәсілін қолданған. Кешегі та-рихта болған Хандар мен билік иелеріне ақиқат айтқан ақындардың үлгі-өнегесін көлденең тар-та отырып, айтар ойын ашық, нақты айтады. Рас өз елі тұрмақ, сырт ел патшалары айбынынан қаймыққан Абылайға «Ей, Абылай, мен айтпа-сам білмейсің» деп тепсіне сөйлеген Бұқар жы-рау Қалқаманұлының ханға қасқая қарап тұрып ақиқат айтқаны да тарихи шындық; кешегі Сүйінбай сынды ақиық ақынның да хан тұқымы Тезек төреге «Ассалаумағалайкум, Тезек төре, елден жылқы ұрлаған кезеп төре» деп шындықты шығғырып бетіне басқаны да тарихи хақ оқиға; Баймағамбет сұлтанды көзінше мақтап та, жа-мандап та тура айтқан Шернияз ақиқаты да та-лай ұрпақтың көкейінен орын алғанын да ешкім жоққа шығара алмайды. Ақиқатты ашық айтқаны үшін солардың ешқайсысы да билік тарапынан жазаланбаған. Қайта биліктегілер солардың сөзіне құлақ түрген, ден қойған, қорытынды шығарған. Міне, сол ақындардың ақиқатын алға тарта отырып, бүгінгі Жандарбек ақын да ақындық дәстүр бойынша солардың үлгісімен өз заманының Патшасына, ең биік лауазым иесіне, яғни сүйікті Президентіне халықтың алдына шығып ақиқатты айтып отыр. Ол ақиқат не ту-ралы еді?

Осы айтыс болып жатқан уақытқа дейін жарты жылға жуық айтыс өткізу билік тарапы-нан нажария тоқтатылған болатын. Бұл шындық еді. Не сахнадан, не экраннан жаңа айтысты ел көре алмай, «неге тоқтатылды?» деп елеңдеген. Сол ақиқатты алға тарта отырып, ақын тағы бір шындықты ел құлағына сала кетеді. Ол ақиқат - кешегі «айтыс өнерінің алтын дінгегі - Сүйінбайдың» (М.О. Әуезов) да, жүз жыл жырлаған жүрек иесі Жамбылдың да Нұрсұлтан Назарбаев шыққан Шапырашты руынан екендігі. Сондықтан да ақын «Атаңнан қалған айтысты апарып тықпа молаға» деп отыр. Бұл айтындағы «атаңнан қалған айтыс» деген тіркесті «қазақтан мұра боп қалған айтыс» деп те; «шапырашты-дан мирас боп қалған айтыс» деп те, «Сүйінбай мен Жамбылдан қалған айтыс» деп те түсінуге болады. Қалай түсінсең де айтылған сөз атылған оқтай нысанаға дәл барып тұр. Ақын сөзінің қуаты артып тұр. Қуатын арттырған нәрсе айтылған ақиқатта жатыр.

Қазақстандағы айтыстың бұрынғыға қарағанда жаңа буындар тарапынан толығып, одан сай-ын алға жылжып отырғанының үлкен ақиқаты бар. Ол - тәуелсіз Қазақстанда демократиялық

құндылықтардың құрметтелуі. Халықтық бастамашылдықтың билік тарапынан қолдау тауып отыратындығы. Кім, қашан, қай жерде, қалай ай-там десе де ешбір тосқауылдың қойылмауы. Бұл қазақ халқының дәстүрлі өнері - айтыстың дамуына,

басқаша айтқанда, астарында тек ақиқат ай-тылатын айтыстың да, айтыс арқылы жария бола-тын ақиқаттың да салтанат құруына мүмкіндіктің берілуі - замансөздің бір тармағы - шешенсөздің жасампаздығына даңғыл жол ашып отыр.

Статья посвящена исследованию феномена айтыса как жанра устной казахской публицистики. Автор рассматривает фактическую основу данного вида фольклорного и публицистического творчества, описывает, как через песенные состязания пишется жизнь народа. К айтыскерам всегда прислушивались сильные мира сего, потому что именно в словах акына озвучивались все новости степи. Также автор оценивает уровень истины и импровизации как главные особенности айтыса.

The article is devoted to research of the phenomenon of aitys as a genre of oral Kazakh journalism. The author examines the factual basis of this type of folklore and journalistic creativity, passes through both the song contest and the life of the people. Aitys always listened to the mighty of this world, because in the words of poets voiced all the news of the steppe. The author also evaluates the level of truth and improvisation as the main features of aitys.

А. Құрманбаева

### «Дала уалаяты газеті» - экология мәселесі

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070(091)

**Аңдатпа.** Кең байтақ Қазақстанның біраз аумақтары әскери полигондар және ғарыштық техника-ны сынау кезінде зақымданды. Бұрынғы Семей ядролық полигон аумағында ауыл шаруашылық жайылымдардың 2 миллион гектарға жуығы радиоактивті болып есептеледі. Арал және Семей өлкелері экологиялық апат аймағы деп танылды. Табиғи экологиялық жүйе бұзылғандығы, флора және фауналардың азып-тозуы, тұрғындардың денсаулығына маңызды зиян әкелгендігін айтады.

### Экология. Сынақ. Қоғам.

Экология - әлемдік, күллі планетаны шарпып келе жатқан індет. Оның үлкен ошақтары Қазақстанда да жетерлік. Мысалы: Семей полигонының тастап кеткен, әлі талай жылдарға созылатын «індет көздері, 70-80 жылдың ішінде ұшан теңізді сарқытқан Арал апаты, әлі күнге дейін Ресей үкіметі, тірі жанды қырып-жоюға бағытталған қару-жарақтарды сынау алаңы -Нарын құмы. Бұларға Солтүстік көршілеріміз, бетон аландарынан көтерілгенде, Қызылорда ғана емес, Қарағанды, Ақтөбе облыстарын бір «қопандатып» қоятын, айғайлап жар салып отырған Байқоңыр кешенін қосыңыз.

Халық даналығы: «Ақылды адам қолайсыз жағдайдан әр уақытта құтылып шыға алады, ал дана адам мұндай жағдайға түспейді» - деген сөз бар. Өкінішке орай, адамзат даналығы жетпей, экология қиын дағдарысқа түсті. Ендігі амалымыз, бүкіл ақыл-ойымызды пайдаланып, осы

қиыншылықтардан кешігіп қалмай, шыға білуіміз керек.

Президентіміздің «Ұзақ мерзімді басым мақсаттар мен оларды іске асыру стратегиясы» санатына «барлық қазақстандықтардың өмір сүру жағдайларын, денсаулығын, экологиялық ортаны жақсарту проблемаларын қосқаны белгілі.

Ал кейбіреулердің ұйғарымынша, аталмыш мәселе таяу арада ғана көтеріліп отырғандай көрінер. Сонау 1892 жылдың өзінде «Дала уалаятының газеті» он бірдей санында «Қазақтардың естерінен кетпей жүрген бір сөз» тақырыпты проблемалық очерк жариялаған.

«Экология» терминін жұрттар біліп жарыт-паса да сол очеркте аталмыш табиғатқа жанашырлық білдірген пікірлер кеңінен қозғалған.

«Шалдардың сөздерінің жарымына нанған мезгілде де, бұрынғы уақытта қыс мұндай емес, күн жақсы, жер-су мол, шөп көп, халық әділетті, қулық-сұмдық жоқ екен. Осы күнгі қазақтардың тұрған

жерлерінің жер-суы жақсы болған соң қазақтар неше мәрте қалмақтармен ұрысып, соғысып, қалмақты күшімен айдап шығарған екен.

Енді бұрынғыны айтып отыратын қарттар байқай ма екен бұрын күннің жылы болатыны сол замандағы орман ағаштың көптігінен екенін, осы күнде сондағы ағаш, таулар да аз, қырып бітірісіпті.

Бұрынғы заманда тауларда орман көп болып, орманда қар көп болып, қардың себебінен су көп болып, ала жаздай тау-таудан өзен-сулар тартылмайды екен. Сол себепті жердің шөбі жақсы болып, мал да артық болады екен. Бұ күнде ондай емес.

Қазақтар барша орманды қырып, қалғанын осы күнге шейін тауысып жүр. Қазақтарға көп ағаштың керегі жоқ дегеннің зиянды екенін ойламай, тек малға кең болса, болды, хәм өткір көздерімен қарап, қарауылдап жүруге дала болса болады. Сол себептен бұрынғы өзен-бұлақтар тартылған соң, бірдене қылып құдық қазатын болысты, көбінесе сулары ащы болады.

...Осы күнде қырда сондай жақсы еш нәрсе қалмаса да, бұрыннан қалған сым тастарға, қорғандарға қарағанда, баяғыда бұ далаларда тұру жаман болмағаны»[1], - деген пікірлерді ұшырастырамыз одан.

Демек, біздің қазіргі кезде аузымыздан тастамай, күделікті айтып жүген экологиялық мәселелерімізге қазақ халқы ертеден-ақ ерекше мән беріп, тіршілік әрекетін соған сәйкес жүргізе білгенінің айқын бір дәлелі - аталмыш очерк. Күнделікті тұрмыс-тіршілігімізде табиғаттың барлық жанды, жансыз туындыларына қиянат жасауға үнемі қарсы тұрып, «обал», «сауап» деген ұғымдарды кейінгі ұрпағына ұлағат етіп қалдырған. Халықтың бұл тұрғыдағы экологиялық тағылымы осы күнге дейін толық мәнінде зерделеніп, зерттелмей келеді.

Әрбір жеке табиғат байлықтарына және оның дара туындыларына да арнайы айтылған экологиялық тыйым сөздер де халық арасында кеңінен таралған. Мысалы: күнделікті өзіміздің мұқтажымызды өтеп жүрген ауыз судың тазалығын сақтауға арналған тыйым сөздер - «суға түкірме», «суды ылайлама», «өзің ішетін суға өлген ит тастама», «су ішкен құдығыңа түкірме», «бұлақты былғама», т.б.

Жер бетінің сән берер сәулеті мен бағалы байлық дәулеті деп есептелінер жасыл желекке, орман-тоғайға қатысы бар тыйым сөздер қаншама!

«Көкті жұлма!», «көкті таптама», «құрыққа орақ салма», «жас көшетті сындырма», «орманды өртеме», «орманды отама», «жалғыз ағашты кеспе», «бауға балта шаппа», т.б.

Жан-жануарларды аялау, қорғау, мейірімділік көрсету жайы да тыйым сөздер көптеп кездеседі. «Құмырсқаның илеуін бұзба», «өрмекшіні өлтірме», «аққуды атпа», «құндызды аулама», «құларды шулатпа», «жаралы аңға оқ атпа», «құяны бұзба», «үйге кірген жыланның да басына ақ құйып шығар», т.б.

Қазақ ұғымында «табиғат» деген ұғым «туған жер» деген сөзбен мағыналас, мазмұндас айтылады. Мысалы: «Туған жерге туыңды тік», «Туған жердің топырағы да киелі», «Жері байдың - елі бай», «Қара жер қарыз арқаламайды», «Жер - ана, ел - бала», «Тозған жерде тоқшылық болмайды», «Күте білсең - жер жомарт», «Туған жердің түйе аунайтын топырағы да киелі, түйе жейтін жантағы да киелі». Осылай кете береді.

Қазақ халқының туған жерге деген ыстық ықыласы мен аялы алақанын, жүрек жылуын сөз еткенде, даламыздың данышпан абызы әрі ақылгөйі Асан қайғы бабамыз асқар таудай алыстан көрінеді. Сондықтан да қазіргі кезде Асан қайғы бабамызды қазақтан шыққан тұңғыш эколог деп мақтан етуімізге болады. Оның Желмаяға мініп алып, Жерұйықты іздеуі, қазақ жерінің әрбір өзен-суына, кең-байтақ даласына берген бағасы осы күнге дейін өз құнын жойған жоқ.

Күллі түркі халқының данышпаны саналатын Қорқыт атаның қалдырған мұраларында да «асқар тауларың құламасын, саялы ағаш сынбасын, қанаттарың қырқылмасын» деген ұғымдар - туған жеріңнің табиғатын аялай біліңдер деген аталы сөздер!

Шығыс халықтарында имандылықтан келетін үш сауап бар: шөлге құдық қазған, өзенге көпір салған, жолға ағаш еккен. Шөлді жерде құдық қазып, халық шөлін қандырса, малын суарып, айналасына жасыл желек отырғызса - табиғаттың көркі емес пе! Бұл - адамдарды жақсылық істерге жұмылдырудағы өнегелі өсиет.

«Бабалар еккен шынарды балалары саялайды», «Бағбан болсаң - бақ өсір, балама деп тағы өсір», «Әкеңнен мал қалғанша, тал қалсын», - деген нақылдарда қаншама ұғым бар!

Сыр бойының қыр сүлейлерінің бірі - Нұртуған Кенжеғұлұлы: «Байладым басты өлімге, мақпалдай



шөбі түрленген атамекен жер үшін!», - деп жырлап өткен.

Бекет ата туралы айтылатын аңыз-әңгімеде ұстазының: «Келер жылға жетерлік отын жинап келіндер», - деген өтінішін орындау кезінде, басқа шәкірттер көбірек отын әкелсе, Бекет ата аздаған қураған ағаш әкеледі. Оның мән-жайын сұраған ұстазына: «Жас ағашқа жаным ашып, кесуге батпадым, сондықтан қурағандарын ғана алдым», - деп жауап берген. Оған әбден разы болған ұстазы Бекет шәкіртіне ақ батасын берген көрінеді.

Қазіргі таңда да, ақын-жазушыларымыз табиғат, экология мәселесіне үлкен көңіл бөліп келеді. Мысалы, ақын Қадыр Мырза Әлі ағамыздың «Заманай» экологиялық поэмасының «Табиғат пен тасырлық» тарауында: «Безендіріп құмдағы, //Саздағы аңды, //Жер соқтарды, // Жылатты мәз даламды. //Қоғам азған, //Ел азған, // Заман азған... //Бірақ жер дәл бұлай азбаған-ды! //...Сайқал заман түсті де ер ізіне, //Салды ауызын шалқар мен теңізіме... //Мың бұлақтан қалмады жүз бұлақ та, //Сексен көлден қалмады сегізі де!//Полигондар - құрық та, //Аралдар да! //Өстіп жүріп адамзат арандар ма! //Таба тұрып ақы-адал еңбегіңмен, //Күдікпенен қарайсың тағамдарға!»[2] - деп қазіргі хал-күйімізді әсем поэзия тілімен әспеттеп бергенінің куәгеріміз.

Қазіргі таңда қай-қайсымызды болсын планетаның алмағайып халі алаңдата береді. «Соңғы 300 жыл беделіндегі қиялды қамшылай-тын адамзаттың ғылыми жетістіктері кісі қылығының даналығы және көрегендігімен үзеңгілес жүре алмағанына» автордың көңілі құлазиды. Аландаушылық білдіреді. Оқырман-дарын да сондай халге итермелейді.

Қазақстанда соңғы бес жылда түрлі өн-діріс орындары мен өнеркәсіптер саны көбейіп, олар жыл өткен сайын қарқынды дамып келеді. Дегенмен бұлардың барлығы ауаның ластануына, Қазақстан экологиясының бұзылуына әкеп соғатыны белгілі. Осының салдарынан республика өңірінде жиырма миллиард тоннадан артық қалдықтар пайда болған, оның үштен бір бөлігі токсидті болып табылады. Бұлардың дені - қара металлургия, мұнай химиясы, құрылыс материалдарын шығаратын өнеркәсіпорындарынан шыққан қалдықтар. Өз кезегінде мұндай алып кәсіп-орындар мемлекеттік тапсырма бойынша ар-найы жобаларды қолға

алғанымен, Қазақстан экологиясы әлі де жақсы нәтижелерді күтуде.

Осы экология проблемасына қатысты тек қана қазақ экологиятану ғылымында теориялық қисындар келтіріп жатқан ізденушілер бай-қалмайды. Аталмыш тақырып жөнінде жалпы-лама жазып жүргендер баршылық. Олардың ішінде Жазушылар Одағының мүшесі Энгельс Ғаббасовқа тоқталатын болсақ. Оның негізгі қозғап жүрген мәселесі - Қазақстанның батыс аймағындағы қару-жарақ және биологиялық зиянды заттарды сынаудың қатерлі де кеселді әрекеттерін жария ету. Ал өзі өнертапқыш, бірақ табиғат тағдыры үнемі мазалаған журналист-инженер Сейілбек Қышқашев республика төңірегіне атом электр станцияларын салу мен Байқоңыр ғарыш айлағынан ұшатын ғарыш кемелерінің зымыран-жеткізгіштерінің айнала қоршаған ортаға тигізер қыруар залалдарын жазумен келді. Үшінші бір автор - Арал тұрғыны, гидроинженер Хамза Суханбердин - өзінің «туған теңізінің» тағдырын, оның қазіргі мүшкіл халін әлемге танытуды алдына мақсат етіп алған. Ал республикалық экологиялық «Атамекен» газеті болса, экологияның кез келген көрінісі жөнінде проблемалық мәселелерді көтеріп келеді.

Бір жағынан, аталмыш авторлардың экология проблемасын баспасөз беттерінде қалың оқырман қауымға түсінікті тілде, жүйелі түрде жеткізе алатындығы сөзімізге дәлел болса, екінші жағынан, олардағы ортақ бір кемшілік - барлық уақытта дерлік тек қана болған уақиғаны, көз алдындағы фактіні қаз-қалпында келтірумен ғана шектеледі. Оларды теориялық тұрғыдан дәйектеу байқалмайды. Бүгінгі таңда маңдайалды тақырыпқа айналған экологияның баспасөзде жазылу шарттарын саралайтын теориялық еңбектер мүлде жоқ екенін қынжыла мойындауға тура келеді.

Бүгінге дейін эконублицистикатану саласындағы ғылыми-зерттеу жұмыстардың арасынан «экология тақырыбының теориялық ерекшеліктері» дегендей мәселе көтерілмеген. Әсіресе экология тақырыбын түбегейлі зерттеу мүмкіндігі туғаны; көтерілген мәселелерге сәйкес ғылыми негіздемелерге қоса, публицистикаға қатысты мақалаларды, соңғы деректерді салыстыра талдау; проблемалық не публицистік жарияланымдар мен ғылыми-танымдық эколо-гиялық материалдардың ара жігін ашып көрсету мәселесі қолға алынбай отыр.

Осы жағдай тұрғысында америкалық оқымысты-жазушы-эколог Р. Риклефс өзінің «Жалпы экология негіздері» атты кітабында: «Экологияның танымал сөзге айналғаны соншалық, оны не болса, соған тазарту ғима-раттарын салуға, жерді пайдалануды аймақ-тық деңгейде жоспарлауға, қағазды қайта өңдеуге және көкөністерді тек органикалық тыңайтқыштарды қолдана отырып, өсіруге айдар етіп таға салатын болды, - деп налиды. Сосын өзінің токтерер дәйектемесін былай түйіндейді. -Егер біз табиғатпен қандай да бір пәтуға келгіміз келсе, онда көбіне-көп ол ұсынған шарттарды қабылдауымызға тура келеді» [3].

Автор осы дәйексөзінде қарастырылып отырған проблеманың сан салалы екендігіне жұртшылық назарын аударумен қатар, соңғы сөйлемінде күллі Табиғат, Жаратылысқа өктем-шілік көрсетіп, оның бұлжымас заңдылық-тарынан адамзат талаптарын, қомағайлығын, жалпы эгоизм танытпауын қайта-қайта еске салады.

Қазақстан экологиясы - өзектілігін жой-майтын күрделі мәселелердің бірі. Бүгінде бұл мәселеге еліміздің тұрғындары ғана емес, күллі әлемнің жұртшылығы оның шешілу жолдарына атсалысып, назарларын аударып отыр. Ал отандық бұқаралық ақпарат құралдары экология тақырыбын қаншалықты қозғап жүр? Ол жарияланымдар халыққа жетіп жүр ме? Ауаны ластанудан қалай сақтау керек және оның қандай жолдары бар деген сұрақтарға жауап бере алып жүр ме? Осы мәселеге тоқталайық.

Бүгінде ең жылдам әрі тиімді ақпарат түрлерінің бірі интернет желілері арқылы оқыр-ман кез келген ақпарат алуға құштар. Ақпарат агенттіктері өзге тақырыптарды қозғағандай экология мәселесінде жиі көтеріп жүр.

«Жазиралы жеріңнің емес, көгілдір суыңның қанша екендігін айт» деген шығыс мәтелі бар. Ол бүгін де өз маңызын жойған жоқ. Су мәселесі экологиялық маңызынан бөлек халықаралық қатынасты қалыптастырушы тіпті, кез келген табиғи ресурс ретінде тауарға айналып, сауда нысаны бола алатындығына көзіміз жетіп отыр. Алайда еліміздегі судың жағдайы көңіл құлазытады. Одан өзге Қазақстан жағдайында экологиялық бірнеше мәселелерді топтастырып көрсетуге болады. Олар: су-экологиялық мәселесі, шөлейттену мәселесі, қоршаған ортаның ластануы, генофондты сақтау мәселесі, әскери қызметтің экологиялық мәселелері,

табиғи ресурстарды рационалды пайдалану мәселелері.

Осы аталғандардың ішінде Арал мәселесі өзектілігі артқан күрделі күйде екендігі баршамызға аян. Арал теңізінің тартылуы ауаға зиянды заттар бөлетін негізгі аймақ болып отыр. Бұл зиянды бөлшектер оңтүстіктен батысқа Үстірт арқылы Каспийге түсіп жатыр. Нәтижесінде тұзды тозаң қабаттар пайда болып, биікке әрі алыс аймақтарға тарауда. Аралдың суы күннен-күнге тартылып барады дегеніміз, улы тұздар бұрынғысынан да толығы түседі дегенді білдіреді.

Біз «экология» терминін тек қана табиғатқа қаратып, бұрып алып жүрміз. Бұлар, әлгінде айтқандай, адамзат қауымының өткен тарихи-биологиялық өмір жолынан қалған жағымсыз зардаптар болса керек. Бірақ бір байқайтын нәрсе - сол зардаптар, әсіресе өткен ғасырда, күллі планетаға терең де көлемді залалын тигізіп, зор қауіп төндіре алатын қатерге айнала бергенін байқаймыз.

Аталмыш пікірді академик С. Тілеубергенов: «Табиғат күштерін адамзат игілігіне пайдалану үшін игеруге күмән келтіруге болмас. Ол -қайта қажетті. Алайда бұл жерде «игеру» сөзі «коэволюция» («әлемдік эволюциялық процесс» мағынасының термині) атауымен алмастырылуы тиіс. Коэволюцияның ұлы принципі - адам мен табиғаттың бірлесіп, үндестікпен даму принципі. Табиғат стратегиясы мен қоғам дамуы стратегиясының үйлесімділік принципі» [4] -деп қолдайды.

Ғалымдардың құпия да тиісті орындарға мәлімдеулеріне, ашық дабыл қағуларына қарағанда, Жер бетіндегі электр қуатын өндіру мен тұтыну, шамамен алғанда, енді 100 есе артатын болса (ал мұның өзі таяудағы келешекте әбден мүмкін), онда климаттың келеңсіз өзгерісін тоқтатуға мүмкіндік болмайды.

Бұл адамға, жерге жасалған жантүршігерлік эксперименттің басқа да түрлерін өзінің публицистикалық мақаласында академик С. Тілеубергенов одан әрі тізіп көрсетеді. Мысалы, Қазақстанның кең-байтақ даласы қырық жыл бойы тек сынақ полигоны және уран кенін өндіретін орталықтар болып қана қойған жоқ, сонымен қатар ядролық технологияның алуан түрлі зиянды қалдықтары көмілген сұмдық зиратқа да айналғанын, сөйтіп, республика аумағы бірте-бірте

баяу жарылатын ядролық бомбаның ең барып тұрған зұлымдыққа толы көмбесі қызметін атқарғанынан да мағұлмат аламыз. Автордың айтуынша, бұл жағдай, тұтас бір аймақтың биосферасы мен ноосферасын толық жойып жіберуге әбден жеткілікті және ол республикадан тыс, басқа аумақтарға да зардабын тигізетіні ақиқат көрінеді.

Экология мәселелерін қазақ газеттерінің барлығы да қозғаған болады. Алайда олардың көбісі аталмыш проблемаға жиі, сапалы түрде үлес қоса қоймаған. Алайда күллі планетаға қатысты экологиялық публицистиканың жан-жақты қарастырып, дәйектеу уақыт күттірмейтін жай деп білеміз. Бұл - экопублицистиканың мұңы.

Огромные территории Казахстана пострадали от деятельности военных полигонов и запусков космической техники. На территории бывшего Семипалатинского ядерного полигона около 2 млн. га сельскохозяйственных угодий подвержено радиоактивному заражению. Аральский и Семипалатинский регионы объявлены зонами экологического бедствия, где произошли разрушение естественных экологических систем, деградация флоры и фауны и вследствие неблагоприятной экологической обстановки нанесен существенный вред здоровью населения.

The vast territory of Kazakhstan suffered from the activities of military sites and the launch of space technology. In the former Semipalatinsk nuclear test site of about 2 million hectares of agricultural land subject to radioactive contamination. The Aral Sea and Semipalatinsk regions declared zones of ecological disaster, which occurred the destruction of natural ecosystems, degradation of flora and fauna due to unfavorable environmental conditions caused substantial harm to public health.

О. Ошанова

### **Камал Смайылов публицистикасы мәтіндерінің идеясы, эстетикасы мен этикасы**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070 (091)

**Андатпа.** Бұл мақалада көрнекті жазушы, публицист, ғалым, мемлекет және қоғам қайраткері, қазақ киносы мен телевизиясының талантты ұйымдастырушысы Камал Смайыловтың шығармашылық өмірі, публицистикалық шеберлігі жан-жақты сөз болады. Автор қазақ журналистикасында ерек-ше қолтаңба қалдырған әрі қазақ мәдениетінің дамуына өзіндік үлес қосқан публицист-жазушының ұлттық мүддеге қызмет етудің, қоғамның көкейтесті мәселелерін көтерудің үлгісін көрсеткен журналистік қырын талдап, өзіндік тұжырымдар жасаған.

#### **Публицистика. Ғалым. Жазушы.**

Қазақ журналистикасының XX ғасырдағы шынайы бет-бейнесін сомдар болсаңыз, өткен ғасырдағы зіл батпан салмақты арқалаған ру-хани қайраткерлердің қатарынан, журналистикада өзіндік қолтаңба қалдырған бірегей та-ланттар шоғырынан Камал Смайылов есімін кездестіретініңіз хақ.

Камал Смайыловтың публицистикасы жай-лы ой қозғамай тұрып, ең алдымен, ол кісі ту-ралы жазылған естеліктерді бір парақтап алдық. Естеліктердің құндылығы көкейіне көп нәрсе тоқыған жандардың көзбен көргенін, көңілге түйгендерін ой сүзгісінен екшелеп алып барып,

#### **Әдебиеттер:**

- 1 Қазақтың естерінен кетпей жүрген бір сөз// Дала уалаятының газеті. Әдеби нұсқалар. 1888-1894. Құрастырушы Ү. Суханбердина. -Алматы: Ғылым, 1989. - 392-401 беттер
- 2 Мырзалиев Қ. Заман-ай // Жалын. - 1991. -№3. - 11-бет.
- 3 Риклефс Р. Основы общей экологии. - Москва: Высшая школа, 1979. - С. 6-7.
- 4 Тлеубергенов С. Нооэкология. - Алматы: Ғылым, 1996. - С. 96.

кейіпкер жайлы тебіреністі ой термелеп, қалам тербеуінде жатса керек!

Ал Камал Смайылов ағамыз жайлы естеліктердің бір арнаға тоғысып, кейіпкер жайлы барлық көзкөрген жандардың ерекше ықыласпен, мейірімділікпен қалам тербегендері ойлантады. Біз де естеліктер ішінен Камал Смайыловтың азаматтық, қайраткерлік, публицистік қырларын жан-жақты ашатын ой-пікірлерді сұрыптап алуға тырыстық.

Камал Смайыловтың балалық шақтан зерек болып әрі тектілігін танытар азамат болуды, қалам тербеп елдің жоғын жоқтар қаламгер бо-луды мақсат тұтқаны жайлы академик Төрегелді Шарманов ағамыз былайша жазады: «Біз Камал екеуіміз - Ұлытаудың қиясындағы бір ауылдың ұясынан, бір мектептің класынан тәлім алып шыққан түлектерміз.

Камал мектеп қабырғасында жүрген кезден-ақ егілген елдің, қайғырған халықтың тағдырына толғаныспен ой жүгірте білетін жігіт болып қалыптасты. Оның бастапқы мақалалары сол кездің өзінде аудандық, облыстық, респуб-ликалық газеттерде жарық көре бастады.

Кеңес үкіметі кезінде тегінді талдап, тектілігінді айтып бабаларыңның атын атасаң басыңа бұлт үйірілетін. Әкеден балаға жалғасып жеткен шежіредегі белгілі болыс болған, үлкен атасы Бабырдың қасиетті Ахмет Йассауи мов-золейінің қабырғасында жерленгенін естігенде Камал бабасының рухына сай болуға бел бұғандай шаттануын жасыра алмаған-тын. Әлі күнге дейін ол өзінің майданнан оралмаған немере ағасы, әскери журналист, жазушы Бау-бек Бұлқышевтың Ұлы отан соғысының алғы шебінен газеттерге жіберіп тұрған жалынды жазбаларынан, хаттарындағы ақыл кеңесінен нәр алып қалыптасқанын мақтан тұтады».

Камал Смайылов С. М. Киров атындағы Қазақ мемлекеттік университетін журналистика мамандығы бойынша тамамдағаннан кейін қоғам өміріне белсене араласты. Камал ағамыз баспасөз, радио, телевизия, кино саласында ғана еңбек етпей, саясаттың да тізгінін ұстап көрді. Шығармашылық жолын «Лениншіл жас» газетінің Қарағанды облысындағы меншікті тілшісінен бастады, одан кейінгі жылдары «Білім және еңбек», «Парасат», «Ақиқат» журналдарын басқарды.

1962-1964 жылдары республика комсомолының идеология жөніндегі хатшысы қызметін атқарды. Осы жылдардағы атап өтерлік еңбегі - 1964 жылы әдебиет әлемінің табалдырығын жаңа аттаған талай жастардың қалам қарым-дарын таныту мақсатында,

өзі алғысөз жазып, алғашқы әдеби жинақ шығартуы. Ал ол кітапқа шығармалары жарияланған жастар, шын мәнінде, таланттар шоғыры болатын. Олардың қатарында қазақ әдебиетінің танымал өкілдері кешегі өмірден өткен Мұқағали Мақатаев, Жұмеке Нәжімеденов, Төлеген Айбергенов, Оспанхан Әубәкіровтерден бастап, бүгінде орта-мызда жүрген классик жазушыларымыз Шерхан Мұртаза мен Мұхтар Мағауиндер болатын. Бұл, шын мәнінде, Камал ағамыздың әдебиетке деген шынайы жанашырлығының дәлелі емес пе?!

Камал ағамыздың 60 және 70-жылдардағы өмірі қазақ киносымен тығыз байланысты. Ол бұл жылдары «Қазақфильм» киностудия-сын, Кинематография жөніндегі мемлекеттік комитетті басқарды. Осы жылдары ол соғыс кезінде жазылса да талай уақыттан бері киностудия мұрағатында шаң басып жатқан Ғ. Мүсіреповтің «Қыз Жібектің» желісімен жазылған «Гэкку» киносценарийін тауып алып, оны автордың рұқсатын алмастан Мәскеуге ба-рып бекіттіріп әкеледі де, фильм түсіру ісіне қызу кірісіп кетеді. Бұл фильмге сценарийді жазушы Ғ. Мүсіреповке бастан аяқ қайта жазғызып, режиссер С. Қожықов, композитор Н. Тілендиев, редактор А. Сүлейменов, суретші Г. Исмайыло-ва, акын Қ. Мырзалиев сияқты өз ісінің білгірлері болып танылған кәсіби мамандардың басын қосып, қазақ киносын әлемге танытқан тамаша туындының өмірге келуіне басты себепкер бо-лады. Жалғыз «Қыз Жібек» фильмі емес, «Қилы кезең», «Қан мен тер», «Алты жасар Алпамыс» т. б. қазақ мәдениетінің атақ абыройын танытқан фильмдер қазақ киносының тізгінін К.Смайылов ағамыз ұстап отырған жылдары түсірілген бола-тын. Камал Смайыловтың осы еңбектеріне ғана қарап, қазақ өнерінің шынайы қамқоршысы бол-ды деп ой түюге болады.

Тағы бір атап өтерлігі, осы кезеңде ол «Қазақфильм» деп аталған кино ордасының төңірегіне жоғарыда аталған азаматтармен қатар Олжас Сүлейменов, Әкім Тарази, Сайын Мұратбеков, Қалихан Ысқақов сияқты қазақ мәдениетінің бет-ке ұстарларын топтастыра білді, осы арқылы ұлт мүддесі үшін бірлесе қалтқысыз қызмет етудің жемісті болатындығын көрсетіп қана қоймай, оның дайын үлгісін ұсынып та кетті.

Орта Азия елдерінің ішінде жаңа өнер саласының тұсауын алғаш кесіп, оның дамуына орасан зор үлес қосқан да ағамыз болатын, яғни қазақтың «Қарлығаштың құйрығы неге айыр?»

алғашқы мультфильмі де К. Смайыловтың тұсында дүниеге келген.

Бұл туралы кинорежиссер Әмен Қайдаров «Жолың болсын десең, жолыңда азамат кездес-сін» деген естелігінде толық баяндаған, яғни 1966 жылы «Қазақфильм» киностудиясына журналист Камал Смайылов басшы болып келгенін, өзінің Бүкілодақтық Мемлекеттік кинематография институтын бітіріп, қазақ мәдениетіне жетпейтін өнер саласы мультипликацияның іргетасын қалауды армандап жүрген жас ма-ман екенін, сол кезде жаңа басшының мәселені табан асты шешіп, үлкен өнердің тууына бас-тамашы болғанын тебірене әңгімелей келіп, «Әрине, «Қазақфильм» киностудиясына ұялаған «Қарлығаш» Камалдың талай сәтті еңбектерінің бірі ғана еді» деп көрсетеді.

Жоғарыда айтқан ойларымызға Қазақстан-ның халық жазушысы Әбіш Кекілбаевтың ағамыз туралы тұжырымды пікірі тұздық болмақ: «Ұлттық мүдде мен ресми саясат аты-мен қабыспайтын кереғар жағдайда мәдениет майданында басшылық еткендердің айдарлары-нан жел есе қоймайтындығы айтпаса да түсінікті. Алайда соған қарамастан ұлттық руханиятқа қалтқысыз қызмет ете алған азаматтар ол кезде аз болмады. Олар екі оттың ортасында жүріп, қарлығаштың қанатымен су сепкендей болса да, өз халқына пайда тигізіп бақты. Бұл оңай шаруа емес еді. Мен сондай жанкешті еңбектің иегерлері қатарына Камал Сейтжанұлы Смайы-ловты жатқызар едім.

Ресми билікпен арадағы шытырмандар әлгіндей болғанда, өнердің өз ішіндегі шыр-ғалаңдар да оңай тимейтін. Таңқылардың та-ланттарды көре алмай жасап бағатын айла-шарғыларын былай қойғанда, әр таудың арқары болып қалған атактылардың өздерінің тарт-тырар тауқыметі аз болмайтын. Жер бетіне өздері сыйғанымен, шаңырақтай-шаңырақтай мүйіздері сыймай, қаралай қақтығысып, шатақ салатын. Ондай ортада ұйымдастырушы болып, ортақ істі алға бастыру қиынның қиыны еді.

Бір қызығы осының бәрін Камал Смайы-лов соның бәрін ләззат санамаса, азап сана-майтын сыңайлы. Осы ғұмырында екі бірдей журнал шығарыпты. Киностудия басқарыпты. Кинематографияға бір емес, екі рет бастық болыпты. Телевизия мен радиокомитетті де екі рет басқарыпты. Үкіметтің осындай қиын са-ланы үйлестіретін бөліміне екі рет, Орталық Комитеттегі бөлімге үш рет барыпты.

Бұл тек мәртебе қуғандыққа ұқсамайды. Өзі сүйетін іске шексіз берілгендік шығар. Бір кез-де өзі

бастап берген істің ендігі тағдырына да қабырғасы қайысқандық шығар. Мыңның біреуі емес, мыңнан біреу... Жаратқанның айрықша мейірімі түскен нысаналы перзенті...».

Камал Смайылов ағамыз Телевизия мен радиокомитетті де екі рет басқарған, осы-лайша, ол мәдениеттің кез келген саласының шығармашылық жұмыстарын үйіріп әкете ала-тын шеберлігімен танылды. Бұл туралы академик Т. Шарманов: «Ең бір таңдандыратыны - Смайылов қай салаға салсаң да жаңа кәсіптің иірімдерін тез арада игеріп алып, істі жүргізіп ала жөнеледі. Өйткені ол туа бітті, табиғатынан жан-жақты публицист-жазушы. Кино өнерінің айыл тартпасын мығымдап ретке келтіріп ба-рып, мемлекеттік телерадиоға төраға болып келісімен-ақ, қолына тізгінді еркін ұстап иіріп әкетті. Ол кезде телевизия саласы даму үстінде болатын. Әрине, мұндай кезеңдерде іске бүкіл болмысымен білек сыбанып кірісіп кететін жаңашылдар керек. Смайылов келісімен қазақ телевизиясы «өгей шешедей болған мәскеулік телевизияның» айтқанын бұлжытпай орындай-тын күйінен біртіндеп өзгере бастады».

Камал ағамыз әдебиеттің үлкен ордасының тізгінін де қолына ұстап, бұл жерде де рухани саланың ізгілікті істерінің бастамашысы болып қана қоймай, біраз істердің басын қайырып кет-кен. Бұл туралы белгілі қоғам қайраткері Мұхтар Құл-Мұхаммед: «Әрдайым үлкен саясаттың қан базарында жүретін Кәмекең балапан ба-сына, тұрымтай тұсына кеткен 90-жылдардың басында Қазақстан Журналистер Одағының тізгінін қолына ұстады. Берекесі кеткен одақтың басын қосып, біраз игілікті шаруалардың ба-сын қайырды. Әкесі Сейтжан 37-нің тұзағына түсіп, жазықсыз жаза шеккен буынның өкілі болғандықтан да болар, еліміз тәуелсіздік алғаннан кейін ақталған арыстар есімін ел жадын-да қалдыру үшін де аянбай еңбек етті. Кәмекең басқарған жылдары «Ақиқаттың» бетінде Едіге, Тәуке, Абылай, Кенесарылардан бастап, Б. Қаратаев, М. Тынышпаев, С. Сәдуақасов, С. Қожанов т.б. дейінгі ұлт ұлыларын ұлықтаған көлдей-көлдей материалдар жарияланды. Ол мұнымен де шектелмей «Атамұра» корпорациясымен бірге Ә. Бөкейханов, Ж. Ақбаев, Ә. Ермеков атындағы Қазақстан Журналистер одағының сыйлығы белгіленіп, оны жыл сайын республиканың таңдаулы журналистеріне тап-сыруды дәстүрге айналдырды».

Ал енді Камал ағамыздың публицистикалық шеберлігінің қыр-сырына үңіліп көрсек. Бұл орайда жазушы, профессор Шерияздан Елеуке-нов өзі «Қазақ публицистикасының ақбөкені» деп айдар таққан жанға былайша баға береді: «Жұмсақ тілмен сыйпай қамшылай отырып, қайдағы келеңсіз жайттарды тауып жазып, жағанды ұстатады. Қазақстан өзіне керекті азық-түлікті өндіре алмай, жетпіс процентін шет ел-ден тасымалдайды дейді. Миллиардтаған пұт астық сатып өткізетін, ондаған миллион қой баққан Қазақстан азық-түліктен кіріптарлыққа түскені адам нанғысыз нәрсе, төбе құйқанды шымырлатады. Сенгің келмейді, бірақ Камалдай бедел айтып тұрған соң сенбесіңе амалың жоқ.

Ол, міне осындай жұртшылық көзінен таса фактілерді, ел дамуына кедергі кесел-кінәраттарды тапқыштығымен көзге түсіп жүрді.

Камал сөздерінің соншама әсер ететіні, цифрларды ойната білетін. Ол құрғақ ақылды жек көретін, айтқанын жандандырып суреттеуге тырысатын».

«Ізгіліктің насихатталуы ғана идеология» деп мойындаған Камал Смайылов публицисти-када «өз жан дүниесінде сезінген жақсылықты өзге жан да сезінсін дейтін пиғылды» алға ұстанады, бұл туралы Қазақстанның халық жа-зушысы Шерхан Мұртаза: «Сен тым ақкөңіл адал едің ғой, Камал! Қоғамда болып жатқан то-лайым кемшіліктерді мен ашына жазғанда, сен сол қоғамдағы зәрудей жақсылықтарды тізбелеп, маған басу айтушы едің. Заманның, қоғамның алдағы күндерінде жақсылыққа, ақжарқын күндерге жететінін дәлелдеп, ұдайы да үміт отын жандыратынсың» деп толғанады. Шынында да, өмірдің көлеңкелі жақтарын көруден гөрі оның әр сәтінің жасудай жақсылығын ұшқынынан тану әлдеқайда қиынырақ, оны таныр көңіл қырағылығымен қоса бар жан тәніңмен қуана білу сияқты ерекше қабілет те қажет сияқты. Бұл орайда, Камал ағамыз бізге өзінің сара жолын са-лып кетті.

Академик Төрегелді Шарманов «Камалдың қаламы бүгінгі жас журналистердің шамадан тыс шамшылдығы мен әсіре сәншілдігіне қарсы бәс тіге алады» дей келіп, публицистің бүгінгі ұрпақ үлгі тұтар тұстарын былайша көрсетеді: «Қазіргі кездегі қаражат қаржылық мүддені көздеп, біреуді жақтап, екіншісін таптап, жік-жік болып бөлініп алып жазып жатқан журналистерден дара жазатын Камалдың дарабоз-дығы ойландырады. Ешкімнің сағын сындырып, тауын шақпай, бәтуасыз ақпараттық

шайқастардың отына май шашпай, журналистік әдепті аяққа баспай жүретін Камалдың рухани бостандықта болғысы келетіні ойландырады. Ұшқын шашатын ойларының ауқымдылығымен, мақалаларының ішіндегі сөйлемі түгіл, үтірінен күпірлік байқалмайтын тартымдылығымен таңдандырады».

**Камал Смайылов ағамыздың көзі тірісінде журналистикаға қатысты айтқан ойларын көңіл көзінен өткізе отырып, бүгінгі межеге салып салмақтар болсаңыз, олардың мәні мен мазмұнының қазіргі таңда да өз өзектілігін жоймағанына көз жеткізесіз.** Мәселен, ағамыз журналист қандай болуы керек деген сұрақтың жауабын былайша түйіндейді: «Журналист өмір-дің, қоғамның кез келген құбылысы болса, соны қалт жібермей ұғатын, оның бағытын анықтай білетін және қаламды нық ұстап жазып, оны халыққа жеткізе алатын маман иесі болуы тиіс.

Журналистер бәрінен де аулақ, жоғары, биік тұруға тиісті. Олар үшін ең басты саясат шындық, әділдік, халықтың қамы болуға керек. Ендігі күш басқарушы, бағыттаушы орындарда емес, журналистердің қолында».

Ал «Әлемдік интеграция, глобализация кезінде қазақ өзін қалай ұстауы керек?» - деген сауалға: «Бұл өмірдің бізге алып келген үлкен ағымы, толқыны. Бұл адамзат дамуының жаңа са-тысы, бұған қарсы шығып, мүлдем тоқтату мүмкін емес. Кейде бұл аз ұлттарды, әлсіз мәдениеттерді жойып жіберуі мүмкін. Бірақ, соған қарамастан, ұлттымызды, тілімізді, әдет ғұрпымызды сақтай отырып, жаңа заман ағымына қосылуымыз керек. Ол үшін бізде соның бәрінің басын қосатындай өндіріс, еңбек, білім, рух болуы тиіс», - деген тұжырым айтады.

«XXI ғасырдың қазағы қандай болуы тиіс?» деген сұраққа «XXI ғасыр қазағы ұлтын сүйетін, әлемдік деңгейде білімі бар, рухы биік тұлға болуға міндетті» деп жауап берген.

Өз әріптестерінің қалам тербестері жайлы: «Біріншіден, біздің қазақ тіліндегі басылым-дарда «анау жоқ, мынау жоқ» деп жыланып, күңіреніп, қара аспанды төндіріп жазатын жур-налистер жоқтың қасы. Тек жылау болса, оны ешкім оқымас та, тыңдамас еді ғой. Жылау үшін де экономиканың жағдайын білдіретіндей тілге тиек деректер келтіру керек. Көбісі осы-дан жасқанады, жағдайды білмейді де, білмеген соң талдай, бағалай алмайды. Дерек-дәйектер келтіре отырып, талдап, сараламаған сөзді ешкім тыңдамайды, тыңдаса да «осы рас» деп

иланбайды, «бұл қалай?», - деп ойланбайды» дей келіп, «ал енді сынап, талдап, кемшіліктерді көрсетіп жазатын, айтатындар болса, оларды жаппай айыптауға болмайды. Олар соны табалап жазып отыр ма, әлде жүрегі ауырып, жаны ашып жазып отыр ма? Алдымен, осыны ажыратып алу керек» деген тәлім алар пікір айтады.

Камал ағамыз айтып отырған осы мәселе-ленің мәні бүгінгі күнде тіптен өзекті болып отыр, өйткені қазіргі таңда қалам ұстаушы көптеген ағайындар «түймедейді түйедей қылып» көрсетуді, өздеріне ұнамаған адамды қаралауды әдетке айналдырып отырғаны жа-сырын емес. Сонымен қатар көп жағдайларда «сын түзелмей мін түзелмейді» деген қағиданы ұстанып, жанашырлықпен қалам тартып жүрген әріптестерімізге де қырғи қабақ танытып жататындардың қатары да көбейгені шындық. Сондықтан да бізге ақ пен қараның арасын ажыратар зеректік пен қырағылық қасиеттер керек болар.

**Камал Смайылов қаламының қарымы дегенде,** ең алдымен, ағамыздың өткен ғасыр өткелінде жүріп, ел болашағын болжап жазған «XXI ғасырға саяхат» кітабы бірден еске түседі.

«XXI ғасырға саяхат» еңбегіне академик Ев-ней Букетов: «Камал болжауларының ғылыми негізділігін, өрісінің ұлан-ғайыр көлемділігімен оқырманын таңдандырмай, тебіртпей қоймай-тынын, жастарға бұдан былай да осындай еңбектерді молынан жазу қажет», - деп пікір білдіріп, жоғары бағасын берген болатын.

Шынында да адамзат дамуының алдағы кезеңдеріне негізді болжамдар жасау журналис-тің білім тереңділігін, ізденгіштігін әрі әр дәйекті жан-жақты талдай отырып, нақты тұжырымдар жасай білу қабілетін танытса керек. Ағамыз болашаққа төмендегідей бол-жам жасайды: «Адам табиғаттың құлы емес, қожасы. Әрине, бір кезде айтқандай, табиғаттың заңымен, жағдайымен санаспайтын, мойын ұсынбайтын ұр да жық, сотқар, тентек қожасы емес, табиғаттың заңын біліп, түсіне отырып, соның ыңғайына қарай өз күдіретін жүргізіп, өз ыркын орындататын ақылды қожа болады». Бүгінгі таңда бұл қағидамен келіспеске ама-лымыз жоқ. Қазіргі күні ағамыз өзі айтып кеткендей «ғылым өсімдіктер мен дақылдарға керекті ауаны да, қоректі де, сәулені де «жасанды табиғи» ортада жасап қамтамасыз етіп», жер бетінде тіршілік етіп жатқан тұрғындардың бәріне жетерлік мөлшерде сапалы әрі құнарлы өнім өндіру үрдісін жолға қойды.

Камал Смайылов: «Жер бетінде өңделетін, егін себілетін қазіргі жердің көлемі дұрыс, оңтайлы пайдалана білсе, 10 миллиард адам-ды асырай алады», - дей келіп, елімізде бұл бағытта қыруар шаруалар атқару қажеттігін әрі бос жатқан жерлерді кәдеге жарату жайлы ұсыныстарын айтады. Мәселен, суландыруға оңтайлы да пайдалы аймақтар қатарына Оңтүстік Қазақстан мен Орта Азия далаларын жатқыза келіп, «ғалымдардың айтуынша, күннің сәулесі мен жылуының молдығы, топырақтың құнарлылығы, жерінің суаруға, егін егуге қолайлылығы жағынан бұл аймақ басқа суар-малы аудандарға қарағанда, әлдеқайда қолайлы әрі биологиялық өнімділігі 50-70 пайыз артық та жоғары екен» - десе, сонымен қатар Арал теңізі аймағында суландыруға жарайтын, мол өнім алуға болатын 50 миллион гектар шұрайлы да құнарлы жер бар екенін, қазіргі күнде оның он-нан бір бөлігі ғана игерілгенін баса айтады.

Аталған еңбекті оқи отырып, автордың бір қарағанда миға қонымсыз, бірақ мәніне тереңдей үңілсеңіз қисынды ойларын бас шайқай отырып оқисыз, бір сөзінде «Мұнайдан белок, белоктан ет алармыз сонау алыс болашақта. Бірақ көп уақытқа дейін өте қажет ет пен сүтті біз малдан ғана алатын боламыз. Бұлар барған сайын ба-рынша қажет болатын тағамдар.

Биологияның кереметі мен химияның күдіреті бара бара мұнайдан - май, көмірден - ет, ағаштан - нан жасайтын да болады!» - десе, енді бірде «Қазірдің өзінде әдетте мал өнімдерінен алынатын көптеген тағамдар қолдан жасалады. Мысалы, өсімдік майынан кәдімгі «қаймақ» шығады. Сояның бұршақтарын үгітіп, жұмыртқа ұнтағын алуға болады. Сондай ақ сол соядан кәдімгі малдың етінен түрі де, дәмі де еш ау-майтын, жасанды ет алынады» деген нанымды мәліметтер айтады. Болашақта адам баласының ағзасына қажет белоктар «теңіздер мен мұхиттар суынан көптеп алына бастайды, қазірдің өзінде теңізден 52 миллион тонна белоктық өнім өндіріледі, осынша белок алу үшін жылына 200 миллион бас ірі қара малды союға тура келер еді», - деген болжамдар жасайды.

Журналист, осылайша, адамзаттың алдағы өмірі, тіршілік ету бағыты туралы толғана келіп, қисынды тұжырымдар жасайды, оқырманын таң қалдырып, бас шайқатады.

**Ел мүддесіне адалдықпен қызмет етуді ойлаған азамат өз ұлтының өткені жайлы да ет жүрегі елжірей отырып, қалам тер-беп, тарихтың**

**сабақ алар тұстарын санама-лап көрсетіп, халықтың жадынан өшірмеу бағытында да өнімді еңбек етуі керек деген ойды Камал Смайылов ағамыздың «XX ғасыр қазаққа не әкелді?» деген мақаласын оқи отырып, жадымызға түйгендей болдық.**

Тәуелсіздікке қол жеткізгеннен кейінгі ел еңсесін көтерудің қарапайым қағидасын былайша көрсетеді: «Кеудесін соққан пысықтар өмірдің тіршіліктен, тіршіліктің тұрмыстан, тұрмыстың экономикадан, шаруашылықтан бас-талатынын ұмытады, ұмытады емес білмейді, білмейді емес, түсінбейді. Кеуде ұрып, ұран салғанға шебер. Тәуелсіздік үшін шаруашылық істеу керек». Осы айтылған пікірді оқығанда осы қағиданы қоғам мүшелері бүгінде ұмытпай, жа-дымызда ұстасак ұтар едік-ау деген ой көңілді мазалағандай болды.

Публицист XX ғасырдың драмалық көрінісі деп даладан, ауылдан қоныс аударған қазаққа қалада жұмыс пен пәтердің берілмеу саясаты деп көрсете келіп, бұл жайлы былайша ой түйеді: «өндіріс ошақтарын сырттан келген адамдар салды да, сонда тұрақтап қалды. Құрылысшы, жұмысшыға айналып, өз астанасының өзінде орын тимей, азшылық болып қалған қазақ, сол қаптаған қалалардың төріне еркін шыға алмай, босағасында отырып қалып жүрді».

Өткен ғасырдың бізге тартқан тағы бір «сыйы» жайлы журналист былайша ой толғайды: «Заманымыздың екі ұлы оқиғасы - космосты игеру мен тыңды көтеру Қазақстан еншісіне тиді, Қазақстан жерінде болды деп мақтандық, масаттандық. Бірақ Қазақстан жері дедік, «қазақ жері, қазақ елі» дей алмадық».

Ал Семей даласындағы ядролық полигон жайлы публицист былайша тұжырым жасайды: «Екі ғана бомбаның зардабын көрген, осы уақытқа дейін қасіреттен арылмаған жапондықтардан басқа атом алапатының отына, өртіне әбден шарпылған осы әлемдегі жалғыз халық қазақтар ғана. Бүкіл адамзатты қорғау үшін құрбан боп шалынған қазақ халқы. Бұл да XX ғасырдың қазақтарға тартқан сыбағасы».

«Осы заманғы техникасы бар қорғаныс зауыттарында қазақ кадрлары болған жоқ. Бұл саясатта да қазақтардың сондай жауапты күрделі салаларда істеуге қабілет білімдері жете ме деген күдік әрі осындай елдің тағдыры үшін маңызы бар аса құпия істерді тапсыруға деген сенімсіздік байқалған. Кемсітушілік осы сала-да айқын көрінді. Дүниежүзілік мәні - маңызы бар әлемдік деңгейге шығуда талап қажет ететін жұмыстарда өзінің

дарынын көрсететін, дербес әрекет жасай алатын шешуші салаларда қазақтар аз болды. Оның орнына ұлттық кәсіп, психоло-гиясына жақын деп, қазақ жастарын өне бойы шопан болып, қой бағуға, сауыншы болып, сиыр саууға шақырумен болған. Талай дарынды жас-тар сондай жұмыстарға кеткен.

Шамалап есептегенде, 50-60 жылдар аралығында Қазақстанның халқы 1939 жылға қарағанда 5 миллион адамға көбейді. 1959 жылы 10 миллионға жетті. Бірақ мұның қазақтар үшін қуанышы болмады. Қазақтар үлесі 58,7 пайыз-дан 29,8-ге дейін кеміді. Сөйтіп, Республикаға атын берген, осы жердің түпкілікті иесі, қазақ ұлты аз халыққа айналып, үштен біріне (2,9 млн) жетпей қалды. Бұл тек демографиялық ұғым ғана болмады. Саяси мән берілді бұған. «Егер қазақтар бар халықтың үштен бірі ғана болса, онда ол халық осындағы байлық игіліктердің де үштен біріне ғана ие болуы, қол созуы тиіс. Одан көпке қакысы жоқ» деген ұран шықты. Оның қосқан үлесі үштен бірі болса, сіңірген еңбегіне, атқарған жұмысына қарай әлеуметтік үлес сыбағасын да сонша алатын болсын. Содан өрбіп «саяси басшы кадрлар, студенттер мен ғалымдар құрамында да қазақтар үштің бірінен аспауға тиіс» деген шарт, талап, міндет қойылды». Ұлт тарихындағы осынау әділетсіздіктерді оқи келе әрі сана талқысынан өткізе отырып, «Тәуелсіздік алмағанда қазақтың тағдыры не болар еді, Құдай өзі қолдаған екен!» демеске шараң қалмайды екен.

«Соншама қазына байлықтың иесі қазақ елі соның не екенін, қайда кетіп жатқанын көрген де, білген де жоқ. Тазарған күмісі мен мысы, алтыны мен қалайысы басқа жаққа кетті де, шаңы мен түтіні бізде қалып жатты. Сол қазынаның елге бергенін басқалардан жасырмағаны (негізінен соны өндірген де, игерген де сол өздері болды ғой), сонда дұрыс болған шығар-ау. Орталық министрліктер қазына қарымына біраз қаржы бөлетін, қайтарымынан көргені сол болатын. Бар зардап зиянын жер мен ел көрді ғой. Егер өз қажеті үшін ғана алса, соншама жер қопарылып, астан-кестен болар ма еді? Қазір Қазақстанда алты миллиард тонна қокыс қалдықтар жа-тыр. Бұрынғы табиғи қазақ даласының түр мен тұрпатын өзгерткен, көлін шөлге, топырағын құмға айналдырған осы ғасыр».

Камал ағамыз жаны шырқырай қазақтың жоғын жоқтап, шындықтың бетін ашқанымен, зардабы жергілікті халық үшін зіл батпан мәселелердің шешімі бүгінгі күнде табылды ма, әлде «баяғы жартас бір жартас» күйінде қалып отыр ма деген сауал тіл ұшына орала береді.



Өз ұлтының өткені мен бүгінгі жайлы ет жүрегі елжірей отырып қалам тербеп, «жұмсақ тілмен сыйпай қамшылай отырып», «ешкімнің сағын сындырып, тауын шакпай, бәтуасыз ақпараттық шайқастардың отына май шаш-пай, журналистік әдепті аяққа баспай жүрген, ұшқын шашатын

ойларының ауқымдылығымен, мақалаларының ішіндегі сөйлемі түгіл, үтірінен күпірлік байқалмайтын тартымдылығымен таңдандырған» Камал Смайыловтың шығарма-шылық өмірі бүгінгі ұрпаққа үлгі болып қалмақ.

В статье автор рассказывает о творческой жизни писателя-публициста, ученого, государственного и общественного деятеля и профессионального организатора казахского кино и телевидения Камала Смаилова, подробно говорится о творческой жизни и публицистическом мастерстве автора.

Автор анализирует особенности творческого вклада писателя-публициста в казахскую журналистику и его роль в развитии казахской культуры. В заключение статьи делает выводы о том, что Камал Смаилов всегда поднимал злободневные вопросы общества, ставил национальный интерес во главу творчества, был примером для нового поколения.

In this article the author talks about the creative life of the writer, essayist, statesman and public figure and a good organizer of the Kazakh film and television Kamal Smaylov, elaborates on the creative life of the author and journalistic skill.

The author analyzes the characteristics of the creative contribution of the writer and publicist in the Kazakh journalism and its role in the development of Kazakh culture. At the end of making conclusions about what he's always raising urgent questions of society and always put national interest above was an example for a new generation.

### Ш. Нуржанова

#### Публицистика древнейших времен

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070(091)

**Аннотация.** Публицистика казахского народа с древнейших времен и до наших дней представляет собой важнейшую часть всемирной СМИ, поэтому изучение ее занимает важное место в формировании печати сознания студентов.

Но в чрезвычайно больших государствах в древности устные формы распространения сведений, актуальные сообщения были малоэффективны и потому всегда шел поиск лучших способов письменного информирования.

В статье рассматривались неисследованные стороны некоторых проблем.

#### Публицистика казахского народа.

Публицистика казахского народа с древнейших времен и до наших дней представляет собой важнейшую часть всемирной СМИ, поэтому изучение ее занимает важное место в формировании печати сознания студентов. Публицистика казахского народа получила освещение в основном в трудах дореволюционных, а затем советских авторов, в которых она трактовалась с позиции имперской великодержавной идеологии. Отдельные ученые, пытавшиеся написать более или менее объективную историю печати казахского народа.

Сегодня перед историей печати Казахстана стоят огромные и ответственные задачи.

Потребность в обмен информацией между людьми возникла еще в глубокой древности. Особенно она усилилась после изобретения пись-

менности - могущественного средства общения на дальние расстояния (считается, что первый письменный текст появился в различных странах за 8-6 тысячелетий до н. э.). Жизнь людей не проходит на земле бесследно, она оставляет «следы». Изучая эти «следы», ученые узнают, какой была и сама жизнь. Уже в древности люди вели записи по хозяйству, описывали происходящие события. Они писали на коре деревьев, на камне, на обработанной коже животных и на другом материале. Самые древние записи были сделаны около 5 тысяч лет назад. Недостаточно, однако, найти древние записи. Многие из них написаны знаками, на которых давно уже никто не говорит. Ученые разобрали письменность большинства народов древнего мира. Непонятные ранее знаки

«заговорили»; они рассказали о могущественных государствах древности, о народных восстаниях, о возникновении научных знаний и о многом-многом другом. Обращение к новому типу общения - знаковому письму, связанное с нарастанием сложности в экономических и политических отношениях родоплеменных сообществ, усилилось в период формирования государственности, когда надо было фиксировать товары, налоги, учетные и обменные операции. С образованием государства развиваются устные формы распространения информации, огромную роль играют ораторы, воздействующие на мнение и поведение слушателей. Например, весьма различились стили выступлений грека Демосфена и римлянина Цицерона. Когда выступал Цицерон, народ ликовал: «Как красиво говорит Марк Тулий!» А когда слышал «филиппики» Демосфена, речи, направленные против Македонского царя Филиппа, то кричал: «Войну - Филиппу!» Информацию распространяли и правительственные гонцы, глашатаи, герольды, дьяки, зачитывая послания реляции, рескрипты, буллы.

Всестороннее развитие человека - великая цель, в выполнении которой немалое место отведено журналистике. Произведения литературы и искусства, научно-популярные и научно-художественные произведения, информация о культурной жизни, образовательные программы - все это составляет значительную часть материалов журналистики, особенно «толстых» журналов радио и телевидения [1].

Во множестве учебников и монографий, связанных с историей журналистики, в течение десятилетий повторялось одно и то же. Возникновение печати тесно связано с развитием и укреплением буржуазии. Первые газеты и журналы возникли в странах Западной Европы - в Германии, Англии, Франции - на рубеже XVI и XVII веков, в пору укрепления национальных государств, становления абсолютной власти. Это было время обоснования национального, а затем - интернационального рынка, установления и расширения экономических и финансовых связей. Печать появилась на определенном этапе общественного развития, когда буржуазия выходила на политическую арену и готовилась к борьбе за власть. Она зародилась тогда, когда в обществе возникла потребность в ней. Это была политическая потребность в средстве управле-

ния обществом и государством. Это была и идеологическая потребность в эффективном инструменте идеологической борьбы, в ходе которой сталкивались интересы враждебных классов, выразителей и защитников различных религий, противоположенных философских концепций. Это, наконец, была и экономическая информация, в которой так нуждались купцы и предприниматели, деятельность которых приобретала все более важное значение...

Многие печатные периодические издания, едва родившись, действительно становились органами государственного управления. Вспомним первую российскую газету «Ведомости», которую Петр I основал как орган управления государством, как средство поддержки реформ, которые он проводил. Другие газеты и журналы действительно становились острейшим идеологическим оружием, оказывались в центре политических, классовых схваток, религиозной борьбы, торжествовали победу или истекали кровью и умирали вместе с политическими партиями и деятелями, взгляды которых они защищали.

Первопричиной появления первых периодических изданий была все-таки потребность в экономической информации. Купцы нуждались в сведениях о стоимости товаров на рынках в городах своей страны и других государств. Финансисты - в данных о ситуации на первых международных биржах, о соотношении стоимости денег, чеканившихся на монетных дворах в столицах европейских государств. Фабрикантам требовалась информация, где и за какую цену они могли приобрести новые станки для своих предприятий и где они могли выгоднее продать их продукцию. И все готовы были платить за сведения. Чтобы их получать, долгое время посылали гонцов. Но это было дорого, и необходимая информация поступала, таким образом, нерегулярно. Требовалось иное средство, которое обеспечивало бы ее доставку быстро и систематично.

Появление этой экономической потребности привело к возникновению средства ее удовлетворения. Им стала периодическая печать [2].

О пражурналистских явлениях древности ныне напоминают слова «форум» (площадь в Риме), «трибуна», «выборная должность, а затем место произнесения речи), «вече» (собрание у славян, от старославянского вет-совет), и следы этих явлений

можно найти в названиях или частях названий газет - «трибун», «курьер», «почта» и т. д. К примеру, в кратком справочнике «Зарубежная печать», изданном в 1986 г., можно найти 19 газет, в названии которых есть слово «трибуна». Газеты «Трибуна» издаются в Гондурасе, Парагвае, Чехии и т.д.

Но в чрезвычайно больших государствах древности устные формы распространения сведений, актуальные сообщения были малоэффективны и потому всегда шел поиск лучших способов письменного информирования. Античная Греция заимствовала алфавит у финикийцев - торгового народа древнего Средиземноморья [3]. Финикийские купцы передали и опыт монументальной пропаганды: на каменных стелах высекались рассказы о делах правителей, на металле гравировались своды законов. Персидский царь Дарий, как сообщает Геродот, начиная поход на Грецию, поставил «два столба из белого камня, из коих на одном ассирийскими, а на другом эллинскими буквами вырезаны были имена всех народов, коих вел он с собою, а вел он всех, над коими властвовал» [4]. Уже с образованием государства стали писать на покрытых гипсом досках, которые вывешивались на видных местах, использовались папирусные свитки, а также специально обработанная кожа животных - пергамент, названный в честь города Пергама в Малой Азии, где его впервые начали изготавливать во 2 веке до н. э. Первые рукописи создавались и хранились так: «остриями типа шила выцарапывали силлабограммы и другие знаки на глиняных табличках, которые затем сушили на солнце. В тех случаях, когда табличек набиралось много, как, например, во дворцах, их хранили, подобрав по сериям. Иногда их складывали в корзины или перевязывали в пачки, иногда же складывали в деревянные ящики» [5].

В древнем Риме для передачи оперативных сведений и новостей использовались стены общественных зданий, которые покрывались белой краской; на площади около дома верховного жреца выставлялись специально обработанные белые прочные доски: на них писали о правительственных распоряжениях, важных государственных новостях, о благоприятных и неблагоприятных днях, об итогах гаданий по полету птиц и т. д. Далее эти дощатые щиты - таблицы - складывались в архив. При Гае Юлии Цезаре с помощью выбеленных досок,

выставляемых для всеобщего обозрения. Оперативно сообщали о решениях сената. При императоре Августе на досках стали публиковать и светскую хронику [6]. Были и рукописные издания, которые выходили ежедневно и содержали сведения о жизни государства, общественных событиях, войнах, играх и т. д. Созданный по распоряжению Цезаря еженедельник «Комментариус реум новарум» («Записки о новых событиях») переписывали 300 рабов.

Античная культура вплотную подошла к созданию института журналистики, т. е. регулярного оповещения всего населения о повседневных событиях. Но стены и камни, появившиеся папирусные свитки и дорогостоящий пергамент - это были лишь протогазеты, пражурналистские явления, то есть первичные формы обмена информацией (слишком узкий круг читателей и ограниченность распространения «изданий»). На рубеже I и II веков новой эры переживает расцвет римская сатира (Ювенал, Марциал, Лукиан). В раннем Средневековье (V-X веков н.э.) на сознание и поведение аудитории воздействуют нраво-учительные трактаты и проповеди.

Тем временем победное шествие начинает бумага (от итальянского - хлопок): впервые полученная в Китае еще в I-I веках н.э., она оказалась сначала в Японии (VI век), затем уже в X веке через арабских купцов в Европу, сменив там пергамент, а на Руси - бересту.

В 1320 году возле Майнца (Германия) была основана первая бумажная фабрика, что способствовало широкому распространению искусства гравюры (на дереве вырезался рисунок или текст, потом с деревянной плоскости отпечатывали до сотни экземпляров на отдельных листах). Средневековые рукописи украшают заставки, орнаменты, миниатюры. В ходе Столетней войны (1337-1453 гг.) возникают агитационно-пропагандистские воззвания, прокламации, стихотворные и прозаические памфлеты.

Развитие производства, рост товарооборота требовали оперативной передачи новостей, и в крупных городах создаются информационные бюро. Одно из первых было создано в 1530 г. в Венеции, откуда, как уже отмечалось, и пошло в обиход название «газета». В XVI столетии на венецианском рьяльто рядом с лавочкой менялы и золотых дел мастера мы находим особое торговое

осведомительное бюро, цель которого заключается в том, чтобы собирать политические и торговые известия, сведения об ушедших и пришедших кораблях, о ценах на товары, о безопасности дорог, а также о политических событиях и продавать и в копиях заинтересованным лицам. Мало того, образуется даже особый цех «scrittori d'avise» (переписчики новостей), которые вскоре появляются в Риме под названием «novellanti или gazetanti» [7]. Подобные бюро создаются и в других европейских городах.

Но только с изобретением Гуттенбергом печатного станка стало возможным обеспечить оперативность передачи информации и давать ее населению в необходимом объеме. Вторая половина XV века ознаменована повсеместным появлением типографий: Италия - 1465 г., Швейцария -1468 г., Франция - 1470 г., Бельгия, Венгрия, Польша -1473 г., Чехия и Англия - 1482 г., Австрия и Дания -1482 г., Швеция -1483 г., Португалия-1487 г. [8]

На Руси первыми письменными документами стали летописи, а эпос бытовал в форме былин и исторических песен. На рубеже XV-XVI веков творчеством дипломатов Ивана III утверждается светская публицистика. В 1564 году первопечатник Иван Федоров вместе с Петром Мстиславцем выпускает первую печатную русскую книгу «Апостол». Книгопечатным делом особенно поддерживали Борис Годунов и патриарх Иов. В отличие от западных стран, где господствовала частная инициатива, издание книг в России было государственной монополией, причем все книго-

печатание сконцентрировалось на московском Печатном дворе. Правда недолго существовала еще и Верхняя типография в Кремле (1678-1783 гг.), организованная для печатания литературных трудов Симеона Потоцкого - наставника детей царя Алексея Михайловича. Первыми печатными изданиями были книги религиозного содержания, но в последней четверти XVI века начинают появляться и светские издания. Конечно, они не могли заменить собой газету или журнал, призванные освещать важнейшие вопросы современной жизни.

#### Литература:

- 1 Прохоров Е.П. Введение в журналистику. - М.: Высшая школа. 1988. (279 с.). - С. 117.
- 2 Гуревич С.М. Газета и рынок: как добиться успеха. - М.,1994. - С. 8-9.
- 3 Гельб И.Е. Основы изучения письма. - М., 1982. - С.174.
- 4 Геородот. История в девяти книгах. - М., 1888. - С.130.
- 5 Блатовская Т.В. Греческое общество второго тысячелетия до н.э. и его культура. - М., 1976. - С.144.
- 6 Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. Детство и отрочество. - М., 1994. - С.18.
- 7 Бюхер К. Возникновение народного хозяйства. - СПб., 1907. - Вып.11. - С. 13.
- 8 Любинский В. С. Книга в истории человеческого общества. - М.,1972. - С. 118.

Қазақ халқының публицистикасы ежелден бүгінгі күнге дейін әлемдік БАҚ-та ерекше орын алады. Бірақ ежелгі белгілі мемлекеттерде ауызша ақпарат беру ерте дамыды, сондықтан жаңалықтар таратудың жазбаша түрінің тиімділігі үнемі ізденісте болды. Мақалада бірқатар осындай мәселелердің ашылмаған қырлары зерттелген.

The Journalism of the kazakh from ancient times to the present day is an important part of the global media. But in very large states of antiquity oral forms of information dissemination, relevant messages were ineffective, and therefore better ways of written communication always were looked for.

Н. Қадырнязов

#### Императорлық орыс географиялық қоғамының баспасөз органы Кенесары хан туралы сөз қозғайды

Сүлеймен Демирал атындағы университет, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Аңдатпа.** «Орыс Патшалығының Географиялық қоғамы хаттары» атты журналда Патшалық Ресейдің қазақ даласын отарлау және оның тарихи қадамдары жазылды. Сонымен қатар бұл басылымда қазақ жеріндегі ұлт-азаттық көтерілістің тарихы суреттеліп қана қоймай, Қазақстан тәуелсіздігі үшін күрескен соңғы қазақ ханы Кенесары Қасымұлының ерлігі мен батылдығы жырланады.

### Кенесары хан..

Тарихи оқиғалардың көп жағдайда ең бірінші баспасөз бетінде көрініс табатыны бізге мәлім. Біз қарастырғалы отырған шығарма сол тарихи очерктер қатарына жатады. 1903 жылы императорлық орыс географиялық қоғамының баспасөз органы «Записки ИРГО» журналында Н.Я. Коншиннің «К истории Каркаралинского и Аягузского округов в 30-х и 40-х годах XIX ст.» [1] атты очеркі жарық көрген. Бұл тарихи очерк оның «Материалы для истории Степного Края» деп аталатын очерктер цикліне кіреді. Н.Я. Коншин - географиялық қоғамның Семей бөлімшесінің нағыз мүшесі, бірнеше жыл Семей облысы статистикалық комитетінің хатшысы қызметін атқарған.

Автор аталмыш очеркінде XIX ғасырдың 30-40 жылдардағы Қарқаралы және Аягөз округтерінің ашылу тарихына және сол кезең-де қазақ руларының арасында белең алған патшалық Ресейдің отарлық саясатына қарсы қарулы күрестің тарихына жан-жақты тоқталған. Сонымен қатар очеркте келтірілген деректердің ғылыми құндылығы зор, себебі автор ол дерек-терді Семей облыстық Басқарма мұрағаты, Қарқара уездік Басқарма мұрағаттарынан және Омбы қаласында орналасқан Дала өлкесінің Бас мұрағатынан алып, пайдаланған.

Осы кезеңде отарлау саясатына қарсы көтерілісті қазақ сұлтандары Кенесары Қасы-мов, Сыбанқұл Ханқожин, Құдайменді Сұл-танғазин, Көске Орманов, Ниязбек және Мәджік Күшіковтар ұйымдастырып, басқарған.

1839 жылы Батыс-Сібір генерал-губернаторы В. Горчаков қазақтарға қарсы жазалаушы әскер жіберуді ұйымдастыра отырып, «тәртіпсіздердің» өз қалтасынан соғыс шы-ғынын қайтартқызудың арнайы ережесін жасағанын Н. Коншин талдап жазады. Бұл Ережеде «тәртіпсіздікке» қатысқан рулардан үш есе артық салық жинауды, ал егер қарулы қарсылық көрсетсе салықтың көлемін бес есе арттыруды және көтерілісті басуға кеткен қазына шығынын «бүлікшілерден» бөлек өндіріп алуды баса көрсеткен. «Кенесарыға ерген руларды, яғни патша ағзамға бодан болу туралы ант ішпегендерді, егер

патша әскеріне қарсылық көрсетсе ешқандай аямау» жайында арнайы жарлықтар болғанын очерктен көреміз. Ал шекара басқармасының басшысы полковник С. Ладыженский өз жағынан жазалаушы әс-керге мынандай бұйрық береді: «Отряды, по достижении отложившихся волостей, тотчас должны были захватывать почетнейших старшин, биев и волостных управителей, хотя бы силой оружия, если волостью будет оказано сопротивление. Захваченные бии и проч. должны были оставаться заложниками, волости же - направляться на места их обычных кочевок» [1, 7 б.].

Жақсы қаруланған патша жазалаушы әскерінің көтерілісті басуда орасан зор қаталдық көрсеткенін очерк барысынан көреміз. Онда келтірілген деректер бойынша 1839 жылдың 19 мамырында Қарқаралыдан шыққан мұздай қаруланған жазалаушы әскер Шу өзеніне қарай ішкерлеп еніп, жолында кездескен ауылдарды тонап, олардан 12 түйе, 2000 жылқы, 7 сиыр (ұзақ жолға жарамсыз болғандықтан сиыр малын көп алмауға тырысқан. - *Н.Қ.*), 246 қой және 112,5 сом ақшалай контрибуция жинап, олжасын Петропавл бекінісіне жөнелткен. 1839 жылдың

25 маусымында Аягөзден шыққан жүзбасы Жуковтың жазалаушы жасағы Тарбағатай тауы маңында сұлтан Сыбанқұл Ханқожиннің ауылына шабул жасап, оның әйелін және 23 адамды тұтқынға алған. Ауылды тонап 230 түйе, 636 жылқы, 750 бас ірі мүйізді қара және 9800 қой олжалаған. Тұтқындардың Томбы қамалына жөнелтілгенін, біреуінің жолда қайтыс болып, төртеуі қашып құтылғаны туралы деректерді автор тәптіштеп баяндайды. Ал 1840 жылы жүзбасы Ребровтың жазалаушы әскері Бағаналы ұлысының 10 ауылын тонап, 60 жылқысын, 1776 қойын, 70 түйесін және 3 сиырын олжалаған. Жақсы қаруланған патша әскері 1841 жылы сұлтан Құдаймендінің ауылын қоршап, малын тонап, әйелін тұтқынға алған. Осы жерде айта кететін бір жағдай ол патша әскерінің көтеріліс басшыларының еш кінәсіз жақын туыстарын - әке-шешесін, әйел, бала-шағасын, тұтқынға алу, бопсалау әдісін жие пайдаланғандығы. Шал-кемпір

мен бала-шаға ғана қалған, әскери бекініс болып есептелмейтін, қорғансыз ауылға қырғидай тиіп, мал-мүлкін тонап, зорлау әскери орыс-қазақтардың дағдылы ісі болатын. Бұл туралы орыс демократтарымен қатар, неміс марксист-ғалымы Ф. Энгельс те былай деп жазады: «казакам свойственны операции более мелкого масштаба, успех которых обычно выражается в захвате какой-либо добычи».

Патша жазалаушы әскерінің сорақылығын, қаталдығын көрген сұлтан Құдайменді Сұлтанғазин, Сыбанқұл Ханқожиндер Кенеса-рының көрнекті жақтастарының біріне айналады. «Құдайменді сұлтан Бөкей ханның ба-ласы Сұлтанғазының ұлы» [1, 15 б.], - деп автор очеркінде Құдайменді сұлтанның шыққан тегін нақты көрсеткен. Жүзбасы Портнягиннің жа-сағы 1839 жылы 29 шілдеде Сыбанқұл сұлтанды қолға түсіреді. Көптеген жылдан бері оңтүстік қазақтарының толқуын басқарып келген адамның ұсталуы сол өлкені тыныштандыруда зор маңызы болғанын жазады автор. Автор келтірген мәліметтер бойынша сұлтан Сыбанқұл Ханқожин 1841 жылдың 15 маусымында патша абақтысында қаза тапқан.

Очерк барысынан қазақ халқының қарулы қозғалысының себебі олардың құнарлы, суы мол жерлерін патша әскерлерінің тартып алуында, үй және адам басына орасан зор салық салуында екенін аңғарамыз.

Кенесарының жақтастарының бірі болған сұлтан Құдайменді Сұлтанғазин, «Көске Орманов және Ниязбек Көшіков сияқты сұлтандармен бірге Бұхар, Ташкент саудагерлерінің керуенін тонады, барымтамен айналысты» деген сылтаумен ұсталып, Омбы түрмесіне қамалған. Бұл жайында автор былай деп баяндайды: «6 марта 1844 г. Омский Окружной Суд постановил заключение по делу, оставив без внимания приведенного выше жалобы киргиз на следователя Семенова. Согласно заключения Суда подлежали ссылке в каторжные работы султаны Худайменды Газин, Коске Урманов, Ниязбек Кучуков и 12 простых киргиз» [1, 27 б.]. Бұдан әрі 19 қазақтың түрмеде өліп қалғандықтан оларға қатысты сот ісі тоқталғандығы туралы жазылған. Мұрағаттан алынған деректер бойынша ұсталып, түрмеге қамалған кезде сұлтан Құдайменді Сұлтанғазин 37 жаста, Көске Орманов 26-да, ал Ниязбек Күшіковтың жасы бар болғаны 18-де болған. Сұлтан Мәджік Күшіков 1843 жылы абақтыда, сот үкімін шығарар алдында қайтыс болған.

Ішкі Ресейден, Қоканнан, Бұхарадан келген саудагерлер «біздің керуенімізді жолда қазақтар тонады», - деп Шекара Басқармасына арыз жазып, шығындарын бірнеше есе асыра көрсетіп, көтеріліс салдарынан істі болып отырған қазақ азаматтарына жала жауып, «шығындарын» сот арқылы өндіріп алып отырған. Мысалы, Ташкент қаласынан келген саудагерлер «64 781 сом ақша тұратын затымызды қазақтар тонады» деп сот арқылы 8369 қой және 260 сом ақша өндіріп алған, оның ішіндегі 2800 қой Құдайменді сұлтанның ауылынан контрибуция ретінде тартып алынған болатын. Артынан бұл арыздардың өтірік екені белгілі болып, жалған арыз жазушы саудагерлердің үстінен іс қозғалған, бірақ олар судьяларға пара беріп құтылып кеткенін автор қынжыла баяндайды.

Патша өкіметінің отарлық саясатымен келіспеген қазақтар округтің жерін өлшеп, картаға түсіріп жүрген шенеуніктерге шабуыл жасап, олардың жұмыстарына кедергі жасауға барынша тырысқан. Патшалық Ресейге Қазақстан жерінде округ құрғызбауға Қытай империясы да мүдделі болған, бірақ әрине, қазақтардың қамы үшін емес, оларды орыстарға қарсы қою арқылы қазақ жерін көбірек алып қалу ойымен істелген әрекет болатын.

Жаңадан құрылған Қарқаралы округіндегі толқу 1838 жылы шарықтау шегіне жеткен. «В это время действовал против русских Кенесары Касымов, имя которого пользовалось большою известностью среди каркаралинских киргиз»

[1, 3 б.], - деп автор көтерілісті басқарған сұлтандардың ішінен Кенесарыны ерекше атап өтеді. 1841 жылғы мұрағат деректері бойынша көтеріліске жиырма мыңнан астам қазақ қатысқан. Кенесарының әскерінің арасында қатал тәртіп болып, олар жүз сарбазға бөлініп, жүйелі түрде жүзбасыға бағынған және мылтық жасайтын жеті хивалық шеберлері болған. Поляк, украин ұлтынан шыққан әскери тұтқындар сарбаздарды соғыс өнеріне үйреткен.

Н.Я. Коншин очеркінде көтерілісті ұйымдастырған сұлтандардың ішінен К. Қасымов басқарған көтеріліс тарихына ерекше тоқталған. Патша әскерінің қысымына қарамастан Кене-сары қырғыздарды қуып отырып, Алатау тауына дейін жеткен және Шу алқабында өмір бойы қалғысы келіп бекініс тұрғыза бастаған. «Но жить спокойно по самой своей природе он не мог. Даже в такое трудное время, как после бегства с Камала, когда на Кенесары со всех сторон подымались враги, он не оставлял своих широких планов стать ханом всех киргизов», - деп жазады автор.

Қырғыздар мен қазақтардың арасында болып жатқан қақтығысты пайдаланған патша әскерінің қолбасшылары қырғыз манаптарымен (очеркте манаптардың аты-жөні толық келтірілген) келіссөз жүргізіп, оларды *«патша үкіметінің және сіздердің жауларыңыз Кенесарыны бірігіп көзін жоюға»* [1] шақырған.

1847 жылы, бір жағынан, жақсы қаруланған патша әскерінің, екінші жағынан, қырғыз және өзбек жасақтарының қоршауында қалған қазақтың соңғы ханы Кенесары Қасы-мовтың әскері бірнеше күнге созылған кес-кілескен шайқаста жеңіліске ұшырайды, ал өзі жан түршігерлік азапты қорлаудан жан тапсырады. Сол кезеңдегі әскери қолбасшы И. Ф. Бларамбергтің естеліктеріндегі мәлімет бойынша, Кенесарыны қазанда қайнап жатқан қойдың майына шығғырып өлтірген.

Патша шенеуніктері өздерінің негізгі жауы Кенесары ханды өлтіргені үшін қырғыздың манаптарына (Жантай Қарабеков, Қалығұл Алибеков, Қалча Исенбеков және Қажыбек Таштанбеков) алтын медаль, алтынмен өрнек-телген шапан және құрмет грамотасын береді. Өз жағынан қырғыз манаптары Кенесары ханның басын кесіп алып Омбы қаласында орналасқан Шекара Басқармасына жібергенін автор тәптіштеп баяндайды. Қазақ руларын басқарған кей сұлтандардың да Кенесары ханның өліміне байланысты шен-шекпен киіп, мақтау қағаздарымен марапатталып, ақшалай-заттай сыйлық алғанын Н.Я. Коншин өзінің тарихи очеркінде жасырмай көрсеткен.

Кенесарының қандай адам болғандығын, отаршыларға қарсы күресте қандай рөл атқарғанын автордың төмендегі оған берген мінез-демесінен аңғаруға болады: *«Это был выдающийся во всех отношениях человек, далеко стоявший выше таких вождей волновавшихся киргиз, как Худайменды Газин, Сивонкул Ханхо-жин и др. Все они не были способны выйти из узкой сферы родовых киргизских отношений, и только в лице Кенесары Касымова мы встречаем в истинном смысле народного киргизского «героя» мечтавшего о политическом единстве всех киргиз без различия племен и даже орд»* [1, 75 б.].

Орыс географиялық қоғамының 41 жыл бойы (1873-1914 жж.) төрағасы болған атақты географ П. П. Семенов-Тянь-Шанскийдің (1827-1914) Кенесарыны «қазақ даласының ержүрек Метридаты» деп атауы бекерден-бекер емес болар. Тіптен, патша әскери бас штабының офицерлері Н.И. Красовский,

Л.Л. Мейерлердің өзі Кенесарының патша өкіметіне қарсы ұлт-азаттық көтерілісін өз шығармаларында жоғары бағалап, одан кейін жалпы Қазақстанның саяси азаттығы үшін қазақ руларының басын біріктіре алған сұлтанның болмағанын ерекше атап өтеді.

Кенесары хан қаза тапқаннан кейін патша өкіметінің қазақ даласын отарлауда орасан зор жетістіктерге жеткені соншалықты, он жыл өтер-өтпестен аға сұлтандардың билігін жойып, 1822 жылғы «Қырғыздар туралы жарғыны» 1865 жылы жаңа «Ережемен» ауыстыруға қолы жетті. Сөйтіп, ғасырларға созылған хан-сұлтандар билігі жойылып, Қазақстанның саяси аренасына байлар, болыстар, ауылнайлар, старшын мен тілмаштар шықты.

Қазақ руларын Ресей империясына қарсы ұлт-азаттық көтеріліске біріктіре алған ержүрек батыр Кене ханның қаза тапқанына сұлтандар, манаптар мен бектер көп уақыт қуана алмаған секілді. Өйткені оңтүстік Қазақстанды, Орта Азияны отарлауға кедергі болып тұрған бас қарсыласы Кенесары жойылғаннан кейін патша өкіметі 1851 жылы Жетісу өңірінде Верный бекінісінің іргетасын қалауға мүмкіншілік алды, 1860 жылы Пішпек, Токмақ, Әулиеата, Түркістанды, 1864 жылы - Созақ пен Шымкентті,

1865 жылы Ташкентті тез арада басып алып, 1866 жылға қарай бүкіл Орта Азияны өз отарына айналдырып алған болатын.

Очерк барысында көптеген қазақтың бетке ұстар азаматтарының еркіндік, азаттық жолында патша абақтыларында, «ит жеккенге» айдалып көп қорлық көріп, көбісінің сонда қаза тапқанын, отарлау операциясына орасан зор қаржы және жақсы қаруланған, соғыс жүргізу ісіне жан-жақты үйретілген, қатал тәртібі бар әскери күш пайдаланылғанын көреміз. Соған қарамастан қазақ жерін толық жаулап алу процесі бірнеше ондаған жылдарға созылғаны рас. Бұл ойымыздың дәлелін географиялық қоғамның мүшесі полковник Г. Е. Катанаевтың «Н.И. Потанин и его русские предшественники по разведкам в киргизских степях и Средней Азии» деп аталатын мақаласынан да табамыз. Ол былай деп жазады: *«Не без сопротивления и не без борьбы подчинились киргизы русскому управлению. Потомки бывших ханов средней орды и влиятельнейшие из султанов не сразу сложили с себя власть и не сразу перешли к той ничтожной роли, какую они играют в орде теперь»* [2, 201 б.]. Автор қазақ халқының ұлт-азаттық көтерілісінің тарихына қысқаша тоқтала келіп «атақты Кенесары Қасымов» көтерілісті

басқарған кезде көтеріліске Ұлы, Орта, Кіші жүздің руларының қатысқандығын атап өтеді. Яғни хан Кенесары Қасымов басқарған ұлт-азаттық көтеріліс өте көлемді әрі күшті болған және ол орасан үлкен территорияны қамтып, оған қатысқан қазақ руларының саны да, басқа көтерілістермен салыстырғанда, әлде қайда қомақты болған.

Кенесары Қасымов өз заманының ерекше тұлғаларының бірі. Кенесары ханның өмір сүрген феодалдық құрылыс кезінде шашырап кеткен қазақ руларын тек қана үш жүздің ханы болу арқылы бір ортаға біріктіріп, сонынан ерте алатынын ол түсінді. Сондықтан Кенесары «хан болғысы келді», «өзінің пайдасына ең тәуір жайылымдарды тартып алып отырған», «бас көтерулерді тек өзінің таптық, пайдакүнемдік, эгоистік мүдделері үшін пайдаланды» [3, 163 б.], деп бір жақты қарау дұрыс емес екендігін уақыт анықтап беріп отыр.

Тіптен Кенесары Қасымовты оған қарсы күрескен жаулары да, оның ерен ерлігімен қоса дарынды қолбасшылық стратегиясы мен тактикасы үшін құрметтеген және санасуға мәжбүр болған. Бұл туралы С. Угренинов өз кітабында былай деп жазады: *«Несмотря на то, что в российских документах царского времени отряды восставших казахов и назывались «шайками», «бандами», «толпами» и «скопищами»,... тем не менее, хан Кенесары Касымов заслужил у казахов уважение. Казаки, воюя с ним, за его личное мужество,*

*энергию и ум, умение объединить соплеменников в борьбе за свои идеалы, считали его настоящим героем и достойным противником».*

«Өзінің ұлы атасы Абылай хан сияқты, Кенесары да қазақ халқына патша мен Қоқан хандығы жағынан төніп тұрған қауіптің алдын алу үшін халқымды бір ортаға біріктіре аламын деп сенді» [53, 44 б.], - деп жазады профессор М.Б. Олкотт өз еңбегінде Кенесары ханның қазақ тарихында алатын орны туралы сөз қозғағанда.

Бұл жерде айтып кететін бір жай ол Ресей империясының қазақ руларының саяси бірлігінен қорыққандығы, сондықтан олар қазақ даласында хандық биліктің әлсіреуін көздеді, соған мүдделі болды. Бұған Орынбор генерал-губернаторы И.М. Неплюевтің: «Қазақ халқына ең басты ханның болуы пайдалы болмайтыны былай тұрсын, зиянды да болуы мүмкін» [3, 69 б.], - деген сөздері дәлел бола алады.

#### Әдебиеттер:

- 1 Записки ИРГО. - Семипалатинск, 1903. - Вып. I. - С. 1-109.
- 2 Записки Западно-Сибирского отд. ИРГО. - Омск, 1916. - Т. 38. - С. 192-202.
- 3 Қазақ ССР тарихы. 5 томдық. - Алматы, 1982. - 3 т. - 343 б.

В журнале «Записки Императорского Русского Географического общества» освещался ход исторического процесса колонизации царской Россией Казахской степи. Также журнал описывает подробности национально-освободительной борьбы последнего казахского хана Кенесары Касымова за независимость Казахстана. Необходимо отметить, что данный журнал, описывая историю национально-освободительной борьбы казахского народа, тем самым воспевал храбрость казахского хана Кенесары Касымова.

Detail elucidates motion of historic process of colonization tsar Russia in Kazakh steppe is in magazine «Записки Императорского Русского Географического общества». Also magazine describe details of national-liberation struggle of last Kazakh khan Kenesari Kasimov for Kazakhstan's independence.

### Коммуникационные особенности в произведениях публициста М.-С. Бабаджанова

Н. Есхуатова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** В своей статье автор всесторонне анализирует язык и стиль публицистических произведений Мухаммед-Салиха Бабаджанова. В статье встречаются необходимые для коммуникации слова-этнонимы казахского народа, а также фразеологические обороты: архаизмы, историзмы, авторские неологизмы. Рассматриваются с представленными словами проблемы, связанные с коммуникацией языка. И автор всесторонне доказывает особенности коммуникации в словах и предложениях казахского народа.



### Язык. Описание. Размышление.

Можно с уверенностью утверждать, что журналистское мастерство Бабаджанова достойно подражания и представляет собой отдельную, независимую и профессиональную школу.

Язык публицистических произведений Бабаджанова многосторонен и многообразен, подчиняется определенным правилам и нормам. Наблюдается логическое, размеренное изложение темы с использованием классических, выразительных средств коммуникации.

Язык - основное, важное средство человеческого общения, который развивается и изменяется с развитием общества, его жизнью с народоносителем, в данном случае русского языка. И общество не может существовать без языка, как и язык вне общества. Они - взаимосвязаны. В статьях Бабаджанова встречаются следующие элементы языка:

- фразеологические обороты;
- историзмы, архаизмы;
- авторские неологизмы.

К *фразеологическим оборотам* относятся следующие выдержки из очерка «Заметки киргиза о киргизах»: «Вот трудности и препятствия, с которыми киргизы борются *на пути своего развития!*». Или «Родственники покойного, зная, что этот мальчик некоторое время обучался у муллы, заставили его прослужить умершему отходную молитву. Он исполнил это далеко не в точности, и *дело сошло тем с рук*: проверить было некому» [1].

Само собой разумеется, то, что в произведениях Мухаммед-Салиха встречаются такие элементы языка, как: *историзмы* и *архаизмы*. Но прежде чем приступить к анализу исторических материалов публициста, приведем определение данных элементов языка: «*историзмы* - слова или устойчивые словосочетания, означающие исчезнувшие реалии. *Историзмы* могут относиться к глубокой древности, или к недавнему прошлому. *Историзмы* относятся к пассивному словарю, но, в отличие от архаизмов, не имеют синонимов в активном словаре» [2].

В статьях Бабаджанова были обнаружены следующие *историзмы*: *тебеновочные невзгоды*, *ломовые извозчики*, *Ставка (ханская)*, *укрючная* и др.

«*Архаизмы* - слова, вышедшие из активного употребления, но сохранившиеся в пассивном словаре и в большинстве своем понятные носителям языка, устаревшая лексика или заимствованная из

иных языков»/3/. Например, в статье публициста «Лошади и их испытания во Внутренней киргизской орде»: *кавалерийский ремонт*, *аршин*, *конка*, *версты*, *пуд*, и другие.

В произведениях Мухаммед-Салиха можно отметить *авторские неологизмы* в этой статье о лошадях: «*стопобедный*» - непобедимый», «*огневые глаза*» - «глаза с искрой» и другие. «*Неологизмы* - слова, значения слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз в каком-либо тексте» [3].

В основном, в статьях речь ведется от третьего или от первого лица. Но прежде следует отметить, что виды текстов в произведении делятся на следующие:

1. *Повествование*. 2. *Описание*. 3. *Размышление*.

1. «Скоро ожидаем возвращения Карла Ивановича (председатель Временного Совета по управлению внутренней киргизской ордой -Фон Герн). Он повез к новому генерал-губернатору очень много проектов и представлений по делам нашей орды» [4].

2. «На северной части этих песков (Нарын-Пески) встречается еще кое-какая лесная поросль. Беспощадно истребляемая... Каменистых гор тоже не имеется, зато почти вся степь состоит из волнообразных песчаных холмов и углублений» [5].

3. «Мне думается, что, наделив земельными угодьями всех отставных и многих служащих чиновников (всякого оружия - М.С.Б.), вместо части производящегося ими ныне денежного содержания, во-первых, государство сберегло бы много денежного капитала, а во-вторых, побольше пустило бы на разработку» [5].

Особенности журналистского мастерства публициста - работа с *фактом*. А *факт*, как известно, «объективные сведения, отражающая реально происходящее, это данные о человеке, о его делах, различные цифровые показатели и т. д.» [6]. Бабаджанов в своих статьях представляет *факт* и комментирует его в прошлом, настоящем, будущем, например в статье «Лошади и их испытания во Внутренней киргизской орде». Автор рассуждает, что раньше к лошадям относились более ответственно и особое внимание в прошлом уделяли скакунам. В настоящее время, как замечает автор, происходит упадок в разведении и подготовке тулпаров к скачкам. А в будущее, автор с надеждой взирает с большим оптимизмом, надеясь на то, что правительство уделит должное внимание и приложит большие усилия ради процветания коневодства.

В своих публицистических произведениях Бабаджанов широко использует *метафоры, метонимии, олицетворение и крылатые выражения*. Например: *собрались за кумысом чаем (метонимия); киргиз, как утопающий в море, хватается за соломинку (метафора); вкусивший плоды просвещения (метафора)* и другие [7].

Мухаммед-Салих Бабаджанов использует в своих творениях великое множество прилагательных, порой оригинальных: «*укрючная лошадь*», «*стопобедный конь*», «*ожесточившийся*», «песок и в глубине был *сыпучий*, но твердо улегшийся, и одинакового с верхним слоем *желтовато-красного* цвета, как это бывает на всех барханах» [8].

*Авторская позиция* публициста такова, что он выступает как участник событий (другие позиции: *автор «за кадром» и автор-рассказчик*). Хотя порой бывает автором рассказчиком. В качестве *автора-свидетеля, участника* Бабаджанов выступал в репортаже «Охота во Внутренней киргизской орде»: «Я стоял почти на самой середине острова, следовательно, на некотором возвышении, с которого было очень хорошо следить за ходом охоты» [9].

Важнейшая деталь в произведениях Бабаджанова - это акцентирование внимания на описываемом объекте и разъяснение. Что лишнее доказывает: публицист является не просто очевидцем событий, а в первую очередь, он - журналист, досконально изучающий все происходящее вокруг, фиксирующий, документирующий и доносящий все это до читателя и общества.

Стилистика соответствует духу того времени: «Большая часть земель, занимаемых киргизами Внутренней, или Букеевской орды, составляют сыпучие пески, известные под именем Нарын Пески, производящие самую скудную растительность. На северной части этих песков встречается еще кое-какая лесная поросль, беспощадно истребляемая с каждым годом киргизами и их скотом. Природа бедна здесь во всех отношениях, озер или рек вовсе не существует. Каменистых гор тоже не имеется, зато почти вся степь состоит из волнообразных песчаных холмов и углублений. Воду везде достают из колодцев, которые легко раскапываются во впадинах песчаных барханов. Грунтовая вода, встречаясь на глубине от % аршина до 1,5 сажени, почти везде пресная исключая мест, примыкающих

верст на 50 к Каспийскому морю, где уже вода горьковато-соленая» [9].

Коммуникационная связь - язык публикации, соответствующий определенному времени, в котором живет публицист, журналист. Иначе, между автором статьи и читателями нарушается взаимное понимание и согласованность. В выше представленной статье такие слова, как «% аршина», «1,5 сажени», «верст» и т.д., для того времени - начала 19 века, были вполне понятны и общеизвестны, в то время как в нашем 21 веке данные слова устарели и вызывают у читателей недоумение и непонимание.

В следующем материале также встречаются слова - коммуникационные средства, которые также в современном мире не могут быть представлены в статьях, например: «На соляном участке я преимущественно пользовался в смежных с ордоу лиманах: Тургай, Сарбастау и Са-маркуль. Но я получил сведения, что эти лиманы навсегда прирезаются к орде взамен земель, уступаемых отсюда под солевозную дорогу в слободу Владимировку. Лиманы эти и другие части соляного участка, поступая в распоряжение Ордынского управления, я полагаю, что будут отводимы в пользование нуждающихся киргизов» [10]. В данной статье присутствуют слова, требующие разъяснения для читателей нашего времени, но вполне понятные для киргизского и русского населения 19 века.

Проблема изменения языковых коммуникаций, происходящая на протяжении веков, требует досконального изучения, так как ряд слов со временем теряют свою значимость и актуальность. Слово, как известно, - единица языка, а язык, который со временем теряет свои единицы и при этом приобретает новые обороты речи, как известно, трансформируется в язык, не имеющий глубоких корней, и со временем смешивается с другими языками.

Актуальность языка определенного народа со временем может утратиться и представляет собой проблему в общении внутри самого народа, таким образом, возникает обезличивание языка.

Согласно данным Международных исследований лингвистических центров, со временем существует угроза исчезновения языков малых народов. А языки более многочисленных народов подвержены смешению с другими языками.

Мухаммед-Салих Бабаджанов, будучи публицистом, писал информационные материалы в основном на русском языке, так как в совершенстве им владел, однако и на казахском языке, как известно, он писал интересные статьи, которые впоследствии были опубликованы в казахской ташкентской газете «Дала уалаятының газеті».

Всестороннее наблюдение публициста статей Мухаммед-Салиха Бабаджанова доказывает, что тематика материалов обширна и богата разнообразными словами и оборотами, подчас выстраиваясь в определенную стилистику языка того времени. Слова-этнонимы интересны сами по себе тем, что самобытны и имеют национальную окраску.

Некоторые слова звучат даже где-то по-новому в наше время, представляя собой интересное сочетание набора слов.

В начале XIX века наиболее интересны были разговорные обороты речи среди не только казахского народа, но и малых народов, например, Мухаммед-Салих Бабаджанов часто упоминает то, что в казахской степи жили татары, каракалпаки, ногайцы. Малые народы, общаясь между собой и с другими нациями, употребляли слова из своего родного языка, которые со временем внедрялись в язык казахского народа. Следует учитывать и тот фактор, что казахи стали сами вступать в браки с теми же татарами, и в результате, последующее поколение имело возможность общаться не только на казахском языке, но и на языке своего второго родителя. Татарский язык, как русский, также постепенно начал входит в обиход общения народов, в том числе татарские традиции и обычаи внедрялись в интернациональных семьях. Порой, как отмечает Бабаджанов, язык татарский стал употребляться в среде торговли и во время заключения сделок. В то время как русский язык использовался во время судебных разбирательств и оформления судебных бумаг. Порой казахский народ, оказываясь в щепетильном положении, будучи, не зная русского языка, боялся вообще оказаться в роли истца или обвиняемого. Простые люди считали, что не стоит ввязываться в судебные дела. А попасть под следствие считали божьим наказанием. Бумажная волокита и бюрократические проволочки усугубляли нелегкое положение казахского народа, который в большинстве своем не знал русского языка. Толмачи (переводчики) того времени были полубразованными и порой

неправильно переводили слова участников судебных разбирательств, и в результате, русские судьи, не правильно истолковав слова толмачей, неверно выносили судебные приговоры.

Одной из проблем языковой коммуникации того времени являлось написание писем-кляуз. Доносы писали друг на друга, и на бедняков, в основном обеспеченные представители казахского народа, а точнее от их имени писали те же толмачи. М.-С. Бабаджанов отмечает, что доносы писали беспрерывно, даже когда одного судью заменяли другим. Одной из причин написания доносов того времени была барымта, которая процветала в казахской степи. Джигиты одного аула угоняли лошадей из чужого аула, И спустя какое-то время противники из чужого аула отбирали своих лошадей, и по ходу, заодно могли прихватить и чужих лошадей из аула противников.

Доносы как снежный ком из месяца в месяц копились в конторах судебных представителей, которые были написаны не только с фактическими неточностями, но и в языковом плане неверно.

Таким образом, в XIX веке языковые особенности представляли собой следующее: использование слов архаизмов, историзмов, авторские неологизмы, слова-этнонимы, заимствованные слова из татарского, ногайского языков, а также на правильное использование русского языка в личных интересах отдельных обеспеченных людей. Мухаммед-Салих Бабаджанов, как публицист и общественный деятель пытался выявить и представить на суд общественности проблемы того времени. Как отмечает публицист, вся проблема была в том, что народ не был образованным - не знал русскую речь и письменность. Только некоторые представители казахского народа, главным образом представители богатых сословий в совершенстве владели русским языком. И это было не на пользу казахскому народу в целом.

Публицист Мухаммед-Салих Бабаджанов в своих статьях отмечал наиболее важные события в жизни казахского народа Западного Казахстана, которые проходили через призму языковой коммуникации.

#### **Литература:**

1 *Бабаджанов М.-С.* Заметки киргиза о киргизах: очерк / газета «Северная пчела». - № 4.

- 1861.
- 2 Лингвистический энциклопедический словарь. - М., 1990. - С.204.
- 3 *Бабаджанов М.-С.* Заметки киргиза киргизах: очерк / газета «Северная пчела». - № 4. - 1861.
- 4 *Бабаджанов М.-С.* «В Императорское Русское географическое общество», статья // Деятельность. - № 109. - 1968.
- 5 *Бабаджанов М.-С.* Внутренняя киргизская орда // Деятельность. - № 127.- 1870.
- 6 Мастерство журналиста, МГУ, 1987. -С.122.
- 7 *Бабаджанов М.-С.* О каменной бабе, найденной в киргизской степи // журнал Этнографический сборник. - Вып. VI. - 1964.
- 8 *Бабаджанов М.-С.* Охота во внутренней киргизской орде // Журнал Охоты. - № 1-2. - Январь. - 1871.
- 9 *Бабаджанов М.-С.* В императорское русское географическое общество // Ученый архив Г.О., раздел 67, оп. 1, д.4. л. 2-3.
- 10 *Бабаджанов М.-С.* Во Временный Совет по управлению Внутреннею киргизского ордою // ЦГА РК, ф.78, оп.2, д.1470. л.1-2.

Автор өзінің бұл мақаласында Мұхаммед-Салық Бабаджановтың көсемсөз шеңберіндегі тіл және стилін жан-жақты қарастырып дәлелдейді. Коммуникация жағынан қазақ халқы қолданатын ерекше сөздері фразеологиялық тіркестер: архаизм-дер, тарихи сөздер, авторлық неологизмдер кездеседі. Берілген сөздермен байланысты тілдің коммуникациялық мәселелері көрсетіледі. Автор қазақ халқының тілдік коммуникациясын жан-жақты қарастырады.

The author elucidates the creative work of M.-S. Babadzhanov, and comes to light of this famous kazakh publicist, and analyzes language and style of the given publicist. In article are available the words-etnonims of the Kazakh people and set phrases, for example: archaisms, historicism, author's neologisms. In article it is written about problems of language communications. And the author proves features of communication and analyzes language problems of Kazakh people.

4-  
бөлім

Раздел 4

Section  
4

Шеберлік мектебі

Методика мастерства

Methodology of skill

### Категория дистанционности в журналистских текстах

К. Камзин

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

**Аннотация.** В предлагаемой статье автор, опираясь на теоретические установки известных ученых, рассматривает феномен дистанционности в журналистике с нескольких адресных точек. По его мнению, наряду с объективным сканированием, существует и субъективное освоение этой формы познания. Следовательно, дистанцирование, с одной стороны, - это отстраненность от неприемлемого чего-то, неприятного кого-то; с другой - автономизация свободы личности и взглядов, стремление к независимому мышлению в не свободной среды. Определение дистанции

на практике, по утверждению исследователя, связано еще и с психологическим восприятием человека таких контрастов, как приязнь/неприязнь, привязанность/отчуждение.

### **Феномен дистанционности.**

Понятие дистанции по своей сути неотделимо от осязаемого нами пространства и времени, т. е. к нему по определению приложима физическая номенклатура измерения. И эти узнаваемые обозначительные черты могут быть конкретного визуального или умозрительного характера. Заметим, в современных спортивных репортажах или сообщениях комментатор четко констатирует то, что спортсмен имярек сумел пробежать сто метров за девять целых, восемь сотых секунд, а в площадно-событийных репортажах - столкновение общественных отношений, увеличение дистанции между бедными и богатыми слоями населения и т.д. Надо признать, что о таком разнообразном раскладе жизненного пространства писали в своё время немецкий социолог, один из основоположников конфликтологии Георг Зиммель и французский философ Пьер Бурдьё. Именно в контексте подобных метаморфоз явственно просматривается некий соединительный шов расстояния (пространства) и времени, который и указывает на направление и динамику всего и отдельного процессов. С понятиями удаление и приближение связаны не только физическое составляющее человека, но и реакция природы на антропогенные притязания. Есть возможность на этот контент взглянуть с кон-структива следующего жанрового текста: «Буря бушевала над Петербургом, как возвращенная молодость. Редкий дождь хлестал в окна. Нева вспухала на глазах и переливалась через гранит. Люди пробегали вдоль домов, придерживая шляпы. Ветер хлопал черными шинелями. Неясный свет, зловещий и холодный, то убывал, то разгорался, когда ветер вздувал над городом полог облаков», - то это - уже не стандартная конкретика, а поэтично-философское размышление о природе, времени и человеке, художественное фиксирование исчезающих точек [1, 282.]. Такой же заряд, на мой взгляд, заложен в авторском рассуждении, о том, как «русским читателям, не привыкать чтить писателей, которые любили Россию издалека. Гоголь и Тургенев нередко нуждались в удалении от родины, чтобы воспламениться ностальгическим зарядом» [2]. Другими словами, пространственное удаление, духовная эмиграция личности, стремление к расширению коммуникационного пространства, поиск на чужбине общественного признания тоже

ассоциируется в некоторой степени с дистанцированием от национального реализма и автохонного гнезда. А если увязать дистанционное отдаление с историческими феноменами, то такую судьбу на стороне избрали для себя Абу-наsr аль-Фараби, Захирадин Мухаммед Бабур, Махмуд Кашгари, Мухаммед Хайдар Дулати, Мустафа Чокай и многие другие высокородные и высокочтимые деятели культуры - выходцы из кипчакских степей. Их бывшее географическое переселение, как ни странно, стало и их современным триумфальным социально-культурным возвращением в родную стихию, возвращением через многие годы, через много веков. Как говорили древние мудрецы, remember, esto memog.

Дистанцирование, с одной стороны, - это отстраненность от чего-то неприемлемого, кого-то неприятного, с другой - автономизация свободы личности и взглядов, стремление к независимому мышлению в обременительной среде. Подолгу проживающие в отдалении от Родины, за рубежом, поэт и ученый О. О. Сулейменов, писатель и знаток тюрко-монгольской цивилизации М. М. Магауин, хорошо знают, что творческий профессионализм копится и на расстоянии, и когда становится возможным, он обязательно выстрелит. Эти интеллектуалы, конечно, никогда не забывают, что любое табу - это искусственное ограничение конкуренции и поэтому некоторые готовые жанровые формы они хранят в депозитариях своей памяти.

Согласно платоновской «притче о пещере» и ее истолкованию Мартином Хайдеггером, человек поставлен в своем бытии к сущему так, что видит не весь познаваемый мир в целом, а лишь функционирующие перед его взором тени тех видов, которые в просвете истинного бытия остаются у него за спиной. Он стеснен такой мотивированностью, но сыздавна привык к ней. Освобождение от этого плена для него и окружающих равносильно революции. Тем более, что поворот к свету за спиной, а далее и выход из пещеры ослепляет человека, вызывая резь в глазах. В этом слепящем клюфте становится страшно. «Переходы из пещеры в дневной свет и оттуда обратно в пещеру требуют каждый раз изменения

привычки глаз от темноты к свету и от света к темноте».

Платон делает акцент на важности медленного и постепенного привыкания телесного ока, являющегося метафорой души в целом, к свету и к темноте. Правильность взгляда разумного ока требует правильной направленности души, а это, в свою очередь, предполагает принятие всем телом соответствующего положения.

Вот такое личностное восприятие света и тьмы, притягивание к себе былой реальности отмечено в эссе яркого журналиста-аналитика К. С. Смаилова, посвященное Ануару Алимжанову и Олжасу Сулейменову - духовно близких ему персон и успешно творивших в сложносочиненную эпоху, латентных оппозиционеров к коммунистической действительности, во многом не разделявших ее идеологических и идейных концептов. Если у А.Т. Алимжанова и О.О. Сулейменова неприятие советского позитивизма выражалось в выдвигании на передний план национального, тюркского и восточного содержания, то у К. С. Смаилова преобразование общественного мышления - это энергичная апелляция к качественно иному будущему, т.е. своевременное внедрение модерна и инноваций в сознание просвещенного авангарда.

Известный публицист, один из креативных участников строительства культуры в Казахстане, К.

XXI век растревожил покой социума, расширил возможности информационного обмена, по-своему решил проблему научно-культурного общения, интенсивного освоения иного ментального формата. Иначе говоря, глобальная интервенция неумолимо проталкивается почти по всем направлениям общественной жизни, ее активизация напрямую связана с экономическими и культурологическими намерениями Западной цивилизации. Но всеобъемлющее мульти-культурное пламя, как отмечают сами апологеты западофилов, за последние годы начало медленно угасать. Таким образом, многовековая общечеловеческая практика снова подтвердила, что у демократии западноевропейское лицо и она всегда крепко привязана к национальной почве. Паллиатив по этому тракту, однозначно, не проходит.

Да, отечественная журналистика стала более открытой иностранному влиянию, а по сему нашей национальной прессе нужен качественный рынок. Учитывая всевозрастающую актуализацию этой проблемы и в свете обязательных инструкций, ученые-гуманитарии, во чтобы это не стало, хотят прорваться за кордон. Все желают стать

Смаилов, свойственной только ему манере видения окружающего мира выхватывает с почтительного расстояния многомерного потока событий самые выигрышные моменты и образы типа: «Заседания в киностудии всегда проходили в творческой атмосфере. На одном студийном заседании я написал на клочке бумаги следующие слова: «Чем отличается Олжас от Ануара? Ануар считает себя виноватым перед всеми людьми, а Олжас считает всех людей виноватыми перед ним».

Если они иногда и не сходились характерами (многие даже их специально стравливали), то, когда дело касалось истории страны, сложных судьбоносных коллизий народа, они наперекор всему приходили к единому мнению. Потому что очень уважительно относились к своему народу и очень высоко ценили его. Когда разговор шел именно об этом, всякое наносное, никчёмное отсеивалось, забывалось» [3, 136]. Естественно, в авторском смикшированном размышлении о товарищах, о себе четко вырисовывается т.н. эффект транскрипции, в результате которого за скобками неизбежно остаются неписьменные компоненты речи - интонация, смех, мимика, жесты, зрительная коммуникация - т.е. все то, что не позволяет неподготовленному читателю отличить живую речь от написанного текста.

первооткрывателями, все ищут незанятые ниши, даже несколько не задумываясь о том, востребованы ли их исследования по литературе и общественным наукам там, на Западе. Ведь ментальность, ценностные ориентации, постоянное обращение к собственной культуре и истории - критерии сугубо национальные. И не считаться с этой данностью никак нельзя.

Виртуозно играя на этих контрапунктах, некоторые деятели от масс-медиа снисходительно-менторским тоном заявляют, что наша/ваша школа журналистики находится в роли догоняющего. Так могут говорить только те интербарчуки, которые имеют о ней весьма отдаленное представление и в силу своей глухоты к ее речению не способны глубоко вникнуть в проблематику и стилистику национальной публицистики. Абсолютно ясно также, что самодостаточная казахская журналистика не может и не обязана говорить со своим народом на английском, французском или на других языках мира. Другое дело, когда журналисты-международники успешно работают за рубежом, оперативно передавая на родину актуальные новости и социально значимые факты.

Журналистика не должна еще уподобляться мессии, указывающей самые легкие пути преодоления социально-общественного кризиса. Об этом в достаточно убедительной форме писал в свое время К. Смаилов: «Некоторые руководители требуют от журналистов, чтобы они не ограничивались голый критикой недостатков, а рассказывали о способах их искоренения, указывали пути их преодоления. Если журналист на данном этапе смог бы найти легкие пути преодоления экономического кризиса, тогда он бы сидел не в редакции, а в доме правительства. Каждый обязан быть на своем месте и заниматься своим делом. Журналист убедительно и доказательно должен отстаивать правду, не идти на компромисс с несправедливостью (согласитесь, это не совсем легкая ноша!), а искоренение имеющихся недостатков - это прямая обязанность руководителей правительства» [4, 47]. Эти черты, несомненно, были присущи самому автору этих строк, который любил писать не только убедительно, но и убежденно.

Факты получают осмысленность в свете их отнесения к ценности, т.е. осмыслению различных возможностей их видения действующими субъектами. Именно ценностная интерпретация, по Максиму Веберу, учит понимать соответствие факта и его мыслительной обработки, раскрывает перед исследователем то, что смутно и неопределенно «ощущается». В ходе такой интерпретации вовсе не нужно выносить какое-либо оценочное суждение. Мы находим фактическое свидетельство тому, о чем здесь говорит немецкий историк культуры М. Вебер, у Ануара Алим-жанова, писателя, публициста, общественного и государственного деятеля: «Я знаю и люблю стихи Рудаки. И меня вдруг взволновала мысль о том, что, быть может, я сижу на том самом месте, по которому тысячу лет назад проходил сам великий Устод.

Его окружали эти горы. Так же шумели сады, так же буйствовала река, и орлы так же беззвучно носились в небе. Только следы Устода на тропинках и дорогах уже скрылись в пыли веков. Но их можно оживить в своем воображении и попробовать пройти по ним, бережно снимая покрывало с тех далеких дней, как влажный ветер в полдень тихо снимает сонливость со старого цветка.

Поэт любил цветы. Любил розы. Наверное, тогда было много роз в садах. Да и сейчас их немало. Вон они пылают меж яблонь» [5, 22].

Если М. Вебер ставит вопрос о доказательстве причинных соотношений между фактами, вычлененными из бесконечности наблюдаемых явлений, то А. Алимжанов превращает это в возможную практику, максимально приближая к нам

средние века, при этом не обращаясь напрямую к причинно-следственным сведениям. «Конечно, достигается это не посредством простого «наблюдения», - пишет ученый, - во всяком случае, если под этим понимать лишнее всяких предпосылок мысленное «фотографирование» всех происшедших в данном пространственно-временном отрезке физических и психических процессов, даже если бы это было возможно». Непосредственная наглядность исторического факта претерпевает в контексте веберовского рассуждения парадоксальную метаморфозу: она должна быть мысленно представлена иной, чем есть на самом деле. Более того, что есть событие «на самом деле», проясняется только после ухода от фактичности в знание о нем. Следовательно, факт превращается в рассудительную действительность.

Чтобы очистить сам факт от оболочки, О. Сулейменов всегда стремится оторваться от «массовой фактичности». Этот отрыв начинается уже при построении им пространства переменных и завершается расчетом опорных тенденций и взаимосвязей. В одном из своих изысканий он говорит, что «наша история - в слове, которое может стать археологическим материалом, документальным свидетельством присутствия этноса в глубокой истории... Римский историк Тацит (I в. н. э.) говорит о кочевниках, обитавших в низовьях Дуная и степях Северного Причерноморья. Называет их *jazyges*. В Большом Латинско-русском словаре это слово переводится - *языги*. Вернее, перевели не слово, а окончание мн. числа - *es*. Считаю перевод удачным, потому как, возможно, и в оригинале значилось это окончание, правильно понятое и переведенное Тацитом на латинский. Если тюркское *jazyk* - «степь», «равнина» (от *jaz* - «разглаживай», «разравнивай») в славянском получило семантическое развитие

- «степняк», тогда множественное число превращало слово в этноним-кличку *jazyk-i* > *jazygi*

- «степняки» [6, 46-47]. Здесь, как мне кажется, лингвистические персоналии означают не наблюдаемую величину, а тип социальных явлений. Таким образом, у О. Сулейменова главенствующая абстракция превращает индивидуальное явление - т.н. живую фактичность - в событийную точку. В этом заключается существенное ограничение научного метода, составляющего, как показали неокантианцы, контраст «наглядной представляемости действительности». Начало рационального дистанцирования от «живого» во имя самого живого утверждалось ими не только для

отрицания чувственной трактовки истины либо плоского и поверхностного описания повседневных происшествий, но, прежде всего, во имя познания самого живого.

По утверждению неокантиста Генриха Риккерта, только тот может быть назван культурным человеком, кто в состоянии подавить в себе ритм жизни. Поэтому он и настаивал на высылке реальности за пределы разума, намеренно не замечая жизненных всплесков и старался спастись от него расстоянием. Согласно его теории, лишь понятие ценности дает возможность отличить культурные процессы от явлений природы. Понятие ценности позволяет нам выделить из множества индивидуальных предметов действительности нечто цельное, отделить существенное от несущественного. «Лишь отнесение к ценности определяет величину индивидуальных различий. Благодаря им мы замечаем один процесс и отодвигаем на задний план другой. Ни один историк не интересовался бы теми однократными и индивидуальными процессами, которые вызываются Возрождением или романтической школой, если бы эти процессы благодаря их индивидуальности не находились в отношении к политическим, эстетическим или другим общим ценностям» [7, 315-316]. Понятие культуры - это некоторая целостность, в которой историческое познание отделяет существенное от несущественного. Исследователь выделяет, таким образом, кроме понятия бытия, понятие ценности, которое находится как бы наравне с бытием. Ценность - это нечто, которое существует, это «смысл, лежащий над всяким бытием». Более того, область ценностей не только находится вместе с бытием, дополняет его, но и, согласно Риккерту, в определенном смысле противостоит сфере бытия. Он пишет, что мир состоит из действительности и ценностей, рассматривает ценности как некое «совершенно самостоятельное царство, лежащее по ту сторону субъекта и объекта» [8]. Определение дистанции, на мой взгляд, связано еще и с психологическим восприятием человека таких условностей, как приязнь/неприязнь, привязанность/отчуждение.

Известно, что линейная методика измерения расстояния характеризуется одномерностью, не-

прерывностью, упорядоченностью и необратимостью, его движение воспринимается в виде длительности и последовательности процессов и состояний окружающего мира. В связи с этим можно выделить концептуальную дистанцию, относительно к сфере объективно существующего внешнего мира, и чувственно-образную - к сфере восприятия реальной действительности отдельным человеком.

Современная публичная журналистика активно работает в среде динамического реализма, ей свойственна временная дискретность, т.е. способность воспроизведения наиболее существенных фрагментов, отрезков жизни. Отбор этих эпизодов определяется эстетическо-познавательными намерениями автора. Таким образом, в большинстве случаев реальное время намного длиннее публицистического. В этом проявляется закон журналистской экономии, дистанционновременного сжатия, искусственного секвестирования подлинного расстояния и времени.

#### Литература:

- 1 Паустовский К.Г. Золотая роза. - М.: Советский писатель, 1983. - 368 с. - С. 282.
- 2 Беляева Т. Ирландец вне Ирландии // Литературная газета. - 8-14 февраля 2012.
- 3 Смаилов К. С. Жеті қыр, бір сыр // Әнуармен Ол-жас. - Алматы: Атамұра, 2000. - 224 б. - 136 б.
- 4 Мұртаза Ш., Смаилов К. Елім саған айтам, ел басы сен де тында. - Алматы: Қазақстан, 1998. 176 б. - 47 б.
- 5 Алимжанов А. Собрание сочинений. Том третий. - Алма-Ата: Жазушы, 1990. - 512 с. - С.22.
- 6 Сулейменов О. Тюрки в доистории. О происхождении древнетюркских языков и письменностей. - Алматы: Атамұра, 2002. - 320 с. - С.46-47.
- 7 Риккерт Г. Границы естественнонаучного образования понятий. - М.: Наука, 1997. - 532 с. - С. 315-316.
- 8 [www.gumer.info>bogoslov\\_Buks/Philos/FilosFers](http://www.gumer.info/bogoslov/Buks/Philos/FilosFers)  
. Риккерт Г. О понятии философии; Логос.

Танымал ғалымдардың қисындарына сүйене отырып, мақала авторы журналистикадағы арақашықтық феноменін әрқилы тараптардан қарастырады. Оның ойынша, танымның аталмыш пішінін объективті хаттамалаумен қоса, оны субъективті иге-



ру де бар. Демек, арақашықтық, бір жағынан, қош көрмейтін әлденеден, жағымсыз әлдебіреуден аулақ жүру болса, екінші жағынан, тұлға еркіндігі мен пікірінің оңашалануы, бейеркін ортада тәуелсіз ой толғауға ұмтылу. Зерттеушінің пайымдауына, іс жүзінде арақашықтықты айқындау адамның жақтыру/жақтырмау, жақындық/алыстық сияқты психологиялық қарама-қайшылықтарды қабылдау мүмкіндігіне байланысты.

In this article the author, based on the theoretical setting of famous scientists, examines the phenomenon of remoteness in journalism from several targeted points. According to him, along with objective scanning, there is a subjective development of this form of knowledge. Consequently, one hand the distancing is dispassionateness from unacceptable from something unacceptable, from unpleasant someone, on the other hand it is individual freedom and autonomy of views, the desire for independent thought outside of the free environment. Determination of the distance, in practice, according to the researcher, also connected with the psychological perception of a person of such contrasts as affection / dislike, attachment / alienation.

## **Герменевтический круг и художественный хронотоп в литературных и журналистских произведениях**

Н. Кенжегулова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** В данной статье рассказывается о применении мастерами пера в литературных и журналистских произведениях уникального приема - художественного хронотопа, который во множественном плане составляет герменевтический круг. В статье описан герменевтический круг, который построен из измененного ритма прозы. Он применяется журналистских жанрах: очерки, эссе, политический портрет, в сатирических жанрах - фельетонах и памфлетах. В статье рассказывается о специфике жанров журналистики.

### **Герменевтический круг. Художественный хронотоп.**

Интерпретация или герменевтика издревле привлекала исследователей художественных произведений. Герменевтика - это, во-первых, толкование сложнейших по смыслу и структуре текстов, например библейских писаний, текстов Корана, во-вторых, это интерпретация одной и той же темы в различных понятийных плоскостях, например, легенда о Галатее отображена как в пьесе Бернарда Шоу [1], так и в фильме «Моя прекрасная леди». Это художественный прием, при котором герои произведений могут находиться поочередно в различных временных и пространственных измерениях. Из основной фабулы таких журналистских или литературных произведений и может складываться так называемый герменевтический круг. Следует сразу отметить, что при наличии герменевтического круга невозможно чисто линейное повествование. Наблюдаются частые переходы как во Времени, так и в Пространстве. Например, в цикле очерков Василия Пескова «Гажный тупик» [2] наблюдается присутствие подобного герменевтического круга. Автор, описывая жизнь семьи Лыковых в течении сорока лет, которые они провели в изоляции от цивилизованного человеческого общества в глухой таежной чаще, часто переходит от прошлого в

настоящее и, наоборот, чем и достигается создание герменевтического круга.

Феномен Времени и Пространства является неотъемлемым аспектом интерпретации художественного текста. И вообще, Время и Пространство как в литературных, так и в журналистских произведениях являются объектами интерпретации, так как в результате творческих действий автора претерпевают различные трансформации.

Время и Пространство как философские категории, так и физические объекты обладают как объективными, так и субъективными свойствами. Например, в философии Время-Пространство делится на три вида [3]:

1. Реальное - в нем конкретно существуют, развиваются и сменяют друг друга реальные объекты и процессы.

2. Концептуальное - это абстрактная хроногеометрическая модель, служащая для упорядочения идеализированных событий, которые можно представить следующим образом:

а) отражение реального Времени и Пространства на уровне понятий (концептов), имеющих одинаковый смысл для всех людей;

б) виртуальное Время - это время, представленное в компьютерных сетях.

3. Перцептуальное Время - условное сосуществование и смена человеческих ощущения и других психических актов субъекта (имеет два уровня - сон и гипноз.). Кстати, известный русский ученый-психолог С. Кандыба выделяет и третий уровень - СК (состояние Кандыбы), в котором человеческое сознание может подвергаться кодированию.

Но в любом случае: «... перцептуальное Время-Пространство является определенным отображением реального Пространства-Времени» [4].

Истинным мастером пера издревле считался тот писатель, который мог совершить в своих произведениях герменевтические операции с Временем и Пространством на уровне интерпретаций. То же самое можно сказать и о мастерстве журналиста. «Интерпретация или герменевтика - от греческого слова *истолковать, комментировать, разъяснять* - это искусство толкования, учение о принципах их интерпретации» [5]. Интерпретации совершаются несколькими приемами. Один из них - это изменение ритма прозы, что может происходить во время смены повествовательного ритма, а также при помощи какого-либо объекта, который наталкивает героев или автора на воспоминания о прошлом. При этом вовсе не используются слова «вспомнил», или «вспомнила».

Феномен интерпретации Времени-Пространства разрушает средостения между прошлым, настоящим и будущим, открывает пути для отображения героя или ситуации в любых обстоятельствах времени и места, устанавливает почти неограниченные хронологии и пространственные перемещения. По утверждению исследователей, это «высший пилотаж» истинного мастера пера [6].

В русской литературе еще А. С. Пушкиным были открыты всевозможные операции со Временем. Оно у него то «останавливалось», то «растягивалось», то «сокращалось». Исследователь Б. С. Мейлах рассказывает о способах «микроанализа быстротекущих переживаний», о всевозможных психических изменениях, о «прихотливом сочетании временных пластов», и все это, по его мнению, делается для более художественного отображения жизни и для воплощения в произведениях тонких душевных переживаний.

В повести А.П.Чехова «Степь» [7] Время меняется удивительным образом в едином ритме с

Пространством. Наблюдается ритмичность многослойности повествования и необыкновенная динамичность эмоциональных состояний. В этой повести, по определению Б.С. Мейлаха, Время то убыстряется, то как бы «застывает», а порой не только земля кажется окаменевшей, но и Время остановившимся. И все это подчинено раскрытию дисгармонии современной действительности и вместе с тем показа извечного стремления человека к гармонии.

В статье «О типологии пространственно-временных отношений в сфере искусства» Р.А. Зобов и А.М. Мостопаненко пишут: «... произведения искусства - это особый тип реальности, существующий, в отличие от других типов реальности, в виде трех слоев или сфер, каждая из которых локализована в Пространстве и Времени особого типа. В реальном (физическом) Времени и Пространстве оно представляет собой обычный материальный объект, вещь наряду с другими вещами; в перцептуальном выступает в виде некоторой модели определенного класса реальных или мыслимых ситуаций, и, наконец, в концептуальном - в форме художественного образа» [8]. В данном случае перцептуальное Время кажется чем-то нереальным, несуществующим, но оно в любом случае является отражением реального Пространства и Времени. Просто тут налицо интерпретация многих факторов, при которых и происходят определенные изменения и преобразования. И при этом все эти герменевтические преобразования происходят при участии человеческого фактора, проходя через его воображение, через его сознательные миры. Таким образом, преобразуются, интерпретируются в перцептуальную плоскость Времени Пространства. Неповторимость, уникальность, оригинальность любого художественного произведения заключается именно в том, насколько сильно было модифицировано Время и Пространство в перцептуальной реальности. И этих перцептуальных реальностей столько, сколько и человеческих индивидуальностей во Вселенной.

Когда в произведении происходит переход из одного Времени-Пространства в другое, он совершается за счет изменения ритма повествования, а стыкообразующим моментом того перехода может служить какая-либо вещь, явление или событие, которое зачастую бывает

неприметным. Эти «переходы», «сжатия» или «растяжения» Времени вследствие изменения ритма и есть художественный хронотоп.

М. М. Бахтин, считающийся одним из первооткрывателей герменевтики, выделяет определенные операции художника с Временем-Пространством, называя их термином «хронотоп».

Художественный хронотоп присущ и журналистским произведениям. Например, в очерках известного писателя и журналиста Ануара Алимжанова он незримо присутствует в большом многообразии. В очерке (позднее переделанную в повесть) «Трон Рудаки» наблюдается локализация интерпретируемых событий в трех Пространственно-Временных измерениях. Тут использован, во-первых, пространственно-временной сюжет, во-вторых, этот переход достигается при использовании художественного хронотопа. Там представлено настоящее время - время написания произведения Ануаром Алимжановым,

Время жизни главного героя - поэта Ру-даки и побочная линия, тоже в прошлом - отображение судьбы поэтессы Робии [9]. Описание трех временных измерений фактически в одном и том же Пространстве и составляет герменевтический круг. Очерк написан эстетической прозой, и прием художественного хронотопа способствует расцвечиванию очерка более сочными красками, более рельефному отображению трехмерного Пространства в настоящем Времени.

У великого кыргызского писателя Чинги-са Айтматова как в его литературных, так и в ранних журналистских произведениях, опубликованных на страницах газет «Правда», «Известия», наблюдается использование художественного хронотопа и наличие герменевтического круга. Например, в его очерке о женщине-чабане Телегей Сагимбаевой [10] (возможном прототипе Толганай из его повести «Материнское поле»), написанном и опубликованном в то время, когда он работал собственным корреспондентом газеты «Правда», можно найти несколько хронотопов, и в самой повести, когда Толганай рассказывает о своей нелегкой судьбе тоже многократно использован прием художественного хронотопа [10]. Также в его репортаже «Трасса над облаками» [11], в котором автор рассказывает о прошлом и затем переходит в

настоящее Время, использован прием художественного хронотопа.

В книге - сборнике эссе известного казахстанского писателя и публициста Герольда Бельгера «Тихие беседы на шумных перекрестках» можно проследить использование художественного хронотопа. Публицист, рассказывая о событиях прошлого и настоящего, используя прием художественного хронотопа, «переносит» своего героя в разные Пространственно-Временные измерения, умело интерпретируя факты, мастерски используя типичные речевые характеристики героев - легендарных личностей из анналов отечественной истории, и оперируя «герменевтическим кругом» [12].

Публицист применяет очень оригинальный прием - разговор с памятниками. Такое в литературе использовал А.С. Пушкин в поэме «Дон Жуан», когда главный герой разговаривает с памятником, но там преобладает мистика. У Бельгера очень специфическая речевая характеристика героев, позволяющая поверить в реальность происходящего, ведь у него каждый герой говорит своим «собственным языком». Например, ни с кем нельзя спутать язык Чо-кана Валиханова - интеллигента и аристократа до мозга костей, или язык Жамбыла - просторечный говор пожилого, но очень одаренного от природы акына. Характерна речь Мухтара Ауэзова, присущая талантливому писателю, ученому, пылливому от природы гениальному человеку, или же Абая - философа, акына и мудреца.

В каждом из этих эссе именно с началом диалога с памятником связан переход в другое Временно-Пространственное измерение, незримо, но ощутимо меняется ритм прозы, что означает присутствие художественного хронотопа. И весь диалог с каждым из героев прошлого, с памятником в настоящем времени, и составляет герменевтический круг в произведении.

Художественный хронотоп также интересен тем, что развивает гибкость мышления человека и способствует наиболее масштабному размышлению о временных отрезках времени. Гибкость мышления индивидуума, помимо получения ассоциативных приемов подачи информации, также тесно связана с получением представления о многомерности Времени и Пространства, который позволяет преодолеть косность и, казалось бы, нерушимые стереотипы, мешающие прогрессу и созиданию.

Художественный хронотоп, умело используемый в литературных и журналистских произведениях, помогает также более полной характеристике действующих лиц, более полному отображению среды обитания и окружающей обстановки. Он помогает отобразить мастеру пера особенность того исторического отрезка времени, той эпохи, в которой происходят события

Следует отметить, что прием художественного хронотопа используется в таких блоках журналистских жанров, как информационные: в репортажах, интервью; художественно-публицистические: в очерках, эссе, политическом портрете, а также в таких сатирических жанрах, как: фельетон, памфлет. Например, в романе-памфлете французского писателя Анатоля Франса «Остров пингвинов» [13] можно наблюдать применение большого количества хронотопов, и соответственно, нескольких герменевтических кругов.

Использование художественного хронотопа и умелое создание писателем или журналистом герменевтического круга доказывает то, что он является непревзойденным мастером пера, что он владеет особым искусством отображения реально происходящих событий в разных Пространственно-Временных измерениях.

Мақалада публицистік және әдеби шығармаларда қаламы қарымды хас шеберлердің пайдаланатын әдістері - көркем хронотоп және герменевтикалық шеңбер жайында айтылады. Бұл әдістер журналистік шығармалардың түрлі жанрларында пайдаланылады. Атап айтқанда, көркем-публицистикалық жанрлар: очерк, эссе, саяси портреттерде, сатиралық жанрларда, фельетон, памфлеттерде хронотоптың ерекшеліктері нақты көрсетілген.

In article is analyzed the method art chronotops which is used in literary and journalistic works. This innovative method is used in journalism and literature and proves true skill of authors. In article is described the Hermenevtic circle. The Hermenevtic circle is constructed of the changed rhythm of prose. It is applied journalistic genres: sketches, an essay, a political portrait, in satirical genres -feuilletons and lampoons. In article it is told about features of genres.

### Ш. Нургожина

#### **Журналистика и бизнес: проблемы взаимодействия**

*(Из опыта повышения журналистского мастерства)*

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 316.77:001.8; 070:001.8

**Аннотация.** Автор статьи рассматривает теоретические и практические вопросы повышения журналистского мастерства, в частности, журналистов, работающих в деловой и экономической прессе. О проблемах подготовки журналистов шел разговор на IV Медиа Курултае, проходившем в Алматы в ноябре 2011 г.

#### **Литература:**

- 1 Шоу Б. Избранные произведения. - М., 1992. - С. 56- 142.
- 2 Песков В. Таежный тупик. - М., 1989.
- 3 Философский словарь. - М., 1989. - С.78.
- 4 Ритм, пространство и время в литературе и искусстве. - Л., 1974. - С.46.
- 5 Энциклопедический словарь. - М., 1992. - С. 89.
- 6 Мейлах Б. С. Проблема ритма Пространства и Времени в комплексном изучении Творчества. - Л., 1974. - С. 8.
- 7 Чехов А.П. Собрание сочинений. - М., 1989. - С. 66-82.
- 8 Пространство и Время в художественных произведениях. - М., 2007. - С. 96.
- 9 Алимжанов А. Пылающее копьё. - Алматы, 1978. - С. 102.
- 10 Айтматов Ч. Избранные произведения. - М., 1988.
- 11 Айтматов Ч. Трасса над облаками // Правда, 12 января 1961 г.
- 12 Бельгер Г. Тихие беседы на шумных перекрестках. - Алматы, 1996.
- 13 Франс А. Остров пингвинов. - М., 1989.

Журналисты и представители крупнейших компаний, таких, как «КазМунайГаз», «КазХром», «Казахстанская фондовая биржа», «Казкоммерцбанк» и др., обсудили за Круглым столом проблемы дальнейшего сотрудничества.

### **Журналистика и бизнес.**

*В последнее время высказывается много претензий к молодым журналистам, выпускникам факультетов и отделений журналистики университетов. Речь идет даже не столько о профессиональном мастерстве, сколько об элементарной грамотности наших выпускников. Проблема подготовки журналистов - проблема общезначимая, она, как капля воды, отражает все многообразное состояние отечественных масс-медиа, их боли и болезни. Но, как выяснилось, претензии есть не только к начинающим журналистам. Так называемые заказчики, работодатели, представители крупных корпораций имеют претензии ко всем средствам массовой информации. Так, на IV Медиа Курултае (октябрь 2011 г.) был проведен Круглый стол на тему «Публичность и СМИ. Новые стандарты деловой журналистики», на котором представители ведущих деловых изданий республики и руководители пресс-служб крупнейших компаний высказали друг другу претензии и пожелания. По итогам работы этой встречи были выработаны рекомендации от обеих сторон.*

Как известно, подготовка специалиста в любой сфере деятельности в стенах классического университета подразумевает как минимум две базовые составляющие: теоретическую и практическую. Теоретическая база выпускника университета, какой бы степенью полезности в реализации профессиональных задач не обладала, всегда характеризует уровень подготовки специалиста и нацеливает его на стратегические задачи, как свои личные, так и организации или фирмы, в которой он работает. Практическая же составляющая в рамках высшего образования носит весьма замоделированный характер и дает лишь самые общие представления о будущей профессии. Это, в первую очередь, касается подготовки журналистских кадров. Поскольку абсолютно точно произвести атмосферу реальной редакции современного средства массовой информации в аудиториях и лабораториях вуза не удастся при всем стремлении. Просто потому, что существует так называемый обязательный государственный образовательный стандарт, который студент, обучающийся по определенной специальности, обязан пройти и который включает массу

дисциплин, включенных в список всех желающих иметь диплом о высшем образовании. Однако компенсировать часть потерь практических часов при обучении будущих журналистов, несомненно, удастся.

За последние несколько лет требования к журналисту, особенно журналисту делового тематического издания, в условиях жесткой борьбы за место на информационном рынке, за читателя и рекламодателя неизмеримо возросли. Причиной этому стали темпы развития в целом экономики государства, постоянно возникающие на рынке новые газеты и журналы. В нашей стране, и это совершенно очевидно, средства массовой информации выдвигают высокие требования к журналистам, в том числе и к начинающим, то есть выпускникам университетов, что требует от студентов и преподавателей журналистики работы над профессиональным мастерством.

Концептуально основное требование к журналисту, работающему в качественной деловой прессе, сформулировали авторы популярной книги «Профессия - журналист» Т. Засорина и Н. Федосова: «На любой факт или событие деловой журналист обязан смотреть глазами своего читателя: менеджера или финансиста, специалиста по недвижимости или персоналу. Соответственный подбор тематики и угол ее освещения. Стиль письма в деловом издании строг так же, как и деловой костюм: никаких словесных рюшей и оборотов, недомолвок и двусмысленностей. Отношение к точности и выверенности информации - максимально строгое: во-первых, желающих вашими руками подложить свинью конкуренту предостаточно (в «Рейтер» иногда говорят: «Лучше быть вторым, но достоверным»); а во-вторых, ваши читатели и рекламодатели по долгу своей работы, как правило, умеют отстаивать свои права в суде, так что в случае вашей оплошности, пропущенной «мимо ушей да на полосу» редактором, газете (и вам лично) придется немало попотеть, а то и заплатить за это» [1].

На встречах журналистов разного уровня постоянно ведутся дискуссии, посвященные повышению профессионального уровня журналистов. Так, на IV Медиа Курултае (октябрь 2011 г.) был проведен Круглый стол на тему «Публичность и

СМИ. Новые стандарты деловой журналистики», на котором представители ведущих деловых изданий республики и руководители пресс-служб крупнейших компаний высказали друг другу претензии и пожелания. По итогам работы этой встречи были выработаны рекомендации от обеих сторон. Все рекомендации были высланы ведущим вузам Казахстана, в которых осуществляется подготовка журналистских кадров.

Представители крупнейших казахстанских компаний, таких, как «КазМунайГаз», «Каз-Хром», «Казкоммерцбанк», «Казахстанская фондовая биржа» и другие неоднократно подчеркивают, что им приходится по несколько раз в неделю, а иногда и чаще общаться с журналистами. И, к сожалению, это общение не всегда плодотворное. Чаше оно не приносит профессионального удовлетворения ни той, ни другой стороне. Причем, сами бизнесмены, безусловно, заинтересованы во внимании средств массовой информации к их деятельности. Они с удовольствием читают всю отечественную деловую прессу, не скрывают, что именно казахстанские деловые газеты, такие, как «Панорама», «Деловая неделя», «Бизнес и власть» и другие, являются для них бесценным источником деловой информации. Они, конечно же, заинтересованы в сотрудничестве. Но на практике не всегда журналисты и бизнесмены находят общий язык.

Пресс-службы компаний накануне ответственных мероприятий или отчетных периодов готовят пресс-релизы и рассылают их во все СМИ. Но именно после рассылки пресс-релизов и поступает огромное количество вопросов из редакций. Наступает так называемый этап непонимания.

О чем же просят бизнесмены журналистов?

Первое и довольно распространенное замечание, которое высказывают деловые люди к журналистам, - это четко формулировать вопросы. Увы, журналисты, задавая вопрос, не всегда четко себе представляют, о чем хотят спросить. В вопросах много лишних слов, большое вступление, часто в одном несколько вопросов и т.д. Бизнесмены - люди дела, четкость и ясность вопроса больше предрасположит их к ответу. И наоборот.

Большинство компаний просят журналистов в практике общения с ними использовать три языка. Это связано с тем, что руководители многих

крупных казахстанских компаний - иностранцы, англоговорящие менеджеры. Кроме того, всю информацию, которую они дают СМИ, они, как правило, дублируют во многие разноязычные газеты и журналы. В большинстве публичных компаний существуют также определенные правила раскрытия информации, и журналисты должны знать, почему в этой связи компании не могут давать эксклюзив.

Однажды столкнувшись с вольной трактовкой фактов или формулировок, компании уже будут очень настороженно вести себя с журналистами. Поэтому они просят всех представителей СМИ осторожно обращаться с формулировками, не делать выводов от имени руководства, отличать домыслы от официальной позиции компании.

Журналистам следует понимать, что компании не могут комментировать деятельность конкурентов, поэтому не надо задавать вопросы о конкурентах, это неэтично.

Наконец, самое главное. Журналистам следует помнить, что, прежде чем обратиться с вопросами непосредственно в компанию, нужно посмотреть всю информацию, имеющуюся в открытом доступе, к примеру, инвесторские презентации. Читать и изучать их внимательно. Многие ответы на вопросы в них уже есть. Внимательно изучать сайт компаний. Обращаться за комментариями по общим вопросам рынка в лоббистские организации - АФК и т.д. Научиться работать с «эмбарго», это облегчит задачу самого журналиста и повысит уровень доверия к нему.

В свою очередь, журналисты, не находя необходимой информации у представителей компаний, занимаются «самотворчеством», что ведет к подаче недостоверной и необъективной информации. Страдает медиарепутация издания, обижаются «герои» публикаций и т.д. По оценке журналистов, такой очень интересный параметр открытости отечественных крупных компаний для прессы составляет 7 баллов из 10. Информационная закрытость промышленных, добывающих, финансовых «монстров» ведет к социальной напряженности в обществе, доказывают журналисты.

При рассмотрении проблем мастерства в деловой прессе исходной позицией выступает действие объективных факторов и условий, в которых работает специалист. Для работников средств массовой информации это социально-

экономическая ситуация, политическая организация общества, тип социального управления, степень правовой организации информационной и издательской деятельности и т.д. Немаловажное значение имеет, безусловно, и ряд субъективных факторов, среди которых главными выступают степень квалификации и умение журналиста. Поэтому в теории журналистики прослежено взаимодействие мировоззренческой позиции и способы деятельности журналиста, дающие возможность выявить совокупность профессиональных методов, обеспечивающих необходимый уровень мастерства [2]. При этом, как нам представляется, основное качество текстов, написанных для средств массовой информации, обозначается словом «публицистичность».

Со стороны СМИ были высказаны более десятка рекомендаций конструктивного и реального характера. Так, например, если речь в пресс-релизе идет о региональных предприятиях или мероприятиях, к которым нет доступа, то журналисты предложили визуализировать факты, выставлять на сайте фото, видео и т.д. Нынешнее поколение журналистов рассматривают Интернет как первоисточник любой информации, и для них, конечно, важно, была ли данная информация в Интернете или нет. Визуализация информации - важный компонент объективности и достоверности. Поэтому высказанная рекомендация нашла поддержку у обеих сторон.

Представители СМИ поддержали предложение о создании на сайтах компаний путеводителя для журналистов - более подробное изложение информации по определенному вопросу. Наряду с другими рекомендациями, отметим лишь еще несколько. В частности, в компаниях должна быть выработанная «система замещений и согласований» (в противном случае, при отсутствии PR-специалиста или пресс-секретаря в офисе, работа со СМИ просто прекращается); координация ответов на вопросы СМИ, зачастую, очень сложный и долговременный процесс в компаниях. Это влияет на качество работы. Надо сделать его максимально простым и быстрым.

Много претензий со стороны журналистов высказывалось по поводу очень низкого качества переводов текстов на казахский язык, особенно годовых отчетов («читать их просто невозможно!»).

В целом, журналисты не просто заинтересованы в сотрудничестве с компаниями. В условиях быстрорастущего рынка, экономики в целом, журналисты не всегда успевают отслеживать новые инновационные подходы в решении экономических проблем. В связи с этим журналисты выдвинули ряд требований к публичным компаниям ввести целый комплекс регулярных тренингов и образовательных программ, регулярных брифингов для работников СМИ.

Таким образом, внедрение в программу обучения будущих журналистов практических задач, стоящих перед выпускниками факультета журналистики, их решение в ходе учебного процесса, решает ряд проблем совершенствования подготовки специалистов. Первая - ясность требований работодателя. На рынке рабочей силы востребованность журналистов достаточно высока. Многие редакторы газет хотят, чтобы выпускник журфака сразу брался за освещение серьезных экономических проблем и работал в качестве аналитика. Безусловно, завышенное требование, но оно в какой-то мере обоснованно, поскольку жесткость конкуренции не дает время вчерашнему студенту, а нынешнему специалисту - на «раскачку». Внедряться в рабочий процесс следует немедленно и профессионально.

Учитывая этот фактор, уже в университетской аудитории приходится моделировать будущую ситуацию и готовить студентов к возможным профессиональным рискам.

Анализируя современные способы так называемой интеллектуальной коммуникации и передачи информации, следует отметить, что журналисты не просто ретранслируют информацию, а творчески отбирают, перерабатывают ее, находят форму, обеспечивающую наиболее быстрое и прочное ее усваивание. Кроме того, в современных СМИ заложена потенциальная возможность создания в будущем специальных средств обратной связи с аудиторией, включающих технические устройства в виде информационно-поисковых систем и автоматизированных хранилищ [3].

В связи с этим следует акцентировать внимание на проблеме определения статуса информации и на урегулировании отношений в сфере ее обмена. Экономические сведения все больше приобретают коммерческий характер, становятся объектом купли-

продажи, основой финансовой и профессиональной деятельности обществ, организаций, предприятий.

В условиях функционирования казахстанской журналистики все большее значение, на наш взгляд, приобретают экономические сведения как основа профессиональной деятельности субъектов рыночных производственных отношений. Эти сведения, собранные и обработанные журналистами, опубликованные в специализированных периодических изданиях и составляют содержание деловой прессы Казахстана.

Рассматриваемый экономический аспект общественной жизни чрезвычайно разнообразен, функционирует масса секторов экономики, и все они требуют регулярного освещения и анализа в средствах массовой информации. Правильно предостерегают опытные журналисты о том, что желание познать все в наше время может привести к нерациональному расходу времени и сил. Поэтому важно помочь будущему журналисту выбрать «свой» отдельный сегмент и, изучая его более подробно и глубоко, стать докой в освещении проблем своей специализации.

Экономическая пресса содержит в основном информацию так называемого стратегического плана, предполагающую размышление и преобразование деятельностного сознания и поведения. Как правило, журналистский текст в СМИ обращен к практике читателя, обычно в нем дается интерпретация реальной социальной или экономической проблемы. Логическую основу произведения составляет специфически журналистское истолкование отражаемой проблемы и путей ее разрешения, т.е. особого типа знание смысла развивающихся событий. Публицистическое произведение в своей формально-содержательной определенности и внутренней завершенности выступает как материальный носитель этого особого вида знания: читатель как бы извлекает из текста то, что может использовать в практической деятельности. О мастерстве журналиста в данном случае свидетельствуют острота постановки проблемы, очевидность аргументации, оригинальность и действенность рекомендаций, яркость и прогностическая направленность «образного ориентира».

Деловая журналистика требует компетентности от журналистов, полного понимания существа проблемы, о которой идет речь. На наш взгляд, именно данный вид специализации может позволить

профессионалу подтвердить тезис о том, что современный уровень подготовки специалистов для информационной деятельности не может оправдать поверхностного, дилетантского подхода в освещении реалий нашей жизни. Мастерство журналиста может проявиться в полноте, разнообразии, оригинальности, новизне, общезначимости и практической приложимости элементарных выразительных средств воздействия на сознание и поведение читателя.

Трудно удержаться от реплики в сторону появляющихся статей в некоторых газетах о качестве подготовки журналистских кадров. Много критики, много нареканий к уровню грамотности молодых журналистов. Так, газета «Central Asia Monitor» рассказывает историю о том, что так и не решила вручить специальную стипендию для самого талантливого и самого трудолюбивого студента журфака КазНУ по той простой причине, что такого не нашлось на факультете. Но верно замечено: «Ситуация в журналистском цехе является отражением более общей картины или, как модно сейчас говорить, тренда. В том смысле, что депрофессионализация всех сфер жизни общества не могла обойти стороной и нашу профессию» [4].

Однако будем справедливы, процесс обучения на факультете в общем и целом носит обоюдный характер: учатся не только студенты, учатся и преподаватели. В наш чрезвычайно коммерциализированный век невозможно будучи обучающим, поучающим и преподающим, то есть человеком за кафедрой, за трибуной быть абсолютно серой и неподготовленной личностью. Такого не потерпят те, кто заплатил деньги и пришел в вуз получить не просто корочку диплома, но и профессию, которая должна кормить всю жизнь.

Начальные этапы творческого процесса в профессиональной журналистской среде принято называть «сбором фактов». Однако стоит внимательно присмотреться к лаборатории любого опытного журналиста, как станет ясно: слова «сбор фактов» далеко не исчерпывают того, что происходит на этой стадии деятельности. Осознанный, целенаправленный поиск информации о текущем состоянии того или иного фрагмента действительности в обязательном порядке присутствует в любом творчестве журналиста.

Современная реальность, характеризующаяся значительным количеством источников и ситуацией выбора в условиях сосуществования в одном



информационном пространстве однотипных изданий, безусловно, способствует совершенствованию журналистского мастерства на стадии выбора темы и поиска фактов. Соглашаясь в принципе с журналистской позицией о том, что каждый новый материал приходится писать «с чистого листа», следует подчеркнуть, что тот самый запас знаний о ситуации и процессах дает преимущество профессионалу и сразу позволяет распознать новичка в теме в случае отсутствия таких знаний. Эту мысль сформулировал журналист-экономист Тулеген Аскар: «Некоторое время тому назад бытовало суждение, что любой достаточно опытный журналист может без труда переквалифицироваться, например, на финансовые темы. Но теперь стало очевидным, что та же финансовая сфера настолько усложнилась и развивается к тому же быстрыми темпами, что без специальной подготовки не справиться с грамотным ее освещением».

Под грамотным освещением экономических процессов в деловой прессе надо понимать создание таких текстов для СМИ, в которых бы соразмерно сочетались аналитический подход, убедительная аргументация при помощи цифр и других данных, а также публицистичность как «яркая образная форма

движения мысли». Назвать одну газету или журнал в Казахстане, уже достигших такого удачного сочетания, на данный момент представляется затруднительным. В публицистическом постижении действительности проявляется не столько сила конкретных знаний, сколько сила интеллекта, наделенного философской широтой и критичностью мысли, жизненная позиция - сопереживание и способность в частном увидеть общее, типичное.

### Литература:

- 1 Засорина Т., Федосова Н. Профессия – журналист. - Ростов н/Д: Изд.Феникс, 1999. - С. 264.
- 2 Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста. - М.: Мысль, 1985. - С. 26.
- 3 Шишкина М.А. Радиовещание в системе экономического информирования крупного промышленного центра: Автореф... канд. филол.н. - Минск, 1991. - С.9.
- 4 Кенже Татия. Точка невозврата. Почему падает качество подготовки журналистов? // Central Asia Monitor. - 17-23 февраля 2012.

Мақала авторы журналистік шеберлікті жақсартудың теориялық және практикалық мәселелерін, атап айтқанда, іскерлік және экономикалық баспасөзде қызмет істейтін журналистердің мәселелерін қарастырады. Журналистерді даярлау мәселелері туралы 2011 жылы қараша айында Алматы қаласында өткен IV Медиа Құрылтайда айтылған болатын.

«ҚазМұнайГаз», «ҚазХРОМ», «Қазақстандық қор биржасы», «Қазкоммерциялық банк» сияқты ірі компания өкілдері мен журналистер т.б. дөңгелек үстел басында болашақтағы ынтымақтастық мәселелерін талқылады.

The author of article considers theoretical and practical questions of increase of journalistic skill, in particular, the journalists working in a business and economic press. There was a conversation on IV Media Kurultae passing in Almaty in November, 2011, about problems of preparation of journalists.

Journalists and representatives of the largest companies, such as «KazMunajGaz», «KazHrom», «the Kazakhstan stock exchange», «Kazkommertsbank», etc. behind a round table have discussed problems of the further cooperation.

### Қ. Мысаева

#### Ғылыми журналистиканы оқытудың негізгі мәселелері

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77:001.8; 070:001.8

**Андатпа.** Мақалада ғылым тақырыбына ақпараттар дайындау үшін қолданылатын ғылыми журналистиканың ерекшеліктері қарастырылады. Жалпы алғанда, ғылыми журналистика дегеніміз ғылыми зерттеулерді ғылыми тілден қарапайым тілге мағынасын жоғалтпай «аудару» болып табылады. Соңғы жылдары ғылымның қарқынды дамуына байланысты ғылыми ақпараттар көлемі артып, қоғам өмірінде ерекше маңызға ие болуда және ғылыми ортамен бұқаралық ақпарат құралдарының өзара байланысы нығаюда.

### Кеңейтілген және ғылыми ақпарат.

Соңғы жылдары қоғамда ғылымның маңызды рөл атқаруына байланысты ғылыми жаңалықтар саны қарқынды өсуде және ғылыми бірлестіктер мен бұқаралық ақпарат құралдары арасындағы байланыс артып отыр. Қоғамның негізгі осы екі «тірегінің» әдістемесі арасындағы айырмашылық, атап айтқанда, олар-ды шынайы түрде дамыту жолдары біршама қиыншылықтарға әкеліп соқты. Журналистика таңғажайып және қызығушылық теорияға жақын болса, ғылым факті мен эмпирикалық өлшемдерге баса назар аударады.

Ғылыми журналистика қоғамдық форумға арналған тақырыптағы ғылым туралы ақпаратты беру үшін есептілік өнерін пайдаланатын журналистиканың филиалы болып есептеледі. Ғылым жайлы білімдердің бұқаралық ақпарат құралдары арқылы байланысы қазіргі таңда жаңадан дамып келе жатқан ғылым әлемі мен бұқаралық ақпарат құралдары арасындағы ерекше қарым-қатынасты талап етеді. Бұл - ғалымдар мен жаһандық коммуникацияның жалпы мақсатты аудитория арасындағы жаңа қарым-қатынастарын қалыптастыру. Бұл үшін жаңа басымдылық дәстүрлі маркетингпен салыс-тырғандағы айырмашылығы тарту маркетингіне жуық келеді.

Ғылыми журналистиканың басты міндеті - ғалымдармен белгілі бір формада дайындалған нақты, кеңейтілген және ғылыми ақпаратты беру, бұқаралық ақпарат құралдарының тұрақты орташа тұтынушыларын ақпаратпен танысты-ру арқылы оны түсіндіру және бағалау. Ғылым тақырыбында жазатын көптеген журналистер өздері өткен ғылыми пәндерді толығымен қамтамасыз етпейді. Олардың кейбіреуі журналист болғанға дейін ғылым саласында білім алған немесе ғылыми пәндер туралы жазбаша фор-мада таланттарын танытқан болу керек. Соған қарамастан, сұхбатқа жақсы дайындалу керек екенін ұмытып кетеді немесе «Адамдар үшін көше қандай мағына береді» деген секілді қарапайым сауалдар жалпы мақсатты аудиторияға арналған материалдарда қолданылады.

Ғылым саласында жазатын журналист-тер ғылыми жаңалықтар туралы жалған ақ-парат береді деген сынға жиі ұшырайды. Мә-селен, әлемдегі ауа-райының өзгеруі туралы жарияланған материалдар мен ғылыми бір-лестіктер арасындағы қарама-қайшылық шы-найы өмірдегі жағдайдан да зор. Ғылыми зерт-теу деректері, тестілеуге арналған

және ол дәлелденбеген қағида емес, сондықтан пікір-лердің туындауы заңды көрініс.

Ғылым саласына жаңадан келген журналистер алғашқы тәжірибеден кейін-ақ оған деген қызығушылықтары оянады: мәселен, өкпе ауруына қарсы ойлап табылған жаңа дәрі туралы естіген журналисте мен бұл туралы жазуым керек деген ой туындауы заңдылық. Жаңа оқиға - қызықтыратын құпия. Ғылым туралы сәтті материал жазу қызықты тақырып табумен шектелмейді. Күрделі мәс-елелерді түсіну және оны мазмұнына сәйкес беру қажет, себебі кейбір ғалымдар қара-пайым ғана сұхбат бере алмауы мүмкін. Журналистика қоғам өмірінде ерекше рөл атқарушы маңызды кәсіп болып табылады. Сондықтан журналист қызметі фермер, саясат-кер, дәрігер немесе ғалым секілді өте маңызды.

Қызметтің әртүрлілігіне байланысты ба-сымдылықтар да әртүрлі болып келеді. Сондықтан әрдайым ғылым саласына жа-затын журналист ғалым емес журналист екенін естен шығармағаны абзал. Сонымен қатар журналистің аудиторияға көп нәрсені түсіндіруі қажет екеніне қарамастан, оның қызметі мұғалім емес екенін ескеру керек. Журналист оқырман көңілінен шығатындай етіп жазуы қажет болғанымен, әдеби қаламгер емес екенін ұмытпауы тиіс. Журналистің міндеті аудиторияны тиімді және қолайлы тәсілдер арқылы ақпараттармен қамтамасыз ету, даулы мәселелерге талдау жасау, яғни «журналистиканың қоғамның қырағы иті» қызметін атқару. Мұнда журналистің редакция-да тұрақты жұмыс істеуі немесе штаттан тыс тілші немесе редактор, басшы не болмаса тілші қызметін атқаруына қарамастан кәсіби журналист ретінде қоғамға маңызды қызмет көрсетуі қажет.

Егер ақпарат рыногын қызықтыра алма-са таңғаларлық оқиғаның өзі жақсы қабыл-данбайды. Ғылым саласына жаңадан жазып жүрген журналистер редакторға жариялауға ақпарат нарығының сұранысына ие емес немесе бұл жарияланымға қатысы жоқ тақы-рыптарды ұсынады. Көп жағдайларда терең зерттелген ғылыми жұмыстың нәтижесі мер-зімді басылымдарда жарияланған немесе әуе толқынынан берілген болуы мүмкін. Сон-дықтан осы тақырыпқа қатысты қандай жаңа-лықтар жарияланғанын анықтау керек. Егер жарияланған болса ол материалдардан қалайша ерекшелендіруге болады? Ақпарат жай жаңалық ретінде ғана берілген бе, жоқ пікірталас түрінде ме?

Журналист, сонымен қатар мақаланы қандай түрде дайындау керек немесе эфирге қалай беру керек екенін ойластыру керек. Егер журналист жай ғана ақпарат түрінде немесе әңгімелей отырып, оның мазмұнына сәйкес беру форма-сын таңдаса жаңалықтар ең тиімді формат бо-лады. Егер журналистің айтары қысқа ақпарат шеңберінен артылып жатса, оны қосымша көркемдеп, толықтырып берсе оқырман көңі-лінен шығары сөзсіз. Егер журналисте субъективті пікір болса, оны комментарий жанрын-да беруге болады. Радио мен телевидение әртүрлі форматтарды береді: сұхбат, клиптер, деректі фильмдерден сұхбат-репортаж. Журналист жоспары жаңалықтарды беру талабына, яғни іздеу, оқу, көру, әңгімені тыңдау секілді таңдап алған форматқа сай келетініне сенімді болу керек. Журналист материалды жариялау үшін кім редактор екеніне де назар аударғаны жөн. Ғылыми тақырыпқа журналист алдын ала олардың қызығушылығын тудыра білсе, осыған дейінгі жарияланымдарымен таныс болса, оны жылы қабылдауы мүмкін. Журналисте нақты сюжет жасағаннан кейінгі алғашқы «қадамы» - редактор. Алдын ала электронды поштамен хабарласқаннан гөрі бетпе-бет жүздесудің тиім-ділігін ескере отырып, редакторға телефон ша-лып, бұл кездесудің неге өзекті екенін түсіндіру керек.

Қысқаша очерк ұсыну арқылы қалай әрекет ету жолдарын кеңесе отырып, келісетініңізге сенімді болғаны дұрыс. Егер журналист сұх-батты электронды пошта немесе телефон арқылы алуды шешсе композициясымен алдын ала мұқият жұмыс істеген дұрыс деп ойлаймын. Ғылым тақырыбын жазатын журналистің ре-дактормен қызметтік қарым-қатынас орнатқаны өте маңызды. Зерттеуді бастай салысымен ре-дактормен байланыста болу керек. Егер қандай да бір өзгерістер енгізілсе, міндетті түрде ре-дакторды хабардар етіп отыру маңызды, алай-да редактордың әрдайым қолы тимейтінін және журналистердің қосымша жұмыс тудырғанын қаламайтынын еске ұстау керек. Мейлінше аз байланыс жасап, зерттеуді қашан аяқтайтынды редакторға ескерту керек. Келісілген мерзімде жазуға сенімді болған дұрыс. Егер қосымша ақпараттар болса оны келесі оқиғаға арқау ету керек. Журналист редактор тексергеннен кейін мақаланы қайта қарауға даяр болуы ке-рек. Редакторлардың өзіндік пікірлері бар, ал кейбіреулері қосымша жұмысты талап ететін

көптеген өзгерістер мен түзетулер енгізуі мүмкін. Алайда материалдың негізгі мазмұнын сақта-ғанын тексеру қажет. Әрине, кейбір редакторлар жақсы материалды өте жақсыға немесе жаманға өзгертуі мүмкін. Әртүрлі редакторлармен жұ-мыс істеу журналисті көп нәрсеге үйретеді. Егер редактор көп өзгерістер жасаса алаңдамай оны қайтадан қарауға немесе талқылауға болады. Бұл - редакцияның стандартты тәжірибесі. Алайда жақсы редактор енгізген өзгерістерге мұқият болу қажет. Бұл - дербес кәсіби біліктілігі жоғары журналист болудың тиімді жолы.

Ғылыми жаңалықтардың жалпы мақсатты аудиториясы кім екенін нақты білу маңызды. Олар ғылым туралы тұрақты оқиды ма? Немесе бұл басқа да көптеген тақырыптардың бірі ме? Ол жартылай ғана қызығушылық тудырады ма? (Бұл көбінесе радиода кездеседі). Оқиганы дұрыс қабылдану үшін өзіндік стильмен беру ке-рек. Ғылыми жаңалықтардың негізгі аудитория-сын зерттеу барысында ақпараттың ғалымдарға арнап беріліп отырғаны туралы алаңдаудың қажеті жоқ. Себебі ғылыми жаңалықтар тек ғалымдарды емес, көпшілікті қызықтыратынын естен шығармау керек. Журналистер аудитория қызығушылығын тудыру үшін ғылымды наси-хаттауы керек. Алайда ғылыми журналистика халыққа біздің біліміміздің және ғылымымыз-дың даму шегі қандай деңгейде екенін көр-сетеді. Әрине, мәселе сапалы журналистік зерттеу туралы болмақ. Қоғамның саясат, эконо-мика, денсаулық сақтау секілді басқа да салаларындағы ғылым мәселелеріне қатысты ғылыми жаңалықтар сауатты берілуі тиіс. Соны-мен қатар ғалымдар мен басқа да мамандардың қажет болған жағдайда сынына да назар аудару керек. Ғылым қаншалықты терең зерттеуді та-лап ететінін және қолданылатын әдістер туралы ойланған жөн. Кей жағдайда зерттеудің себеп-салдары маңызды болғанымен, кейде ғылымның өзі өте өзекті болып табылады.

Ғылым тақырыбында жазғанда бірнеше ақпарат көзінен ақпарат жинау қажет. Кей жағдайда тек ғалыммен сөйлесу жеткіліксіз. Журналист үкіметтік емес ұйымдардың мүше-лерімен, саясаткерлермен, осы мәселеге тікелей қатысы бар компания және жеке адамдармен немесе тұрақты тұтынушыларымен сөйлесе алады. Қатысушыларды мүмкіндігінше көптеп тартқан тиімді. Алайда журналистің тиімді жұмыс істеуі қажет екенін

ұмытпауымыз керек. Журналист зерттеуіне көмегі шамалы ақпарат көздері мен мәселелерге назар аудармаған жөн, ғылым туралы жаңалықты әртүрлі ақпарат көздеріне қарай таңдау жасап, негізгі ақпаратты әртүрлі сарапшылардың көмегімен тексеру ке-рек. Бірақ қолданылған ақпарат көзі туралы сұраған жөн. Сарапшылардан осы сала бойынша басқа да сарапшылар туралы сұрау арқылы кімдермен жұмыс істейтінді білуге болады. Болжамдарды дамытуды және оларға сұрақтар қоюға тырысу керек. Қажет болған жағдайда іс-әрекет жоспарын өзгертуге дайын болған жөн. «Үкімді зерттеумен» жұмыс істеу әдістері.

Оқиғаны түсіну үшін жасаған алғашқы қадам бір сөйлем жазудан басталуы мүмкін. Бұл зерттеуі жоспарлауға, сондай-ақ қолжазба құрылымын жасауға және өз жазу стилін табуға көмектеседі.

Келесі өте маңызды мәселе: «Мен журналист-тік зерттеуімнен кейін бұл мәселеге басқаша көзқарастамын». Идея «ғылыми-ұсынысқа» келіп тіреледі, оны ауызша дауыстап айту неме-се хатқа түсіру қажет. Оқиғаға қатысты айтылған үкім әрдайым біржақты немесе пайымдама болу керек. Бұл журналистің жеке көзқарасын немесе комментарийді баса көрсетуді білдірмейді. Бұл дегеніміз қарапайым ғана журналистік зерттеу-ге жете назар аудару және «камераны» дұрыс орналастыру қажет екенін білдіреді. Ғылыми-ұсынысты пайдаланудың журналист үшін мына жағдайларда көмегі болады:

- оқиғаны баяндауда қай аспектілері ма-ңызды, қайсылары маңызды емес екенін алдын ала нақтылап, шешу қажет; Бұл әдісті зерттеуді бастар алдында қолдануға болады. Әрбір азат жолдың оқиғаға қатысы болуы қажет екенін білу керек. Журналист жазған әрбір сөйлем зерттеу бағытына сәйкес жазылуы керек, не болмаса оның ең маңызды қырына назар аударуы тиіс;

- әрине, журналистикада журналистің жеке болжамдары белгілі бір рөлге ие.

Сондықтан егер қажеттілік туындаса зерттеу барысында өзгеріс енгізуге әрдайым дайын болу керек. Бұрынғы зерттеу нысанынан бас тартуға немесе жаңа нұсқасын ұсынуға болады.

Ғылыми тақырыптағы материалды жазбас-тан бұрын оны жоспарлау үшін уақыт керек. Бір бет қағазға оқиғаның жоспарын толығымен жазып, оқырманды қызықтыру үшін кіріспені жан-жақты ойластыру керек. Көп жағдайда ең бастысы, бірден

оқырманға қажетті ақпаратты кең және толық көлемде берген дұрыс. Жақсы жазылған материал әлсіздеу факторларды бай-ланыстырып қана қоймайды, сонымен қатар «қызыл сызықты» анықтайды. Оқиғаның бірі-нен кейін бірінің жалғасуы оқырманға түсінікті болуы керек. Жазуды бастағаннан кейін мақаланың құрылымын өзгертуге болады. Десек те алғаш жасалған жоспар жұмыс істеуге пай-далы және ол мақаланың немен аяқталатынын білу үшін пайдалы. Жақсы ғылыми репортер оқырманға қандай деңгейде ақпарат беру қажет екенін біледі. Себебі ғылым саласын-да жазатын журналист өздері білетін барлық ақпаратты оқырманға толығымен ұсынуды емес, аудиторияның сұранысына сай ақпарат беруге талдау жасауы тиіс. Жоспарлау мен материалды жазу барысында оқиғаның ең маңызды тұстарын бөлімдерге бөліп беруге және ортасында сәл жеңілдеу тауармақтарды енгізуге болады. Соны-мен қоса міндетті түрде журналистің редактор-мен келісімі жайлы ұмытпағаны жөн. Ғылыми жазбалар өте мұқият таңдауды талап ететінін ұмытпау керек. Тақырып кешенді түрде берілуі керек. Сондықтан қай аспектілерін қарапайым тілмен және қандай мәселелерді толықтай түсіндіру қажет екенін және өте қысқа шолу жасауды талап ететін элементтерді анықтау маңызды. Сонда ғана журналист ақпаратты беру нысаны мен көзқарас «камерасын» қалай орна-ластыру немесе ғылыми-зерттеу ұсыныстарды нақты айқындау арқылы дұрыс шешім қабылдай алады.

Егер мақала жеке тұлға туралы әңгімелеуден басталса, оқырманның бірден оған деген қызығу-шылығы артуы мүмкін. Бірақ бұл тақырыптың негізгі идеясымен сай келген жағдайда сәтті бо-луы мүмкін.

Журналист ғылым тақырыбындағы мақа-ланы жоспарлау, зерттеу және жазу барысында ескеретін бірнеше қағидаларға қысқаша тоқ-талып көрейік. Ғылыми журналистикада ескеруі тиіс қағидалар өте көп, соның ішінде ең ма-ңыздылары ретінде төмендегілерді ұсынуға бо-лады:

- егер берілген ықшам-ақпарат шынайылыққа сәйкес келмесе, міндетті түрде оны ескерту ке-рек;

- журналистік зерттеу нәтижелері ғалым-ның немесе дәрігердің көңілінен шығу керек деп ойламау керек. Журналист олардың өкілі емес және олар негізгі аудитория болып табылмайды;

- журналист ғалымның сұхбатын берген-де қоғаммен байланыс пен журналистиканың арасындағы айырмашылықты түсіндіруі тиіс;

- журналистке оқиғаны екі немесе одан да көп қырынан тануы үшін бірнеше ғалымнан сұхбат алу оқиғаны екі немесе одан да көп қырынан тануға мүмкіндік береді;

- журналист мәселені толық анықтауы үшін ақпаратты бірнеше университеттен не-месе бірнеше ғылыми-зерттеу институтынан жинақтауы керек;

- журналист ақпаратты жедел тарату үшін жаңалықтың мазмұнын асыра көрсетуге тырысудың қажеті жоқ, ақпарат мазмұнға сай болуы керек;

- журналист мақалаға қажет емес ақпаратты енгізудің қажеті жоқ, журналистикада ақпаратты мысқылдап жинақтап, кеңінен тарату туралы қағиданы ұмытпаған жөн;

- журналист ақпарат алу кезінде тосын сұрақтар беруден қорықпауы керек, бұл журналист шығармашылығының бір бөлігі болып табылады және аудиториядан тосын сұрақтың жауабын білуге қызығатындар табылады. Журналистің ғалымға өзі түсінбеген жайды «Мен сіздің не туралы айтып тұрғаныңызды білмеймін», - деп ғылыми зерттеуге түсініктеме беруін сұраудан қысылудың қажеті жоқ.

Ғылым тарихындағы жаңалықтардың идеясы әртүрлі ақпарат көздерінен алынуы мүмкін, журналист пайдаланатын әрбір ақпарат көзі алынған ресурстарға соның ішінде интернет ресурстары-на қол жетімділікке тікелей байланысты. Негізгі ақпарат көзі сізге ақпаратты баяндаушы адамдар болып есептеледі, ол зерттеу жүргізуші ғалым немесе клиникалық сынақтарға қатысушы, емделуші болуы мүмкін. Олар не болғаны жайлы толық өзіндік есебін береді. Екінші ақпарат көзі журналист пен бірінші ақпарат көзі арасындағы электрондық немесе басқа да бұқаралық ақпарат құралдары болып табылады. Олар тек журналист-тер үшін ғана емес, ол

ғылым тарихы үшін де маңызды ақпарат көзі болуы мүмкін.

Негізгі ақпарат көздері:

- ғалымдарға арналған журналдар: саясаткерлерге, көршілерге, басқа да журналистерге арналған болуы керек;

- ғалымдармен және басқа да ғылыми сарапшылармен көзбе-көз сұхбат алу;

- Баспасөз-конференциялары.

Қосымша ақпарат көздері:

- Басқа да БАҚ;

- Баспасөз-парақшалары;

- Электрондық бюллетендер;

- Пікірталас форумдары;

- Ғылыми ұйымдар мен компаниялардың сайттары;

- Жарияланымдар, мысалы, ғылыми зерттеу жұмыстарының алғашқы нәтижелері.

Журналист ақпарат көзін таңдау барысында оқиғаның түрлеріне байланысты таңдау жасауы мүмкін.

Ғылыми тақырыпқа жазатын журналист күнделікті өмірдің жақсы ғылыми оқиғаға арқау болатынын есте сақтағаны дұрыс. Ол достарыңнан, отбасы, көршілерден, базарда кез-дескен адамдар немесе басқа да журналистер-ден естіген ақпарат болуы мүмкін. Күнделікті тұрмыстық мәселелер, мысалы, балаларға арналған тамақтар туралы айтқанда оны ана сүтімен қоректендірудің балаларға арналған тамақтардан ерекшелігі немесе балаларға қант, гидрогенделген майлар, ароматтандыру мен басқа да қоспалар қосылған тамақтардың қауіпсіздігі мен маңыздылығы туралы ескеру қажет. Кез келген мәселе адамдардың күнделікті қажеттілігінен туындаған жағдайда журна-листер жедел әрі шынайы түрде ғылымды өз оқырмандары мен тыңдармандарының өмірімен байланыстыра алады.

В статье рассматриваются особенности научной журналистики, которая используется для создания информации на научные темы. В общем виде научная журналистика рассматривается как «перевод» научного исследования с научного языка на обыденный без искажения смысла. В последние годы объем научных новостей быстро развивается вместе с наукой, играя всё более главную роль в жизни общества, взаимодействие между научными кругами и средствами массовой информации усиливается.

In the article of K.N. Myssayeva «The main problems learning science journalism» the particular qualities of science journalism of usage to generate information on scientific topics. In general, science journalism is seen as a «translation» of scientific research on the sample language without distorting the meaning. Special attention is given to the scientific news has grown rapidly, and science playing an increasingly role in society, and the interaction between academia and the media has intensified.

**Электронды ақпарат құралдары**    **Электронные средства информации**

**Electronic media**

К. Қабылғазина

**Тарих - таразы**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 654.191(091)

**Аңдатпа.** Радио - қазіргі заманғы қуатты бұқаралық ақпарат құралдарының бірі, тұрмыста кеңінен қолданылатын, адамдардың өмір сүруіне, ақпарат алуына жәрдемдесетін қалыптасқан жүйе. Радионың бұқаралық ақпарат құралы ретінде мәні мен маңызы уақыт өткен сайын арта түсуде, қазіргі радиоэфир бір мезгілде миллиондаған адамдарға жетеді. Сөйтіп, радио техникалық құбылыстан бүгінде қоғамдық құбылысқа айналған. Ол миллиондардың санасына ықпал етіп, пікір тудырып, эмоционалды-экспрессивті ықпал ете алады. Ал қоғамдық дамудың демократиялық жолын таңдаған егемен Қазақстан жағдайында радиостанцияларда бәсекелестік күшейді, ақпараттық саясат көбіне тыңдарман ықпалына қарай өзгерді.

**Радио тарихы.**

Қандай да болмасын мемлекеттің тыныс-тіршілігінен хабардар етіп, өмір ортасына ақпарат беріп, бүгінді ертеңмен жалғастырып отыратын бұқаралық ақпарат құралы болатыны ақиқат. Тамыры тереңнен тартқан, толғауы тоқсан, тарихы да тоқсан болып отырған Қазақ радиосы - халықтың үні, тынысы. Бүгінгі егемендік, тәуелсіздік жағдайында радионың мүмкіндігі шексіз артты, бәсекелестік күшейді, таңдау мүмкіндігі пайда болды, әр түрлі бағыт-бағдардағы, стиль мен мәнердегі радиостанциялар көбейді. Радиоарна өз қаржысын өзі тауып, дамитын жағдайға жетті, шығармашылық шексіз мүмкіндіктер ашылды. Радиожурналист эфирде еркін сөйлейтін, ойын бүкпесіз жеткізетін және оған өзі жауапкершілік жүктейтін жағдай туындады.

Радио - қазіргі заманғы қуатты бұқаралық ақпарат құралдарының бірі, тұрмыста кеңінен қолданылатын, адамдардың өмір сүруіне, ақпарат алуына жәрдемдесетін қалыптасқан жүйе. Радионың бұқаралық ақпарат құралы ретінде мәні мен маңызы уақыт өткен сайын арта түсуде, қазіргі радиоэфир бір мезгілде миллиондаған адамдарға жетеді. Сөйтіп, радио техникалық құбылыстан бүгінде қоғамдық

құбылысқа айналған. Ол миллиондардың сана-сына ықпал етіп, пікір тудырып, эмоционалды-экспрессивті ықпал ете алады.

Радиожурналистиканың негізгі өнімі, шығармашылық жемісі - әртүрлі дыбыс қабылдағыштарға жазылған материалдар. Ал жазылған хабарлар негізі - сөз. Адамзаттың тарихы сөзбен сомдалады, адамзат тағылымы сөзбен көрінеді. Қоғамды құрайтын адамдар болса, олардың асылы да, бірауыз сөзбен танылады. Сөз - адамдардың тіл қатысуында қолданылатын негізгі құрал. Радиожурналистикада сөздің алатын орны ерекше. Мағжан Жұмабаев бұл жөнінде былай дейді: «Біз сөз арқылы ғана неше түрлі ойымызды сыртқа білдіре аламыз һәм басқа адамдардың ойларын біле аламыз. Сөз болмаса, адамда білім болмас еді. Атын атап, сөзбен бекітіп тастамасақ, жанды суреттер, ұғымдар тұрмас еді. Сөз болмаса, сөзбен адамзаттың бір-бірімен ұғысуы болмаса, жер жүзіндегі осы күнгі адамзат тұрмысы деген тұрмыс та болмас еді. Қысқасы, жан көріністерінің ен қымбаты - ой. Ой тілі - сөз». Ал Ахмет Байтұрсынов болса «бір нәрсе турасындағы пікірімізді, яки қиялымызды, яки көңіліміздің күйін сөз арқылы

жақсылап айта білсек, сол сөз өнері болады. Ішіндегі пікірді, қиялды, көңілдің күйін тәртіптеп, қисынын, қырын, кестесін келтіріп сөз арқылы тысқа шығару - сөз шығару болады». Яғни радиожурналистер үшін сөз қадірін бірінші кезекте бағалау қажеттілігі осындай даналар ойлары арқылы әспеттеледі. Осы орайда, радиожурналистер міндетінің жауапты да қасиетті екені айқындалады. Тың-даушы адаммен емес, сөзбен бетпе-бет келеді. Телевизиялық хабарларда сюжет негізгі рөл атқарады да, сөз қосымша міндет өтейді. Ал радиода бүкіл әрекет, құбылыс, оқиға тек сөзбен өрбіп, тыңдарманның көз алдына бүкіл көрініс тек баяндаумен елестетіледі. Міне, сондықтан да радиожурналистердің шеберлігі ғана аудитория сұранысын өтей алады.

Кеңестік кезеңде радио идеологиялық құрал ретінде басқарылып, қатаң бақылауда болды, белгілі бір ұстанымдар мен талаптар шеңберінде қусырылды. Дегенмен Қазақ радиосы қандай жағдайда да халқының мұң-мұқтажымен са-насып, рух беріп, ұлтының үнжариясы ретінде өмір сүріп келді. Осы ойларға Қазақ радиосының өткен ғасырдағы хабарлары куә бола алады. Журналистің «Біз Сталинге не үшін дауыс береміз?» деген хабарына [1] келген стахановшы жұмысшы: «Біріншіден, мен сіз айтқандай 2 мың сом жалақы алмаймын. Екіншіден, мен Сталин-ге емес, Ондасыновқа дауыс беремін», - дейді. Микрофон алдындағы қонақтың күтпеген жауабынан кейін хабар эфирге өтпей қалады. Бұл мысалдан сөз бостандығының көрінісін байқауға болады. Жүргізіліп отырған Кеңестер Одағының бүкіл саясаты «халықтар атасына» дауыс беруге үндеп жатқанында дауыс беруші белгілі ұлт қайраткеріне дауыс бергелі отырғандығын айтқандығы үшін хабар берілмей қалған.

Келесі бір құжатта [2] Шакенов деген журналист «Неге біздің қазақ редакциясы хабарларының жақсы жағын айтпайсыздар?» -деп радио ұжымының жиналысында өз ренішін білдіреді, ал Ә. Жакетова болса, «Жастар хабарлары жастарға тән пішінде емес, музыкалық көркемдігі нашар. Секретарьдың мәдениеті төмен. Редакторды шақырса, саусағымен көрсетеді немесе ысқырады», - деп сынады.

Ендігі бір мұрағаттық құжатта: «Бұқараның даусын аз тыңдаймыз. Музыка хабарлары редакциясының жұмысын жақсарту керек. «Ах, Самара, городок» пен Жамал Омарованың

хатшылары - Жароков, Орманов, Әбішев жол-дастар қатысты. Конференцияға небары 500-ге тарта адам қатынасты» (авт.)» [5] деген хабар арқылы бүгінгі күні дала Гомерінің өміршеңдігін жоймағандығы дәлелденіп отыр.

орындауындағы 5 әннен құлақ сарсыды. Бұлардан басқа да ән жоқ дегенге сенбеймін, редактор ізденбейді», - деп Әсімжанов деген қызметкер музыкалық хабарлар редакциясының атына сын айтады [3].

Уақыт зымырап өткен сайын, жылдар парағы да қатталып, өмір кітабы қалындай түсетіні белгілі. Соғыстан кейінгі қоғамның кезекті бір дүрбелең тұсы - 1946 жыл Жамбыл бабаның 100 жылдық мерей тойымен қабат келген екен. Қазақ радиосының және бүкіл сол тұстағы ақпарат құралдарының көптеген ма-териалдары сол айтулы күнге арналған. Ақиық ақынның лебізі эфир арқылы оқылған: [4]. «Мен 70 жасқа келгенде бақытты өмірге жеттім. Бүкіл әлем халықтарына шындықтың қайнар бұлағы ашылды. Мен Ленин батырдың атын естідім. Қызыл Армияның ұлы жеңістерін көзіммен көрдім. Бұрын түске ғана кіретін, өзім жырлаған бақытты өмірді енді өзім де көрдім. Жаңа күш бітті, домбырамды қайта қолға алдым. Жастық өмірім қайта келіп, өлеңдерім тау суындай та-сыды. Ата-бабам арман еткен, ақындар жыр еткен жаңа елді көзіммен көрдім, ол - Қазақстан. Мен білмейтін көп нәрселерді 80 жасқа келгенде көріп, біліп көзім ашылды. Мен қайта жасар-дым, өлеңді 25 жастағы жігіттердей өте ынта-мен қызып, шаттықпен қуанып айтатын болдым. Маған мұндай қайта өмір беріп, күш бітірген бүкіл халықтардың көсемі Сталин жолдас. Мен кәрілік шағымда бақыт нұрына бөлендім. Менің жасым 90 да болса да әлі өлгім келмейді, ұзақ өмір сүргім келеді».

Осы тақырыптағы тағы бір ақпаратта: «Қазақтың Абай атындағы педагогикалық институтының қазақ тілі және әдебиет факультетінің күшімен қазақтың халық ақыны Ж. Жабаевтың туғанына 100 жыл толуына арналған конференция болып өтті. Үш күнге созылған конференцияда 17 баяндама тыңдалды. Конференцияда аспирант Қадірбергенов Мұхаммед Жамбылдың жеке шығармалары туралы, студент Мұсабекова Фатима Жамбыл шығармаларындағы Ленин, Сталин бейнелері, Жамбылдың немересі Әбді-раймова Жамбылдың нақыл сөздері, студент Хасенов «Жамбыл - жастар туралы», студент Рабиға Құттыхожина - «Өтеген батыр» туралы баяндама жасады.

Конференцияға Жамбыл туралы еңбек жазып жатқан ақын С. Бегалин, Жамбылдың

Ұлы Абайдың әдеби мұралары жөнінде де көптеген хабарлар беріліп, оған қалам ұстап, пікір айтып жүрген қазақ қаламгерлері тартылып отырылған. Абайдың шығармашылығы жөнінде айтылған мына бір пікірді айта кеткен жөн. «Абайдың әдеби жолына тереңірек қарасақ, 1882

жылғы «Бородиноны» аударғанға шейін Абай шығармалары ақындардың ықпалында келгенін көреміз. Бірақ ол Абайдың жырын байытуға рухани азық бола алмаған. Абай 40 жасына келгенше бар жазғаны 7-8 жырдан аспаған. Оның тең жарымы шығыс ақындарының әсерінен, тең жарымы қазақ халқының байырғы ақындарының ізімен жазылған. Абайдың көркем тілінде, мәдениетті мазмұнды шығармалар жазып, батыс жолына, жаңа жолға түсуіне орыс әдебиеті себеп болды. Оған Абайдың Лермонтовтың еңбектерімен танысып, «Бородиноны» аударғаннан кейін бұрынғысына қарағанда 10 есе көп жазғандығы және өлең жырларының мазмұнына, түріне де, тақырыбына да жанадан өң-ажар кіргендігі дәлел бола алады. Мысалы, Абай «Бородиноға» дейін жылына бір өлең жазса, ол жылдары «Шәріпке», «Абралыға» не болмаса «Әліпби» сықылды белгілі мазмұнға құрылмаған өлең жырлар болып келеді, ал «Бородинодан» кейін «Қақтаған ақ күмістей кең маңдайлы», «Жасымда ғылым бар деп ескермедім» сықылды шыншылдық реализм бағытында жырлар жазғанын көреміз. Енді бірер жылдан соң, Лермонтовтың шығармаларымен танысқаннан кейін бір жолата өлең- жыр жазумен шұғылданып, ыждахатпен кіріскенін байқаймыз. 1986 ж. 44 жасқа келгенде Абай біржолата өлең жазуға кіріседі, осы жылдардың ішінде бір қыста ірі-ірі 18 өлең жыр жазды», - деп сөйлеген эфирден тарих ғылымдарының кандидаты, Қаз-ГУ-дың аға оқытушысы (авт. Лекеров) [6] деп көрсетілген. Бұл пікірлер ғылыми жұмыстарда қалай көрсетілген? Назарға ілінбеген факті болуы да мүмкін. Осы тұстағы орыс, украин, белорус әдебиеттерінде жеке басқа табынушылықтың кең етек ала бастаған кезінде, дамуымыз - ұлы орыс халқымен байланыстың ғана нәтижесі деген ұғымның дәріптелер тұсы дәл келген. Олай етпеуге Сталиннің идеялары мүмкіндік бермеген. Бұл жерде де біздің халқымыз «ерен интернационалистік» танытып, соның нәтижесінде өзінің ұлттық қадірін саналы түрде жоюға тырысқандығын көруге болады.

Мына бір ақпарат жуырда ғана атақты панфиловшылар дивизиясына жала жапқандарға шындықтың бетін ашып бере алатын дерек. «Ұлы Отан соғысы күндерінде 12-14 июньде Қазақстанның астанасы Алматыда атқыштар дивизиясы құрылды. Бұған бүгін бес жыл. Дивизия атақты Чапаевтың үзеңгілесі генерал-майор Панфиловқа тапсырылды. Генерал дивизияға жауынгерлік тәрбие беріп, 18 августте майданға аттанды. Бауыржан Момышұлы сияқты командирлер тәрбиелеп өсірді. Политрук М. Ғабдуллин мен қызыл әскер Т. Тоқтаровқа Совет

Одағы Батыры атағы берілді» деген хабар 1943 жылдың 13 шілдесінде ҚазТАГ-тан алынып берілген [7].

Басқа ел мәдениетімен республика мәде-ниетін салыстырған материалдар да көптеп кездеседі. Мысалы, Социалистік Еңбек Ері Иван Пантик дегеннің әңгімесі берілген: «Италия кинотеатрларының экраны қарақшылық, құнсыз картиналармен толып кеткен. Біз Италияда болған 20 күн ішінде бұл елдің еңбекшілерінің америкалықтардың қармағына түспейтінін көзімізбен көрдік» [8] - деген сөзін тыңдай отырып, қазіргі жағдайға ұқсамай ма деген пікірде қалдық. 1950 жылдың 10 қаңтарында берілген осы хабардың актуальдылығы бүгінгі күнде де көрініп тұр. Шетелдік қарақшылық кинолар, арсыздыққа толы видеофильмдер кинотеатрларымыздың, теледидарларымыздың экранын жаулағалы қашан. Қандай да болмасын бір мемлекеттің жері жауланып аларда, алдымен, әдебиетін, мәдениетін жаулау тәсілі ежелден келе жатқан ақиқат екені рас. Осы тұрғыда да журналистеріміздің тер төккені зая кетпеген болар еді. Өз халқымыздың тілін, әдебиетін, мәдениетін т.б. халықтық төл қасиеттерін сақтауда еңбек ететін, қандай жағдайда болма-сын араша түсетіндер - журналистер.

«Неше түрлі білімпаз, ғұлама, кемел ойшылдар сөйлеген кафедралар мен колледж, университет, институт аудиториялары көп қой. Бірақ ең ұлы аудитория - Жұмыр жер. Оның мінбесіне шығып, сөз сөйлеу екінің бірі, егіздің сыңарының маңдайына жазылмаған нәрсе. Мұса пайғамбар - Зауратын, Дәуіт-Забұрын, Ғайса-Інжілін, Мұхаммед-Құранын ұстап соған шықты. Жалғанды жалпағынан басқан Шыңғысхан, Наполеондар да сол мінбеге өлердей ұмтылған жоқ па? Жиырмасыншы ғасырдың рухани жыртықшы Гитлер де сол мінбеден «Майн кампф» деген шатпағын оқып бергісі келген. Адамның ақыл-ой парасатын қара күш қана билейді деп ойлаған. АҚШ президенті Трумэн де қолына атом бомбасын ұстап сол мінбеге ұмтылды ғой. Ақыры не болды, бәрі де кетті. Шекспир мен Толстой, Әуезов пен Хемингуэй, Габриэль Гарсия Маркестер қалды сол мінбеде»[9], - дегендей қаншама оқиғалар, тарих деп аталатын ұлы кітаптың бетінде талай зор, әйгілі істер қалып жақтаны белгілі. Сондай ақтандақ шаралар қазақ әдебиетін, мәдениетін де айналып өтпегені белгілі. «Халық жауларын іздеу тек қана әлеуметтік белгілерге қарап қана емес, білімдік, кәсіби, ұлттық белгілерге де қарай бағытталды. Қазақстан қауіпсіздік органдары республиканың ең интеллектуалды деген ұлдары Қаныш Сәтбаев пен Мұхтар Әуезов туралы материалдарды толық дайындап қойған еді. Одақта және автономиялы



республикаларда олардың тарихы, ұлттық-мәдени мұраларын бұрмалайтын науқан арасына сәл үзіліс салып 1953-1954 жылдары қайтадан кең етек алды. 1954 жылы болған Қазақстан жазушыларының үшінші съезінде жазушы Т. Нұртазин: «Біздің сыншыларымыздың үлкен қателігі - Қазақ әдебиетінің тарихынан М. Әуезовті сызып тастағылары келгені болды. Сондай науқанның қармағында кеткен, «сызылып тасталған» көптеген дүниелері қайта қарауымыз керек» деді. «Ал жазушы Т. Әлімқұлов: «Бір уақыттарда бізде Абай мен Жамбылдан басқа ешкім де қалма-ған еді деп осы ойды сол жылында жалғастырған болатын», - дейді тарих ғылымдарының док-торы Леонид Гуревич [10].

Ал радиожурналистика майданының жауынгерлері өзінің осынау тарихында өз міндеттерін адал орындай алды деп бағалау орынды. Алайда ол тұста халқымыздың тарихын паш еткен хабарлардың өте аз болғандығын байқаймыз. «Дінінді, тіліңді, тарихыңды айтпа, жазба» деген арнаулы нұсқау болмағанмен де отарлық, саясаттың көп нәрсеге тосқауыл болғаны ақиқат. Дегенмен де тоталитарлық саясат кезінде де Қазақ радиосы өкілдерінің, жойқын репрессия күштеріне қарамастан там-тұмдап болса да рухани дүниелерімізді жарыққа шығарып, айтып отырғандықтары - бүгінгі егеменді ел болып отыруымызға қосқан үлкен үлестері, болашақтың бастаулары болғандығына бүгінде көз жетіп отыр. Міне, осындай аса күрделі кезеңде де қоғамда, саясатта болып жатқан оқиғалардан тыс қалмай, қаншалықты шек-теулі, нұсқаулы насихат болғанымен, Қазақ радиосы өзіндік үнін қосып, халықтың тарихын, мәдениетін, әдебиетін, салт-дәстүрін, дінін, ділін сақтауы үшін күресіп келді. Қазір де жергілікті ұлт өкілдерінің ұлттық үрдістерінің дамуына, әлемдік деңгейде танылуына үлкен үлес қосып отыр.

Жаһандану мен нарық жағдайында адамдар тұрмыста болсын, жұмыс орнында болсын күрделі мәселелермен бетпе-бет кездеседі, әр түрлі қайшылықтарды тез шешуіне тура келеді, соның қатарында стрестік жағдайларды бастан өткізеді. Яғни әр адамның эмоционалды көңіл күйі мен күш-қайраты да өзгеріп отырады. Мысалы, жұмыстан шаршаған адам үйіне жеткен-ше, көлік тауқыметін, жол нашарлығын, қала жағдайындағы кептелмелерді, қызмет көрсету мәдениетінің төмендігін көрді дейік. Үйде де бәрі қолайлы болмауы мүмкін. Бір сәт көңілін аулау үшін, теледидар қараса, онда да тосын оқиғалар, бітпейтін тауқыметтер, бет жыртысқан адамдар, көлгірсіген саясаткер мен жүйкеге тиер жарна-малар, қантөгіс фильмдер мен бітпес көбікті се-риалдар. Мұндай

жағдайда адамның жүйкесіне үлкен салмақ түседі, сезімі тежеледі, көңіл хошы төмендейді, өмірге құштарлығы бәсеңсиді. Міне, осы көңіл ахуалын өзгерте алатын, эмоциялық тепе-теңдікке жеткізетін күштің бірі — радио. Радио табиғатынан агрессивті емес, керісінше, жұмсақ та жағымды, жайлы. Радиоақпарат көбіне оптимистік болып келеді, өмірлік жақсы тонус қалыптастырады. Әлеуметтік психолог-тар тосын қайғылы оқиғаның телевизиямен салыстырғанда радиодан естілгенде санаға жұмсақтау жететіндігіне назар аударған. Өйткені телеақпарат жүйкеге тікелей әсер етсе, радиодан естілген жаманат хабар психологиялық қорғаныс факторына тап келетін көрінеді. Мұның өзі радионың өзіндік табиғатын сақтай отырып, телевизия сияқты пәрменді құралмен қатар өмір сүре алатындығына көз жеткізеді.

Диктордың, хабар жүргізушінің, корреспонденттің, актердің сөз өнері, сөйлеу шеберлігіне байланысты интонациялық мүмкіншілік те өзгеріп отырады. Біраз зерттеушілердің пікірі информацияның 40 пайызға жуығын, тек сөздегі интонацияның өзі ғана жеткізе ала-ды дегенге саяды. Сондықтан бүгінгі радиожурналист эфирдегі бейнелеу құралдарының қыр-сырын жетік меңгеріп, өзгеше табиғаты

- акустикалық ерекшелігіне қанық болуы аса қажет. Радиохабарлардың көпшілігіне тән олқылықтар осы ерекшелікті білместіктен, не-месе оған дұрыс мән бермегендіктен туады екен.

Радиодан қызықты да мазмұнды тал-дамалық хабарларды кездестіреміз, жанды да жалынды портреттер мен әдеби көркем хабар-лар тыңдаймыз, радиокенестерге құлақ аса-тындардың да қатары көп. Радионың айрықша бір бітімі музыкалық хабарлардан танылады. Жақсы ән мен әуенді танытуда радионың алдына ешбір ақпарат құралы шыға алмайды. Біреулер радио тыңдайды, қалаларда теледидарға көп назар аударылады, ал біреулер тек газет оқиды. Бәсекелестік пен пікір саналуандығы жағдайында бұл қалыпты құбылыс. Әлеуметтік ақпараттың еркін тасқыны БАҚ-тың қоғамдық жауапкершілігін арттырды, ақпарат биліктің маңызды тетігіне айналды. Әлемдік тәжірибеден Қазақстан да тыс қалған жоқ. Компьютерлік желідегі ақпарат тасымалының өсу үрдісі өте қарқынды болғандықтан болашағынан көп үміт күттіреді. Оның бәріне уақыт төреші, радио да уақыт ағымында қызмет атқарады. Мысалы, күні кешегі кеңестік кезеңде радионың дамуына айрықша мән берілді, ол ұжымдық насихатшы, үгітші және ұйымдастырушы деп бағаланып, ақпараттық саясаты осы мүдде тұрғысынан ескерілді, цензура болды, сөз еркіндігі шектелді. Сөйтіп, идеологиялық қуатты қару радио мемлекеттік биліктің қатаң бақылауында

бол-ды, қызметі жоғарыдан реттеліп отырды. Әлем елдерін идеология уысында ұстап отыруда электронды БАҚ-тың маңыздылығы қандай екені бүгінгі заманда өте айқын. Тіпті Чилиде болған қарулы көтерілістен жеңіліс тапқан сол елдің

Президенті Сальвадор Альенденің өкінішке толы «мен қолымдағы ең мықты қаруым теле-визия мен радиодан айырылып қалғаныма қатты өкінемін» деген сөзі тарихта сақталып қалған.

Ал қоғамдық дамудың демократиялық жо-лын таңдаған егемен Қазақстан жағдайында радиостанциялар шынайы сөз бостандығын алды, цензура жойылды, жекеменшіктік қатынас орнықты, бәсекелестік күшейді, ақпараттық саясат көбіне тыңдарман ықыласына қарай өзгерді. Енді радионың ақпараттық, дема-лыстық міндеттері алдыңғы қатарға шығып, ағартушылық қыры бәсеңдеді. Адамның еркін ойлауы мен еркін жүріп тұруына, өз іс-әре-кетіне толық жауап беретін қоғамдық қарым-қатынастар орнықты және соны жетілдірудің жолдары қарастырылуда. Токсан ауыз сөздің

тобықтай түйіні - токсанның торқасына оранып отырған Қазақ радиосы жасай берсін, Қазақ радиосы бар жерде қазақ бар.

#### Әдебиеттер:

- 1 КРОМА. 1489-қор,2-парақ, 290-іс
- 2 Сонда
- 3 Сонда
- 4 КРОМА .1489-қор,1-парақ, 80-іс
- 5 Сонда
- 6 Сонда
- 7 Сонда
- 8 Сонда
- 9 *Ақсұңқарұлы С.* Ғасыр кардиограммасы // Орталық Қазақстан. - 1988. - 1.11.
- 10 *Гурьевич Л.* Последнее советское междуцарствие // Караван. - 1996. - 1.06-3.
- 11 Радиожурналистика, ұжымдық оқулық.

Радио является мощным средством массовой информации, которое систематически влияет на повседневную жизнь и получение информации огромного количества людей. Из года в год усиливается важность и значение радио, а аудитория радиопередач достигает нескольких миллионов человек одновременно. Радио из технического явления переросло в общественное, оно влияет на сознание миллионов, порождает мысли и домыслы, воздействуя на экспрессивно-эмоциональном уровне. Усилилась конкуренция между радиостанциями, а информационная политика стала ориентирована на слушателя.

Radio - is a powerful means of mass media, which makes an effect to our everyday lives and receive information for many people. From year to year, increasing the importance and value of radio, and radio audience reaches several millions of people simultaneously. Radio from a technical phenomenon has grown into the public, it affects the minds of millions, gives rise to thoughts and fantasies, acting on the expressive-emotional level. Increased competition among radio stations, and information policy was aimed at the listener.

А. Каримов

#### Динамические тенденции в современной тележурналистике

Узбекский государственный университет мировых языков, Узбекистан, г. Ташкент

УДК 654.197(4/9)

**Аннотация.** Статья посвящена раскрытию идеологической и агитационной силы телеканалов, вообще, и Узбекистана, в частности. Показано, как меняется зрительская аудитория на современном этапе в связи с внедрением коммерческих отношений на телевидении, сказано о росте рекламы и перспективной специализации каналов. Важной тенденцией современных телепрограмм является резкое расширение их рекреативной функции. Это стало возможно по нескольким причинам: 1) рост доходов населения; 2) увеличение количества свободного времени; 3) конкуренция между телеканалами; 4) неуклонно возрастающая склонность зрителя к передачам развлекательного типа.

#### Современная журналистика. Динамическая тенденция.

Идеологическая и агитационная сила телеканалов обосновывается тем, что среди СМИ они в наибольшей степени удовлетворяют потребность аудитории в информации. В большинстве государств

мира 70-80% населения получают нужную информацию из телевидения. Процессы транспортировки информации через спутниковую

связь в XXI веке заметно расширяют возможности всемирной телекоммуникации.

В новом веке меняются и отношения между информацией и ее потребителями. Раньше представители аудитории успевали воспринять поток имеющейся информации. В связи с глобализацией информации, развития аудиовизуальной журналистики и интернета исчезают понятия общей, целевой аудитории. «...телекоммуникация, открытия и изобретения в сфере информационных технологий, компьютерная техника, открывающие широкие возможности по получению и распространению информации, система международной информационной связи, вхождение интернета в нашу жизнь коренным образом меняют облик общества. Нынче развитость, уровень культуры государства и общества обуславливаются степенью налаженности информационных технологий» [1]. В ходе поэтапного перехода к рыночной экономике коммерциализация дошла и до телевидения, которая продолжается и по сей день. В нынешнее время в экономике телевидения первостепенную значимость приобретает реклама. Несмотря на это, сети получают прибыль на медиарынке посредством увеличения количества программ, производства аудио и видеокассет, приобретения права на авторство на собственную передачу, а также других коммерческих сделок» [2].

Как во всем мире, так и на отечественных телеканалах такая ситуация становится весьма заметной, в результате которой:

- рекламные ролики занимают телеэкраны;
- появляются передачи, специализируемые только на рекламе (канал «Тошкент», «Телекурьер маркет», НТТ «Телемаркет» и др.);
- возникают спонсируемые специализированные коммерческие передачи с определенной тематикой;
- наличие и действие платных коммерческих телеканалов свидетельствует о коммерциализации, которая становится разновидностью бизнеса на телевидении в полном смысле этого слова.

По поводу введения в сферу телевидения коммерции существует множество мнений. К примеру, коммерческие каналы в России стали появляться с 90-х годов. В «Новой газете» вышла статья «Политика на телевидении закончилась, обман продолжается». Именно в этот период

излагаются различные мнения, точки зрения, критические суждения о специализации и коммерциализации российских каналов. Коммерциализация имеет как позитивное, так и негативное влияние на средства массовой информации. Ибо теперь информация становится товаром. Следовательно, как телеканал, так и сам журналист становятся богатыми. Отрицательная, негативная сторона вопроса заключается в том, что информация, независимо от того, как она будет действовать на аудиторию, она все равно будет передаваться. Понятие массовой культуры, а также те трудности и непристойности, которые она преподносит, обуславливаются общим состоянием, связанным с коммерцией, что резко осложняет положение, связанное с истинной культурой.

Следует отдельно рассмотреть специализацию каналов. В настоящее время имеется возможность посредством параболической антенны смотреть сотни каналов в семейных условиях. Каждая личность смотрит интересующий его канал. Но это не означает, что каждый день, каждый час надо переходить из одного канала на другой. Сколько бы их много не было, члены семьи должны определить для себя те каналы, которые они будут смотреть дольше.

Телекомпания «НТВ плюс» в России считается самой мощной из-за оснащенности современной цифровой технологией. Через системно действующие каналы зрители имеют возможность получать новую информацию из любой и интересующей их сферы.

Телекомпания в состоянии предоставить тот канал (спортивный, кино, природы, жизни звезд, музыки и др.) своему зрителю, какой ему заблагорассудится смотреть. В плане подготовки качественных передач, достижения яркости и ясности изображения, внедрения самых последних новшеств цифровой технологии каналы, действующие в системе телекомпании, стремятся к мировой известности. Основная цель телекомпании НТВ+ - это презентация высококачественных передач для всей семьи, которые доходят до любой точки страны. В настоящее время действуют более сотни каналов через стереозвук, а также более 10 каналов, специализирующихся на новостях и предназначенных для просмотра абонентами в формате современного Dolby Digital 5.1., более 20

киноканалов, более 20 спортивных каналов, а также культурный, музыкальный, детский, женский и специализируемые по другим отраслям каналы.

Беспощадная конкуренция среди американских телеканалов требует наличия какой-либо особенности, присущей каждому из них. Телевидение США, которое стоит на первом месте по оперативности и внедрению новшеств, не уменьшает производство такой продукции, как развлекательные передачи и сериалы, рассчитанные на удовлетворение невзыскательных потребностей аудитории.

Сегодня продать свою продукцию, завоевать симпатии масс на медиарынке не легко. Одним из эффективных мер в этом плане является специализация телеканалов. В настоящее время все каналы специализируются по возрасту, интересам, происхождению и занятиям аудитории, а также по различным группировкам подростков, садоводству и моде. Говоря о сегодняшнем телевидении, нельзя не сказать о мастерстве американских журналистов по подготовке сюжетов с различных регионов и территорий, а также о региональной специализации в рамках данного процесса.

В настоящее время более заметной становится специализация и на отечественных телеканалах. Например, с точки зрения интересов и возраста аудитории можно сказать, что телеканал «Ешлар» специализируется на передачах для молодежи, по принципу отраслевой специализации действуют телеканалы «Спорт» и ТВ-М (музыкально-развлекательный). Телеканал ННТ готовит передачи для всей семьи под девизом «семейный канал».

Существуют и специализированные, отраслевые передачи. Например, передача «НТТ спорт» специализируется на спортивных новостях, а передача «Айланай» (милая, милая, голубчик, голубушка) посвящается современной моде, «Суғдиена» (НТТ) предназначена только женщинам.

Во всем мире основную часть аудитории завоевывают негосударственные, частные телеканалы. Для убеждения масс негосударственные телеканалы вырабатывают свою концепцию, готовят передачи, лишь после изучения запросов аудитории. Именно по этой причине такие телеканалы завоевывают симпатию масс и оказываются в числе лучших.

В начале 90-х годов распад бывшего Советского Союза, возникновение независимых государств вызвало некоторые экономические, социальные,

идеологические затруднения, однако это не привело к уменьшению потребности в информации, скорее, наоборот. У аудитории всегда было больше доверия к информации, передаваемой через телеэкран.

В условиях повышения темпа жизни, возникновения некоторых стрессовых ситуаций в пучине экономических проблем и столкновения с ними, повышения психологического давления возрастает спрос на спокойствие и покой. В результате увеличения информации усиливается склонность к отдыху, релаксации. Как пишет Петер Винтерхофф-Шпурк: «Значение традиционных развлекательных программ возрастает, и появятся новые формы программ, которые будут ориентированы на развлечение. Даже те программы, которые раньше никак не были связаны с развлечением (например, новостные и информационные программы, политические дискуссии и образовательные передачи), изменят свой жанр»... Появятся такие программы, как информационно-развлекательные, документально-развлекательные, образовательно-развлекательные» [3].

Информационно-музыкальные, развлекательные передачи в истории национального телевидения начинают внедряться к концу 80-х годов. К 1988-1989 годам утром каждого воскресенья стала демонстрироваться утренняя передача «Субкидам» («рассвет»). В течение года она шла в эфир только по воскресеньям. Через год ее название изменилось на «Ассалому алайкум». Она стала популярной, на нее приходит очень много писем.

Известно, что у 92% стран мира существуют утренние программы, которые выходят в эфир от 45 до 160 минут. Изменения, происходящие на уровне мирового телевидения и вошедшие в национальное телевидение, можно заметить на примере данной выпуска. Ибо до выхода подобного рода передач не было таких, которые сочетали бы в себе информацию с отдыхом. Сегодня большинство развлекательных передач телеканалов захватывает и узбекистанскую аудиторию, последствия чего остро ощущаются, ибо они до сих пор оказывают влияние в виде информационного и духовного давления.

В такой борьбе ТВ всегда занимает высокое место. Возникает острая потребность в достойных произведениях профессиональных журналистов, которые создаются на основе всесторонне полноценного сценария, ни чем не уступающего зарубежным телевизионным проектам, которые

выше по качеству от зарубежных программ и способны вступать в творческий спор по положительному влиянию на вкус, уровень развитости, круг мышления и духовность молодежи, оказавшейся в плену «массовой культуры» под влиянием мирового телевидения.

Велико влияние на аудиторию, казалось бы, безобидных на первый взгляд привлекательных выступлений средств массовой информации, а именно, облеченных в красивые пейзажи многосерийных кинопродукций и телесериалов через интернет, радио и телевидение. При этом некоторые зарубежные телеканалы основное внимание уделяют воздействию на умы и сердца подрастающего поколения молодежи. С биологической точки зрения личность настолько же нуждается в отдыхе, насколько она предрасположена к интеллектуальному развитию. Человеку, изучившему азы информационной безопасности, известно, что в основе передачи, которой наслаждается телезритель, может присутствовать информационное давление, духовная зависимость. Следовательно, перед творческими работниками национальных телеканалов встает ряд задач по удержанию перед экранами местного населения, которое спешит к просмотру зарубежных телеканалов, которые привлекают богатством новых подходов и ракурсов в способах подачи информации. Однако, иногда, вместо предупреждения таких ситуаций, создаются телепрограммы подражательного характера, повторяющие некоторые зарубежные телепередачи.

По мнению Герберта Шиллера, работавшего в 1970-2000-е годы профессором Калифорнийского университета в Сан-Диего, или Сан-Паулу, «цель американских СМИ состоит не в том, чтобы зритель из Индонезии, Италии или Индии разобрался в интригах сериалов «Даллас», «Бонанца» или «Друзья», а в том, чтобы «в этих странах открыть рынки и позволить американским корпорациям захватить максимальную долю мирового рынка» (Hirbert Schiller, 1992, с.1)» [4]. Продолжая свою мысль, он также утверждает, что для повышения эффективности телепередач выбираются электронные СМИ как самый доступный и приемлемый способ передачи информации посредством внедряемых развлекательных выступлений. Им также отмечается высокая роль средств массовой информации в условиях рынка. У развлекательных

передач весьма много зрителей. От подобного рода проектов можно воспользоваться и в целях рекламы разнообразных продукций и услуг.

В развитии телевидения Узбекистана большое влияние оказывает Россия. После распада Союза на российском телевидении произошли большие изменения и оно стало работать, исходя из требований рыночной экономики. В свою очередь, и российские СМИ испытывают влияние СМИ Запада. Когда ведется речь о телевидении, то нельзя не отметить то, что оно возникает как сильный стимулятор рекламы и коммерции и рассматривается как самый приемлимый способ предоставления товаров и услуг.

Возникновение платного телевидения, использование информационных реклам, распространение рекламной продукции в рамках кино и сериалов приносит большие доходы рекламодателям. По этой причине увеличивается количество коммерческих телевидений и передач.

Вхождение коммерции в телевидение наблюдается и на национальных телеканалах. Налаживается реклама товаров и услуг. Разработаны правовые основы и нормативы подачи реклам. Возникли специализированные коммерческие телепередачи. Все это можно считать серьезными новоявлениями, которые нашли свое место на телевидении Узбекистана в конце XX - начале XXI веков.

При презентации рекламы на товары и услуги предприятий и организаций выбираются те передачи, которые привлекают массового зрителя. Прибыль, поступающая от рекламы, зависит от зрелищности телесериалов. Повышение качества программ и предоставление зрителям самых лучших проектов является основной целью творческих групп. Самая известная в мире телекомпания КВС основную прибыль (95%) получает от рекламы. Если качество передач и фильмов не очень высокое, то никакая частная компания или организация не даст свою рекламу. Следовательно, для этого, прежде всего, требуется улучшение содержания и качества выступлений на экране.

В России подача программ под знаком какого-либо товарного знака или с участием знаменитых личностей становится обычным явлением. Это понятно, потому что зрительский интерес к жизни знаменитостей всегда высок. Такие развлекательные

телепрограммы, как «Аншлаг», «Армейский магазин», «КВН», «Марафон -15», «Поле чудес», «Смехопанорама», «Тема», «Что? Где ? Когда?», «Угадай мелодию», «Я и моя собака», приносят рекламодателям большую прибыль.

Господство американских СМИ идет рука об руку с господством американцев в сфере развлечений: кино - американское, телевидение - американское, американцы - это большая часть музыкального бизнеса. Западное общество находит средства финансировать киноиндустрию, проводить глобальные рекламные кампании, создавать и тиражировать многочасовые «мыльные оперы». Конечно, нужно признать, что идеология, которая распространяется вместе с этой продукцией, весьма туманна, наполнена нюансами, а иногда и прямо противоречит основным целям частного капитала» [5].

Следующим нововедением в современных телепрограммах является предоставление широкого места и пространства кинодемонстрациям. Согласно результатам опроса, проведенного среди зрителей, самый высокий рейтинг (81,9%) показали телепередачи трех направлений - кинодемонстрационные, информационные и развлекательные программы. К их числу относятся телепрограммы «Поле чудес», «Городок», «Сам себе режиссер» и другие [6].

То, что большинство вышеназванных программ считается кинодемонстрациями, является результатом требований аудитории.

Рекреативные функции СМИ, в частности ТВ, в определенной степени зависимы от факторов увеличения доходов и свободного времени у людей.

Появление в большом количестве изданий (газет, журналов), новых программ в эфире и на экране за последние годы, во-первых, является доказательством и результатом повышения рекреативной функции СМИ. Во-вторых, это обуславливается также предпочтением легких тем, которые быстрее привлекают внимание большинства, стремлением избежать расходов на освещение и печатание серьезных новостей из области политики, экономики и социальной жизни, а также кризисом серьезных тем и увлечением демонстрацией скандальных и непристойных зрелищ. Все это, в целом, является важной тенденцией развития мирового телевидения.

Всесторонний анализ обновлений, происходящих в современной мировой и национальной тележурналистике, позволяют сделать следующие выводы:

- тележурналистика переживает процессы стремительных изменений;

- дух взаимной конкуренции, борьба за аудиторию требует от журналистов находчивости, профессионального мастерства;

- на фоне общих изменений специализация в национальной тележурналистике оказывается неизбежной и закономерной;

- тенденции к изменениям наблюдаются как на государственных, так и на негосударственных телеканалах;

- изменения в жизни общества оказывают серьезное влияние на психологию населения; у людей усиливается склонность к передачам в развлекательном духе. На основе подобных требований на телевидении возник, окреп и сформировался цикл рекреативных передач.

Следовательно, наблюдая за нынешними изменениями в мире телевидения, следует отметить, что такие социальные процессы, как глобализация, специализация, коммерциализация, приватизация и цифровизация оказывают свое воздействие на деятельность журналистов, на их творческое мастерство. В результате на телеканалах увеличилась реклама товаров и услуг, усилилось использование их в коммерческих целях. Стали готовиться передачи, исходя из требований и запросов общественности. Желание аудитории хорошо отдохнуть все шире находит свое отражение в телепередачах. Расширение сети развлекательных передач и проектов, связанных с музыкой, кино и шоу-бизнесом, привели и ведут к большим изменениям в современной тележурналистике.

#### **Литература:**

- 1 *Абдуазизова Н.* Мустақил Ўзбекистан журналистикаси тарихи. - Т.: Академия, 2007. - Б.11.
- 2 *Гидденс Э.* Социология. - Т.: Шарк, 2002.
- 3 *Винтерхофф-Штурк П.* Медиапсихология. Основные принципы: пер.с нем. - Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. - С. 253.

- 4 Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной / под ред. Е.Л. Вартановой. - М.: Аспект Пресс, 2004. - С.177.
- 5 Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной / под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: Аспект

Пресс, 2004. - С.179.

7 Система Средств Массовой Информации России / под редакцией Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2001. - С. 29.

Мақала Өзбекстандағы телеарналардың идеологиялық және үгіт қызметіне арналады. Телевизияға коммерциялық нарық енгізілгендіктен көрермен аудиториясының өзгеруі, жарнама үлесінің артуы, салалық арналардың дамуы қарастырылған. Қазіргі телебағдарламалардың реперативті функциясының артуы басты үрдіс саналуы мынадай себептермен айқындалады: 1) тұрғындар кірісінің артуы; 2) бос уақыттың көбеюі; 3) телеарналар арасындағы бәсекелестіктің артуы; 4) көрермендердің сауық бағдарламасына қызығушылығы артуы.

Article is devoted to disclosure of ideological and propaganda force of TV channels in general and Uzbekistan in particular. It is shown, how the spectator audience at the present stage in connection with introduction of the commercial relations on television changes, is told about growth of advertizing and perspective specializations of channels.

Important tendency of modern TV programs is sharp expansion of their creative function. It became possible for several reasons: 1) growth of the income of the population; 2) increase in number of free time; 3) the competition between TV channels; 4) steadily increasing tendency of the viewer to transfers of entertaining type.

## Формы организации документальных материалов на ТВ

О. Ложникова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 654.197

**Аннотация.** Известно, что единой теории документального кино не существует, хотя теоретических работ о нем написано немало. Автора интересуют особенности документального кино как жанра телевизионной журналистики. В основе жанрового деления учитывается способ отражения реальной действительности, функциональные особенности тех или иных телефильмов, тематическое своеобразие, технические условия создания телепроизведения.

### Теория документального кино.

Учебное пособие «Типология жанров современной экранной продукции» определяет понятие «фильм» как «завершенное документальное или игровое произведение с сюжетом и/или фабулой достаточной длительности (от 10 до 60 минут в документальном и от 30 минут до 2 часов в художественном фильме, причем длительность многосерийного произведения м.б. значительно больше), готовое к показу в записи (копии), также одна из двух форм фиксации телевизионного произведения» [1]. Такое определение представляется несколько упрощенным. Следует отметить,

что вопрос хронометража играет не столь существенную роль в проблеме выделения телефильма в потоке документалистики, где «сейчас даже трехминутный репортаж принято называть фильмом, что вызывает смех у профессионалов. И дело не в продолжительности - есть примеры талантливых фильмов длиной в 60 секунд». Соглашаясь с тем, что любой фильм - это, прежде всего, завершенное произведение, в качестве уточнения следует добавить, что это, в первую очередь, такое произведение, которому свойственны определенные драматургические принципы, такие,

как наличие героя, конфликта, динамики в развитии действия. Разницу между телевизионным документальным фильмом и программой наиболее точно сформулировал С. А. Муратов, пояснив, что, «в отличие от эфирной передачи, мы ждем от фильма более глубокого осмысления исследуемых явлений или постижения изображаемых характеров, не говоря уже о степени художественной организации самого материала - в противном случае, он просто не оправдывает тех творческих затрат, расходов пленки и времени, которые вложены в эту часть экранной продукции. К тому же, в отличие от передачи, фильм - произведение многократного использования. Разумеется, и любая передача может быть повторена не однажды, а неудачную картину иной раз и не следует показывать вообще, однако фильм изначально структурно задуман с таким запасом социальной и эстетической прочности, которая позволяет рассчитывать на его долголетие в сравнение, скажем, с текущими теленовостями» [2]. При этом нельзя не отметить, что на телевидении иной раз происходит намеренная подмена понятий: программы не самого высокого качества называются фильмом, так как это придает определенный статус и заявляет такое произведение как завершенную самостоятельную телекартину.

Как отмечает М.К. Барманкулов, «восстанавливать необходимо не только факт ушедший. Запечатлеть человека во время съемок так, чтобы он предстал, словно в жизни, - тоже задача не из легких» [3]. Хотела бы отметить, что в настоящее время казахстанская документалистика обращается именно к этому жанру: фильм-портрет. Наглядным примером является фестиваль документального кино, который прошел в марте 2011 года и был посвящен 20-летию независимости Республики Казахстан. С 1 по 7 марта в кинотеатре «Цезарь» прошел недельный показ документальных фильмов казахстанских режиссеров. Организацию фестиваля взял на себя «Казахфильм» имени Шакена Айманова, который, как известно, выпускает в год порядка 30-40 документальных фильмов на различные темы. Недельная тематика казахстанского кино была расписана по дням. Это истории о жизни выдающихся людей - историков, ученых, музыкантов, писателей, поэтов. Также прошли встречи с создателями и героями картин - Бибигуль Тулегеновой, Муратом Ауэзовым и многими другими. Одним из событий фестиваля стал

документальный фильм-портрет режиссера Александра Головинского «Мухтар Ауэзов - Трагедия триумфатора». Фильм повествует о нелегкой судьбе великого казахского писателя Мухтара Ауэзова, о его жизни и творчестве. Автор сценария - Николай Анастасьев. По признанию режиссера картины А. Головинского, создание ленты стало возможным только благодаря одноименной книге Н. Анастасьева. «Идея о создании документального фильма возникла в процессе прочтения данной книги. Это прекрасное произведение стало источником вдохновения для меня. Выход в свет картины стал возможным благодаря тесному сотрудничеству с Муратом Ауэзовым и Дияром Кунаевым. Они выступили главными консультантами фильма», - отметил режиссер.

Запомнился и фильм-портрет о народном артисте РК, лауреате Государственной премии Сабите Оразбаеве. За всю свою творческую деятельность Сабит Конарбаевич Оразбаев придерживался одного мнения: «Нет лучше места на земле, чем родная казахская земля». Именно это выражение легло в основу документального фильма «Омир-дастан». Режиссером-постановщиком и оператором-постановщиком является Казбек Америкжанов. Создателей картины, самого героя фильма зрителям представил Ермек Аманшаев, президент АО «Казахфильм имени Шакена Айманова». В зале присутствовали члены семьи актера, коллеги и многочисленные поклонники его таланта. В фильме были использованы фрагменты из многих спектаклей Казахского государственного академического театра драмы имени М. Ауэзова, отрывки из старых и современных фильмов с участием актера.

Документальная кинолента режиссера Жанибека Жетируова «Гражданин мира» рассказывает о выдающемся ученом Торегельды Шарманове, который сделал стремительную карьеру и был признан мировым сообществом, Сняли картину киностудия «Казахфильм» им. Шакена Айманова и ТОО «Студия Гафу» по заказу Министерства культуры РК. Торегельды Шарманов родился 19 октября 1930 года в совхозе Улытау Карагандинской области. Ученый, гигиенист-нутрициолог, доктор медицинских наук, профессор, академик Национальной академии наук РК, Академии медицинских наук СССР, Российской



академии медицинских наук, Академии профилактической медицины РК, Академии валеологии РК. Известный ученый награжден орденами Октябрьской революции, Дружбы народов, «Парасат». Он лауреат Государственной премии РК, независимой премии «Платиновый Тарлан» в номинации «Наука». В 2005 году за выдающийся вклад в мировое здравоохранение получил высшую награду Всемирной организации здравоохранения - медаль им. Леона Бернарда. Непростая биография Торегельды Шарманова не раз становилась сценарием к фильмам разных жанров. На кинолентку переносили его работу, личную жизнь и тернистый путь, который прошел профессор. Но в роли гражданина мира на большом экране Торегельды Шарманов не появлялся никогда. И в этой документальной ленте режиссер сумел уловить и передать самые важные моменты. Как отметил главный редактор киностудии «Казахфильм» Дидар Амантай, «данные документальные фильмы посвящены научным, а также другим подвигам великих людей Казахстана. Фильмы в основном состоят из их биографий, а также их жизненного пути. В данных фильмах описывается не только их труд, но также их общественная гражданская позиция» [4].

Документальный телефильм может быть многосерийным, другое название такого фильма - документальный сериал, который стал в последние годы распространенной формой существования документального фильма на телевидении.

Хотела бы привести в пример казахстанский документальный сериал «Казахстанский путь: хроника независимости», снятый к 20-летию независимости Республики Казахстан. В апреле 2011 года по казахстанским каналам показали фильм из 8 серий, в которых рассказывается история становления независимой страны, как по кирпичику строилось суверенное государство Казахстан. «Мы постарались выбрать наиболее яркие и динамичные факты, обозначающие вехи в новейшей истории Казахстана. Мы долго работали над этим фильмом, снимали в тех местах, где проходили (исторические) события, ездили по всей стране. Этот фильм снимался трудно, даже физически. Мы спрашивали себя: «Если нам трудно снимать просто фильм, то каково было Президенту 20 лет строить страну?», и это придавало нам силы», - рассказывает ведущий российский политолог Юрий Солозобов. «Если

после просмотра этого фильма вы увидите, что история Казахстана стала вам ближе, что вы воспринимаете, чувствуете ее как историю своей родной страны, значит, фильм удался, нам удалось донести до зрителя частичку нашего сердца», - отмечает соавтор передачи [5]. Фильм снят при поддержке и содействии пресс-службы Президента РК.

Говоря о разовых программах на телевидении, следует вернуться к вопросу об отличии телевизионной программы от фильма. Чтобы в сложившейся на сегодняшний день ситуации на телевидении, когда практикуется подмена понятий в обозначении формы документальной продукции, отличить программу от фильма, следует учитывать важное сравнение, сделанное С. А. Муратовым: «программа и телефильмы - не что иное, как две стадии одного процесса, они находятся в таком же постоянном взаимодействии, в каком пребывают между собой руда и сталь» [6]. Другими словами - фильм представляет собой более совершенную форму как по степени художественной организации, так и по глубине осмысления исследуемых явлений и/или постижения изображаемых характеров. Если для зрителя в большинстве случаев не принципиально, смотрит он в данный момент программу или фильм, то для профессионалов это становится важным вопросом. Так, ведущая радио «Эхо Москвы» Ксения Ларина в одной из дискуссий отметила, что «документалисты старшего поколения пребывают в оскорбленном состоянии, потому что сейчас все, что по телевизору показывают, подписывают «документальный фильм». Но на самом-то деле, и вы это сами прекрасно знаете, 70% из того, что выдается за документальный фильм, таким не является, а является телевизионной передачей того или иного качества» [7].

По справедливому утверждению Юрия Хашеватского, «настоящий фильм всегда уникален», а, следовательно, вряд ли может быть поставлен на поток. Однако на многих телеканалах в специально отведенное время регулярно появляются биографии, именуемые фильмами: «Муслим Магомаев. Страсти по королю», или, к примеру «Этот пылкий влюбленный. Владислав Стржельчик». В большинстве случаев, за редкими исключениями появления в эфире полноценных фильмов, полностью соответствующих при-

веденным выше определениям, подобные экранизации чаще облекаются в форму программы.

В отличие от документального сериала, в котором серии объединяет наличие общих героев, единство места и времени, а также последовательность действия, цикл - это «две и более передачи, посвященные одной проблеме» [8]. Таким образом, каждая отдельная программа цикла может рассматриваться и как разовая, являясь законченным произведением, посвященным конкретной теме и/или конкретному герою.

Цикл программ традиционно стал самой востребованной формой теледокументалистики. Главная причина большей успешности циклов в сравнении с документальными телефильмами в том, что «документальный фильм не формирует своей аудитории, как цикловая телепередача. Каждый раз необходимы расчет и реклама. Если этого нет, значит, фильм смотрят случайные зрители. В отличие от фильма, у каждой программы цикла, как правило, одно и то же время выхода в эфир, что способствует формированию собственной аудитории. Среди наиболее масштабных документальных циклов на современном телевидении можно отметить такие, как «Лубянка» и «Кремль-9» (Первый канал). Несмотря на то, что каждая из программ цикла, как правило, имеет собственное название и нередко состоит из нескольких частей, данные циклы, исходя из приведенных выше аргументов, все же разумнее именовать циклами программ, нежели циклами фильмов.

Надо заметить, что цикл фильмов - достаточно редкое явление на телевидении. Однако на казахстанском ТВ такие примеры есть. Один из них - документальный цикл «Линия судьбы» режиссера Игоря Гонопольского. Известный мастер-документалист снимает фильмы не только о выдающихся личностях, но и о знаковых культурных ценностях Казахстана. Его фильмы «Полюбите моего Бауыржана» о великом военачальнике, «Халык Кахарманы» Бауыржане Момыш-улы, «Театр моего детства» о театре юного зрителя им. Натальи Сац и другие объединяет публицистическое начало. Оно заключается в том, что казахстанцам, особенно молодым, нужно знать свою историю, помнить о замечательных людях, которые внесли свой вклад в культуру, науку, экономику нашей страны. От фильмов-портретов цикл «Линия

судьбы» отличается тем, что в нем присутствует так называемый «сквозной образ», объединяющий все фильмы - это образ человеческой судьбы, каждая из которых в итоге становится судьбой целой страны.

Среди документальных циклов на современном телевидении нельзя не отметить также особый пласт репортажной документалистики. «Как репортаж, жанр событийный, превращается в фильм, жанр художественный?» - пишет в книге «Телевидение: деньги или власть?» М. К. Барманкулов. - «Ответ на этот вопрос не из легких. Тем более, что здесь пролегла эстетическая грань: одни считают, что факт - это все. Другие достаточно пренебрежительно относятся к информации и полны восторга к очерку. Об этом парадоксе хорошо говорит британский журналист Дэвид Рэндалл в книге «Универсальный журналист» в главе «Новости против очерков»: многие «считают информационные сообщения сухим, скучным и безличным жанром, а очерки - более живым и не скованным формой. Другие рассматривают репортера как серьезного собирателя «фактов», а очеркиста - как человека, который слоняется по комнате, сочиняя изящные фразы неизвестно о чем» [9].

По телевидению можно увидеть и произведения документального кинематографа. По словам Виталия Манского, популярность документального кино уступает телевизионным аналогам потому, что «документальное кино - это философия, высшая математика, классическая и авангардная музыка. Документальное кино не только сложнее делать, его сложно и воспринимать» [10]. Следует, однако, заметить, что когда в конце 90-х телевидение стало вновь проявлять интерес к забытой на время документалистике, начало было положено именно показом документального кино. В начале была инициатива ОРТ -проект «Реальное кино», в рамках которого тогда показывались лучшие картины отечественных документалистов. Именно потому, что кинодокументалистика, действительно, вряд ли может обеспечить телевидению высокие рейтинги, регулярные показы документального кино демонстрируют, скорее, гражданскую ответственность телеканала, нежели стремление к коммерческой выгоде. Пока фактически единственным признавшим эту ответственность является государственный канал «Культура». Свободный от рейтингов за счет государственного финансирования, канал «Культура» может себе позволить

выделить под документальное кино особое место в программной сетке. В одном из интервью Александр Власов, руководитель студии документального кинопоказа канала «Культура», так охарактеризовал работу в этом направлении за последнее пятилетие: «мы стали показывать документальное кино в том объеме, какого оно заслуживает. За это время показали более двух тысяч фильмов, практически всю нашу российскую классику, а также огромное количество работ западных режиссеров. Кино Франции, Голландии, Китая, США, Великобритании» [11]. Несмотря на то, что на «Культуре» развилось собственное производство документальных фильмов и программ, концепция в отношении кинодокументалистики осталась неизменной. Это фактически единственный канал, на котором можно увидеть фильмы таких отечественных режиссеров, как Виктор Лисакович, Сергей Мирошниченко, Алексей Погребной, Виктор Косаковский и других. Зрители, имеющие доступ к спутниковому телевидению, могут смотреть документальное кино по круглосуточному специализированному каналу «24ДОК» в составе расширенного пакета НТВ+.

Я бы хотела рассказать о впечатлении, которое произвел на меня документальный фильм «Подари детям жизнь», показанный по телеканалу «Хабар» в мае 2011 года. Это фильм о благотворительной работе, которой занимается «Добровольное общество милосердия», сокращенное название - «ДОМ». Понятие «благотворительность» вызывает много вопросов - как работают фонды? Куда идут деньги? Как привлекаются пожертвования? Действительно ли средства расходуются по назначению? Кому вообще помогают, и как убедиться, что именно этим детям нужна помощь? Что происходит после того, как помощь была оказана? Как живут эти дети и что хотят сказать их родители людям, которые им помогли? Ответить на эти вопросы попытался документальный фильм, созданный режиссером Игорем Гонопольским и автором Жанной Балакаевой. Впервые в Казахстане создано документальное кино, которое раскрывает благотворительность со стороны тех, кому нужна помощь, тех, кто помогает детям, и тех, кто «помогает помогать». Все это в рамках одной народной акции «Подари детям Жизнь». Герои фильма - те, кому нужна помощь - дети со сложными диагнозами и их семьи. В фильме, как

говорят его создатели, две жизни - до операции и после. Документальный фильм «Подари детям жизнь» собран из историй больных ребят, переживаний родителей и комментариев врачей. Все герои и истории реальны.

Фильм снимали три месяца. В итоге набрали материала на тридцать часов. Из него собрали час самых ярких историй и показали алматинцам. По словам режиссера Игоря Гонопольского, это неигровое кино снимать было сложно, потому что это сама жизнь. «На монтаже мы не сидели сухими, грубо говоря. Мы все время плакали. Это невозможно. Потому что у всех у нас дети, у меня внуки. И не дай Бог.»

За три года казахстанцы собрали на операции миллион четыреста тысяч долларов. В итоге спасли 241 жизнь. Как сказала перед показом фильма Аружан Саин, директор ОФ «Добровольное общество милосердия», «Мы хотели показать, чтобы люди увидели, что происходит с теми детьми, как это меняет жизнь семьи. Представьте, или ребенок умрет, или вон они бегают все здоровенькие и веселые! И будут они жить и работать на благо нашей страны!» [12].

Современное документальное кино видоизменилось: сейчас это не только хроника, но и интересная подача исторического, этнографического, музыкального, культурного наследия любой страны. Любой инвестор, желающий прийти в Казахстан, захочет узнать как можно больше о стране. И самой доступной и короткой формой презентации мог бы стать документальный фильм, который показывали бы и зарубежные телеканалы. Ситуация с документальным кинематографом в настоящий момент в Казахстане характеризуется рядом очевидных проблем, которые являются следствием существенного разрыва: при объективном росте потребительского спроса на документальное кино отсутствуют механизмы продвижения, происходит заполнение экранного пространства зарубежным предложением. Вследствие этого происходящего оттока казахстанских документалистов на более высокодоходные, но менее содержательные рынки (продвижение интересов разного рода частных заказов, в т. ч. зарубежных) и на телевидение, где пока наиболее востребованы жанры журналистских расследований и съемки репортажного характера, происходит «обмеление» как профессиональной корпорации документалистов, так и ослабление

культурной функции неигрового кино. Налицо недостаток агентов формирования культурной политики средствами документального кино, недостаток четкости в вопросе о содержании новой идеологии, культурного образа, послания, осуществляемого в кино и через кино в Казахстане и мире. По словам Алии Увальжановой - ведущего специалиста в области современной отечественной кинематографии - в развитии документального кино наблюдаются следующие положительные тенденции: растущий интерес общества к историческому прошлому Казахстана, актуализации визуальной информации, отражающей реальные картины прошлого и настоящего, судьбы и портреты человека, идеалы Казахстана, что определяет высокую востребованность документального кино в современной отечественной культуре и в сфере образовательной деятельности; творческие усилия кинодокументалистов - авторов документальных фильмов, ставших мощным средством просветительства и воспитания народа; деятельность архивистов по собиранию и сохранению в составе Архивного фонда Казахстана массива кино-, фоне- и фотодокументов - источниковой базы для воссоздания достоверного зримого образа исторического прошлого.

Вместе с тем документальное кино, пройдя определенный путь достаточно успешного развития, в условиях тотальной коммерциализации переживает кризис: разрушена действовавшая государственная структура кинопроката. Телевидение, Интернет, спутниковые и цифровые каналы вещания заполнила, как правило, псевдодокументалистика, научно именуемая «мюкьюментари»; в условиях ускоренного процесса телепроизводства, исключая затраты времени на необходимые исследования сохранившейся архивной кинохроники, нередко создаются и под видом документального кино зрителю предлагаются

фильмы, основанные на непроверенных «эффектных» кадрах, монтаже, смещающем пространственно-временные параметры исторических фактов, формируется мифологическое сознание общества; недостаточно изучаются нормы духовно-нравственного подхода к воспроизведению визуальной информации, тем самым разрушается культуuroобразующая среда традиционной жизни народа; отсутствует госорган, определяющий государственную политику в области создания исторически достоверной кинолетописи эпохи и направляющий деятельность кинодокументалистов.

### Литература:

- 1 Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: Институт современного искусства, 2005. – С.35.
- 2 Муратов С.А. Пристрастная камера. - М.: Аспект Пресс, 2004. - С.86.
- 3 Барманкулов М.К. Телевидение: деньги или власть?. - Алматы: Санат, 1997. - С. 220.
- 3 [www.khabar.kz](http://www.khabar.kz)
- 4 [www.khabar.kz](http://www.khabar.kz)
- 5 Муратов С.А. Пристрастная камера. - М.: Аспект Пресс, 2004. - С. 96.
- 6 [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru)
- 7 Телевизионная журналистика. - М.: Высшая школа, 2006. - С. 25.
- 8 Барманкулов М.К. Телевидение: деньги или власть? - Алматы: Санат, 1997. - С.223.
- 9 Историческая документалистика: развлечение или познание. Интервью с Л. Парфеновым // Программа «Телехранитель» / Радиостанция «Эхо Москвы». [www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru)
- 10 [www.khabar.kz](http://www.khabar.kz)
- 11 [www.khabar.kz](http://www.khabar.kz)

Деректі фильм туралы аз жазылмағанымен, біртұтас теориялық еңбек жоқ. Авторды деректі фильмнің тележурналистика жанры ретіндегі ерекшеліктері кәсіптік ірады. Жанрға бөлу негіздерінде өмірдің шынайы көрінісі, телефильмнің функционалдық табиғаты, тәсілдерінің өзіндік ерекшеліктері, телешығарманы жасаудың техникалық талаптары қарастырылады.

It is known that a unified theory of documentary film does not exist, although the theoretical works written about him a lot. Particularly interested in the author's documentary film as a genre of television journalism. At the heart of the genre division takes into account the way the reflection of reality, the functional characteristics of various TV films, thematic originality, technical specifications cos -denmark television productions.

Н. Хакимова

**Освещение проблем молодежи Узбекистана на телевидении**

Национальный университет имени Мирзо Улугбека, Узбекистан, г. Ташкент

УДК 654.197(4/9)

**Аннотация.** Эта статья изучает проблемы молодежи в национальном телевидении и радиовещании Узбекистана. Исследуются сериалы, программы, которые предназначены для детей, подростков и молодежи, эффект психологического воздействия. Степень анализа молодежных проблем в новостях, образовательных и развлекательных программах, роль профессиональных навыков журналиста и ассистента режиссера в подготовке и усовершенствовании специальных программ.

**Проблем молодежи Узбекистана.**

Сегодня духовный мир молодых людей, их психология и мировоззрение в немалой степени формируются под влиянием различной по тематике и направлениям телепродукции. В современных условиях интенсивного увеличения информационных потоков, усиления политического, социального, нравственного воздействия роль телевидения еще больше возросла. Недопустимость распространения среди молодежи образцов «массовой культуры», необходимость формирования у них чувства уважения к общечеловеческим и национальным ценностям, возрождение чувства гордости за свою историю и народ, воспитание у них национального достоинства ставят перед журналистами важные задачи, возлагая на них особую ответственность.

Исходя из значимости вышеперечисленных задач, а также в целях привлечения внимания общественности к проблемам молодежи, углубления реформ в сфере молодежной политики 2010 год в Республике Узбекистан был провозглашен Годом гармонично развитого поколения. Соответственно этому более разработана долгосрочная Государственная программа по обеспечению формирования всесторонне развитого подрастающего поколения информационной эпохи.

В Программе одним из важных направлений определено «осуществление комплекса мер по утверждению среди молодежи принципов здорового образа жизни, ограждению ее от наркомании, безнравственности, пагубных воздействий, угроз и влияний, проникающих извне различных пороков низкопробной «массовой культуры»» [5,9]. Для реализации этих установок творческими работниками телеканала «Yoshlar» («Молодежь»)

Национальной телерадиокомпания Узбекистана, начиная с 2010 года, был предпринят ряд эффективных мер. В частности, в эфир вышел цикл телепередач критического характера «Болалар ва балолар» («Дети и беды»), «Суид-қасд» («Суицид»), «Оханг ва офат» («Гармония и напасть»), «Алло, оғох булинг!» («Алло, будьте бдительны!»), «Эхтиёт булинг, мультфильм!» («Будьте осторожны, мультфильм!»), «Оғох булинг! Экрандаги олабужи» («Будьте бдительны! На экране страшилище»), «Садака радди бало(ми?)» («Подаяние - бич (ли?)») и другие. В них получили необходимое освещение такие злободневные проблемы современности, как проникновение в сознание молодежи благодаря «массовой культуре», некоторых «новых» моделей восприятия окружающего мира, различные вредные воздействия на физическое здоровье и духовный мир юношей и девушек, а также трагические последствия этих воздействий. Особо следует заметить, что готовившийся на протяжении полутора лет данный цикл отличало стремление к отражению всех существующих в обществе точек зрения на затрагиваемые в передачах проблемы, вескость аргументов и творческий подход.

Участие в передачах широкого круга специалистов не только придало циклу большую убедительность, позволило давать рассматриваемым явлениям точные и обоснованные оценки, но и сделать необходимые прогнозы. Вышеназванные критические передачи вызвали большой общественный резонанс, и как следствие этого, повысился интерес к ним. Однако, Национальная телерадиокомпания ограничилась повторными

трансляциями данных программ. Новых выпусков цикла, к сожалению, не последовало.

Анализ сегодняшней телевизионной практики показывает, что наибольшую аудиторию собирают развлекательные программы. В какой же степени многочисленные ток-шоу, интеллектуальные игры и другие телевизионные действия отражают молодежную тематику, их интересы и проблемы? Способствуют ли они самовыражению юношей и девушек, раскрытию их способностей, повышению их кругозора и интеллекта? Удовлетворяют ли потребностям молодых людей в разноплановой, одновременной информации?

Большую часть развлекательных программ телевидения Узбекистана составляют викторины. В основе передач «Заковат» («Сметливость») на канале «Узбекистан», «Зийрак» («Смышленный»), «Интеллектуал аукцион» («Интеллектуальный аукцион») на канале «Ташкент» и других лежат вопросы из различных областей знаний, при помощи которых испытываются смекалка и находчивость молодых участников.

Программа «7x7», ранее выходившая под названием «Думай, ищи, найди!», рассчитана на подростков. В ней, помимо знаний, определенных школьной программой, участники должны продемонстрировать информированность о фактах, событиях, явлениях, обусловленную изучением дополнительного круга информационных источников, проявить любознательность и умение интересно излагать свои мысли. Соревнующиеся должны не только показать находчивость при ответах на сложные вопросы, смекалку при выполнении нестандартных заданий, но и сделать это четко и быстро. Подобные игры состязательного характера, независимо от того, проводятся ли они в форме интеллектуальной викторины или спортивного соревнования, направлены на формирование лидерских качеств у подростков, способствуют осознанию ими себя как личности.

По наблюдениям специалистов, к 11-15 годам в организме ребенка повышаются возможности физической и умственной деятельности. Вследствие этого, в психологии подростка возрастает активность. При этом у ребят усиливается интерес к занятиям спортом или овладению каким-либо ремеслом. Стремление как можно больше узнать об окружающем мире приводит, в свою очередь, к

тому, что ребенок начинает читать все, что ему попадает, без определенной цели. В этом плане наряду с родителями и учителями телеигры могут сыграть важную роль в направленности способностей и умственного потенциала подростка в определенную сферу деятельности.

Передачи «Заковат», «Зийрак», «Интеллектуал аукцион», будучи ориентированы на подростков и студенческую аудиторию, в силу особенностей этих возрастных категорий молодежи, основаны на более сложных условиях игры. Ведущий телеигры «Заковат» Абдурасул Абдулла-ев оценивает знатоков не только по правильности или неправильности их ответов на заданные им вопросы, но и по степени их стремления и упорства в поиске истины. Такой подход имеет большой воспитательный эффект для зрителей. К достоинствам передачи можно отнести и то, что в ходе телевизионной игры ведущий беседует с каждым участником о его семье, родителях, месте, где он родился, об учебе, увлечениях. Данный метод ведущего сокращает дистанцию между знатоками и зрителями, убеждает последних в том, что участники передачи такие же простые ребята, как их сверстники и соотечественники. Это, в свою очередь, порождает важную для общества и самой молодежной аудитории положительную тенденцию подражания знатокам. Молодые зрители начинают понимать, что победы знатоков - это результат условий и возможностей, созданных для молодежи в Узбекистане, в итоге у них тоже появляется желание продуктивно использовать эти возможности. В данном процессе важную роль играет «критичность и свобода мышления» [4, 201].

Завершение телеигры «Заковат» положительным результатом и для знатоков, и для их поклонников имеет сильный психологический резонанс. Если учесть, что авторы вопросов, присылаемых на передачу, в основном представители старшего поколения, к тому же люди самых различных специальностей и сфер деятельности, выигрыш молодых людей предстает не просто как победа участников игры над зрителями, она является ярким показателем места молодежи в обществе, ее статуса. Это повышает самооценку молодежи, придает ей уверенность.

В ходе анализа передач национальных телевизионных каналов Узбекистана мы пришли к

выводу, что по отношению к развлекательным программам передачи воспитательного, духовно-просветительского характера составляют большинство. К последним можно отнести «Хаёт тилсими» («Талисман жизни»), «Олтин мерос» («Золотое наследие»), «Ифтихор» («Гордость»), «Узбегим» («Я узбек»), «Узингни асра» («Береги себя») на канале «Узбекистан»; «Бахт формуласи» («Формула счастья»), «Ижод макта-би» («Школа творчества»), «Ватанпарвар» («Патриот»), «Корачик» («Зеница ока»), «Узбегим ёшлари» («Узбекская молодежь»), на телеканале «Yoshlar»; «Хаёт синовлари» («Испытания жизнью»), «Турмуш чоррахаларида» («На жизненных перекрестках»), «Ибрат» («Пример для подражания»), «Истьедод» («Талант»), «Тошкент окшомлари» («Ташкентские вечера») на канале «Ташкент».

Передачи «Хаёт тилсими», «Бахт формула-си» и «Ибрат» по тематической направленности и способам донесения информации до зрителей похожи. В основе их лежат поучительные истории о жизни, семьях, достижениях знаменитых людей, личностях, которым хочется подражать.

Программу «Бахт формуласи» по форме подачи материала можно отнести к ток-шоу. И хотя это телевизионное действо не соответствует всем параметрам интерактивных жанров, опора при его подготовке на триединство «герой - ведущий - участники» свидетельствует о своеобразном подходе автора к трактовке темы.

«Ток-шоу считается интерактивным телевизионным жанром, - пишет Амирулло Каримов. - В нем анализируются различные жизненные проблемы, события и явления, требующие своего решения важные вопросы» [1, 65]. Каждому выпуску подбирается новая тема, обсуждаются связанные с ней проблемы. «Зрители не всегда вовлекаются в разговор, иногда их участие ограничивается аплодисментами, смехом, возгласами удивления — это создает особую атмосферу публичности, дает «эмоциональную подсказку» телезрителям» [3, 189].

В передаче «Бахт формуласи», в отличие от других интерактивных программ, одна тема раскрывается на примере судеб нескольких героев. Ведущая Мухаббат Хамраева хоть и пользуется стилем ток-шоу, основное внимание уделяет воспитательным, духовным аспектам темы. Участники

программы - известные люди искусства и их жизнь показывается как пример для подражания.

Автор передачи «Корачик» Нозима Вохидова стремится осветить отношения между молодым и старшим поколением, проблемы и непонимание, возникающие между ними. В каждом выпуске журналист поднимает темы «Подросток и родители», «В кругу друзей», «Учитель и ученик» и т. п. Отличительной особенностью программы является то, что общение между ведущей и героем ведется не в студии или ином специально оборудованном месте, а прямо на улице, на рабочем месте, в автомобиле. Естественность речи, непринужденность поведения - выигрышные моменты передачи. Именно они создают магию равноправного живого диалога.

В передаче «Узингни асра» также основное внимание уделяется проблемам молодых людей. Ее выпуск от 16 ноября 2011 года был посвящен вреду табачных изделий для здоровья человека. Эта же тема поднималась в программах телеканала «Yoshlar» «Болалар ва балолар» и «Суид-кад», вышедшие в эфир в феврале-апреле месяцах 2010 года. В них вред курения был обоснован авторами с научной точки зрения, дан всесторонний анализ данной проблеме. При освещении того или иного вопроса журналисты обычно опираются на мнение специалистов, собственные умозаключения соизмерять с их выводами. Это придает большую убедительность передаче, повышает ее действенность.

Следует особо отметить, что программы «Болалар ва балолар» и «Суидкад», кроме активной авторской позиции и интересных журналистских «ракурсов», отличает высокий уровень профессионализма режиссера и оператора. Исходя из названия передачи, они используют метод противопоставления. Сначала идут кадры, показывающие беззаботное детство: широкий двор, играющие среди цветов и улыбающиеся дети, спящий в бешике (узбекской колыбели) младенец - все это помогает раскрыть суть первых авторских слов. Затем в убыстряющемся темпе демонстрируются кадры с опасностями, проблемами для детей. Органичное сочетание музыки и изображения, также построенное на контрастах, смена интонаций в речи ведущего способствуют более яркому воплощению журналистской идеи.

Программа журналиста Хуршида Далиева «Огох булинг! Экрандаги олабужи» посвящена последствиям компьютерных игр, сводящих на «нет» живое общение между людьми, простые человеческие отношения, умение идти на компромисс, наблюдать окружающее своими глазами. Популярны сегодня у детей компьютерные игры Counter-Strike, Life-4, Alien Stars, содержанием которых являются жестокие, насильственные по характеру баталии, вызывают у них аутизм (стремление «уйти в себя», неспособность формировать эмоциональные отношения с окружающими), отстраненность от реального мира, нежелание решать насущные проблемы, безответственность, снижение способности к общению и т.п. Все это в совокупности нередко приводит к надлому организма ребенка как в физиологическом, так и в психологическом плане. Беспреданное мозговое перевозбуждение активизирует адрениновую систему, в результате нарушается деятельность сердечно-кровеносных сосудов и системы желудочно-кишечного тракта. Вследствие этого ребенок становится вспыльчивым, раздражительным, агрессивным. Таким образом, подросток, в организме которого в силу возраста и без того происходят сложные психофизиологические изменения, подвергается большей перегрузке и процесс его формирования заметно затрудняется.

Некоторые творческие работники, не осознающие в полной мере значения телевидения в наши дни, его бесспорного влияния на умы и сердца молодежи, превращают его в канал распространения

среди граждан неадекватной информации. Не утруждая себя изучением психологии аудитории, ее мотивов, интересов, потребностей, они выпускают на экран телепродукцию, иногда даже не удосужась толком отредактировать ее, подвергнуть анализу поднимаемые в передаче вопросы, и тем самым усугубляют психофизиологические и социальные проблемы молодежи. А ведь историей доказано, что в процессе политического и культурного развития телевидение как канал информационного обмена может стать эффективным средством воспитания, только выполняя прогрессивные, конструктивные функции.

#### Литература:

- 1 Современные проблемы аудиовизуальной журналистики. Сб. научных статей. - Ташкент: Научно-методический центр, 2008. - С. 65.
- 2 Каримов И. А. Юксак маънавият - энгилмас куч (Высокая духовность - непобедимая сила). - Ташкент: Маънавият, 2010. - С. 135.
- 3 Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. - М.: Высшая школа, 2002. - С. 189.
- 4 Газиев Э.Г. Психология онтогенеза. - Ташкент: Ношир, 2010. - С. 201.
- 5 Постановление Президента Республики Узбекистан «О государственной Программе «Год гармонично развитого поколения». - Ташкент: Узбекистон, 2010.

Бул мақалада Ўзбекистан ўлттық теледидар және радиохабарындағы жастар мәселелері қарастырылған. Балаларға, жасөспірімдерге және жастарға арналған сериалдар, бағдарламаларды зерттеп, олардың психологиялық эффект әсерін көрсетеді. Жаңалықтардағы жасөспірімдер мәселелерінің мәлімдеме дәрежесін, білім беру және көңіл көтеретін бағдарламалардағы, кәсіби журналистердің және режиссер көмекшісінің рөлдері арнайы бағдарламаларды дайындау және дамыту тәсілдері жетілдірілген.

the trainee-researcher-competitor of chair «A body and broadcastings» faculty of journalism of NUUZ of M.Ulugbek This article studies the broadcasting of youth issues in The National Televisions and Radio Company of Uzbekistan. TV-shows, programs that are directed to children and teenagers and their effects to young people are researched. Ass well, the degree of analyzing youth issues in news, educational and entertainment programs, the role of the professional skills of journalist and stage manager in

Д. Баймолда

**Қазақстандағы ақпараттық қауіпсіздік мәселесі:  
бүгінгі жағдайы және даму болашағы**



Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогика университеті, Қазақстан, Алматы қ.  
УДК 070

**Аңдатпа.** XX ғасырдың басты құндылықтарының бірі ақпарат болып табылады. Ал осы ақпаратты таратуда телевидение, радио, газет, журналмен бірге интернеттің де үлес салмағы артып келеді. Бұл үрдістердің қоғамдық сананың қалыптасуы мен өзгерісіне тигізер әсері мол. Осы тұста азаматтардың ақпараттық сауатты болуы аса маңызды болып табылады.

### **Ақпараттық қауіпсіздік мәселесі.**

Еліміз егемендік алған жиырма жыл көлемінде қоғам өмірінің барлық саласында қалыптасқан стереотиптер бұзылып, көптеген өзгерістер орын алғаны мәлім. Осындай өзгерістер жаңалық жаршысы болып табы-атын бұқаралық ақпарат құралдарында ерекше көрініс тапты. Бұған 70 жыл бойы үстемдік еткен Кеңестік цензураның алынып тасталуы, тәуелсіздікпен қатар қол жеткізілген шығармашылық еркіндік, нарық жағдайындағы баспасөз қызметіндегі жаңаша үрдіс, БАҚ түрлерінің көбеюіне байланысты ақпараттық кеңістіктегі бәсекенің күшеюі бір себеп болса, бұқаралық сананың жаңа деңгейге көтерілуі, аудиторияның бұқаралық ақпарат құралдарына қоятын талабының арта түсуі жалпы оқырман, тыңдарман, көрерменнің қабылдаушы ретіндегі талғамының да өсуі екінші себеп болды.

1990 жылдардың басында Қазақстанда небары 196 ақпарат құралы бар болған болса, бүгінде олардың саны 3 мыңға жеткен. Алайда осыншама БАҚ-тың 80 пайыздайы мемлекеттік емес көрінеді. Сол 80 пайыздай ақпарат құралдары ақпаратты Ресейден және оның мүддесіне орайластырылған үлгілерінен алып отыр. Елдегі телеарналардың 80 пайызы, тіркелген мерзімді басылымдардың 70 пайызы тек орыс тілінде ақпарат тарататындығын ескерсек, біз шетелдің ақпараттық «экспансиясы» астында қалып отырғанымыз шындық жағдай. Бүгінде қазақстандық телеарналар эфир-лік уақыттарының көбін бітпейтін көп се-риялы ресейлік, түркиялық не кореалық кино өнімдерімен толтыратын болды. Ресей Федерациясы 2000 жылы «Ақпараттық қауіп-сіздік доктринасын» бекітті. Осы 20 жыл ішінде Қазақстанда да мұндай доктрина жасалуы керек-ақ еді. Тіптен Қазақстанда ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ететін мемлекеттік және мақсаттық бағдарлама жасалмаған. Мәселен, ақпараттық қатынасты реттеуші АҚШ-та 500-ден астам, Ресейде 50-ден астам заң актілері жасалған. Ал Қазақстанда ақпараттық қауіпсіздік тұжырымдамасын қоспағанның өзінде, 1999 жылғы 15 наурызда

қабылданған «Мемлекеттік құпияларды сақтау туралы» жалғыз ғана заң бар.

Соңғы жылдары бұрынғы Кеңес одағы құрамында болған елдер арасынан Қазақстаннан басқа мемлекеттер ақпараттық қауіпсіздікке қатты мән бере бастады. Түркіменстан, Өзбекстан, Тәжікстан, Грузия ресейлік газет-журналдардың жергілікті өкілдіктерін жауып, орыс теле, радиоарналарының ретран-сляциясына шек қойып жатыр. Мәселен, Украинада «Русское радио» жабылған. Балтық жағалауы елдерінде ресейлік телеарналар мүлдем көрсетпейді. Ал Ресейдің елшілігі орысша газетке қол жеткізе алмай отыр. Грузия Ресей ықпалынан біржола айырылып, ұлттық баспасөзінің дамуына мемлекеттік деңгейде жол ашып, орыс тілді ақпараттың таралу көлемін түбірімен қысқартқан. Сондай-ақ Украина ресейлік кабельдік арналардың да украин тілінде сөйлеуін талап етіп отыр. Тәжікстан болса, Ресейден таралатын арналарды түгелдей жауып тек орыс тілінде бір ғана телеарнаны қалдырып отыр. Оның телехабарларын тәжік тележурналистері өздері дайындайды екен.

Бүгінде Ресейдің ақпарат құралдарына тәуелді болып отырған - Армения, Қырғызстан және Қазақстан.

Кезінде көрермендер алғысына бөленген, сол арқылы олардың үмітін оятқан «31-ші» телеарна бар еді. Ресейдің «СТС» деген медиакомпаниясы 31-ші телеарнаны сатып алғаннан бері, бұл арна шетелдің мүддесіне толық қызмет істейтіндігін сіз бен бізге ашық түрде байқатып отыр.

Ресейдің өзінде ақпараттық қауіпсіздік туралы доктрина қабылданған. Онда қауіпсіздіктің объектілері ретінде тұлға - оның құқықтары мен бостандықтары, қоғам - оның материалдық және рухани құндылықтары, мемлекет - оның конституциялық құрылымы, егемендігі және аймақтықтұтастығы депкөрсетілген. Ақпараттық қауіпсіздік демекші, 1988 жылы 26 маусымда қабылданған «ҚР ұлттық қауіпсіздік туралы» 233-1

заңның 1-бабында бұл ұғымға мынадай түсінік берілген: «Ақпараттық қауіпсіздік - мемлекеттік ақпараттық ресурстардың, сон-дай-ақ, ақпараттық саладағы тұлғаның құқықтары мен қоғам мүддесінің қорғалу жағдайы». Одан әрі «ҚР ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету» туралы 22-баптың 3-тармағында былай делінген: «Мемлекеттік органдардың, меншік түріне қарамастан ұйымдар, лауазымды тұлғалар және азаматтар мына жағдайларды болдырмау үшін барлық қажетті шараларды қолдануға міндетті: 1) Қазақстанның ақпараттық тәуелсіздікке түсуі; 2) басқа мемлекеттердің тарапынан ақпараттық экспансияның жасалуы; 3) ҚР Президентінің, Парламентінің, Үкіметінің және ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ететін күштерді ақпараттық құрсауда қалдыру». Енді осы заңның 5-тармағының 2-тармақшасында: «шетелдік бұқаралық ақпарат құралдарының ұлттық қауіпсіздікке қатер төндіретін мазмұндағы баспасөз өнімдерін, теле және радиобағдарларын таратуға тыйым салынады», - делінген. Ақпараттық қауіпсіздік «Қазақстан-2030» стратегиялық құжаттың да дамудың басым бағыттарының бірі ретінде көрсетілген. Өкініштісі, бұл ұғымдардың бәрі қағаз бетінде ғана күшіне ие болып отыр. Жергілікті халыққа өз елінде болып жатқан оқиғалар жайында толыққанды ақпарат бере алмау - алдағы уақытта ұлттық қауіпсіздігімізге орасан зор нұқсан келтіруі мүмкін.

«Шетелден енген ақпараттық экспансияға төтеп беру үшін отандық журналистиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру қажет. Бұл мәселені ұлттық қауіпсіздік тұжырымдамасы аясында қарастыруды жөн санаймыз» деген еді бірде БАҚ алдында берген сұхбатында бұрынғы мәдениет және ақпарат министрі Ермұқамбет Ертісбаев. Ақпараты өзге тілге тәуелді елдің толыққанды тәуелсіздікке қол жеткізуі екіталай. Украина, Өзбекстан, Әзірбайжан, Балтық жағалауы елдері ресейлік ақпарат тасқынына тосқауыл қоя алды. Ал біздегі жағдай мүлдем басқаша.

Қазақстанның оңтүстік аймағының Сары-ағаш, Қазығұрт және Мақтаарал қатарлы бірқатар аудандарында «Тошкент ТВ», «Өзбек-стан-1», «Яшлар», «Өзбек-узТВ», «30-канал», «Спорт», «Марказ» секілді өзбек телеарналары күндіз-түні хабар таратады. Бұл телеарналар жергілікті қазақ көрермендеріне не айтып, нені насихаттап жатқанын зерттеп жатқан мемлекеттік органдар да, әлеуметтік

институттар да жоқтың қасы. Өкінішке орай, еліміздің солтүстік облыстарындағы жағдай да осыған ұқсас. Айырмашылығы - солтүстік шекараға таяу аудандар орыс мемлекетінің телеарналарын үзбей көретіндігі ғана. Мысалы, Қостанай облысының Мендіқара, Ұзынкөл, Қарабалық аудандарының тұрғындары қазақ телеарналарының орнына Ресейдің үш-төрт телеарнасын тамашалайды. Енді қазақ көрермендерінің «жүрегін жаулауға» қытай телеарналары да білек сыбана кіріскендей. Алматы және Шығыс Қазақстан облыстарының өзінде кабельді арна арқылы Қытай мемлекеттік телеарнасы қазақ, ұйғыр және қытай тілдерінде хабар таратып жатыр. Бұл жағдай елдігімізге сын, халықтың сана-сезіміне әсер етіп, мемлекетіміздің саясаты мен қауіпсіздігін қамтамасыз етуге кері әсерін тигізуі мүмкін.

Кейбір деректерге қарағанда, мемлекеттік тілдегі мерзімді басылымдар мен телерадио хабарларына мемлекеттік тапсырыс жоқтың қасы көрінеді. Ал телерадио эфирлеріндегі қазақ тіліндегі бағдарламалардың үлес салмағы 30-40%-дың көлемінен асқан жоқ. Оның өзін аударма арқылы толтырып отыр. Бұған қарайтын болсақ, үкіметтің телерадиобағдарламалар мен телерадиобағдарламалар үшін 50x50 принципі іске аспай жатқаны белгілі. Ақпараттық кеңістікте интернет рөлінің өсуімен адамның және қоғамның құқықтары мен бостандықтарына зорлық жасау мен қатыгездікті насихаттайтын ақпараттан, оларға өтірік және жалған ақпаратты танудан, болашақ ұрпақтың мақсатты бағытталған теріс дүниетанымын қалыптастырудан қорғау қажеттілігі туындайды.

Бүгінгі күні еліміздің ақпараттық қауіпсіздік мәселесі кімді де болсын ойландырарлық жағдайда екені түсінікті болып отыр. Ақпараттық қауіпсіздік саласындағы мұндай олқылықтар ұлттың тұтастығына, келешегіне түскен сызатпен тең екенін естен шығармағанымыз жөн секілді. Ақпараттық қауіпсіздік Қазақстанның осы саладағы ұлттық мүддесін қорғау дегенмен тең екенін ескерсек, ақпараттық қауіпсіздігімізді ашық түрде, жан-жақты қорғайтын күн келген тәрізді.

#### Әдебиеттер:

- 1 Сәрсенбаев А.С. Информационная безопасность Казахстана // Саясат. - 1999. - №6. - 3538 б.

- 2 *Ибраева Г.Ж.* СМИ и информационная безопасность: прогнозы и реалии // Вестник КазНУ, Серия Журналистики. - 2002. - №2. - С. 10-14 б.
- 3 *Шершенов Л.И.* Информационная безопасность России. - Москва, 1993. - 49-50 б.
- 4 Концепция информационной безопасности РК «Проект 1999».

В статье анализируются сегодняшняя ситуация и будущее развитие информационной безопасности страны.

In this article today's situation and future development of the information security of the Kazakhstan is analyzed.

**Кітаптану  
Баспа ісі  
Полиграфия**

**Книговедение  
Издательское дело  
Полиграфия**

**Bibliology  
Publishing  
Polygraphy**

Қ. Мұхатаева

**Отандық библиография орталығы**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 655.4

**Аңдатпа.** Мақалада Қазақстан мемлекеттік библиографиясының даму жолы, библиографияның баспасөз саласын жетілдірудегі рөлі туралы сөз болады. Отандық библиография саласын Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік кітап палатасының дамуымен тығыз байланыста қарастырған. Республика Баспа ісі мен библиография саласының жетістіктері көрсетіледі.

Ұлттық мемлекеттік кітап палатасының атқаратын негізгі жұмыстары, шығаратын библиографиялық шежірелері туралы баяндай келіп, баспа ісін қолдауда және дамытуда жетекші сала болып отырғаны айтылады.

**Библиография. Кітап палатасы.**

Қазақстан баспасөз библиографиясының жүйелі қолға алынуы 1920 жылы 30 маусымда шыққан библиография ісін Оқу халық комис-сариатына беру туралы декреттің шығуымен байланысты болған. Осы декреттің негізінде Қазақстанның сол кездегі астанасы Қызылорда 1927 жылы Республикалық кітап палатасы құрылады. Қазақстан Оқу халық комиссариаты коллегиясының сол жылғы 15 декабрьдегі мәжілісінде Кітап палатасының директоры болып В. Мельков тағайындалады. Коллегия мәжілісінің председателі Қазақ ССР Оқу халық комиссары О. Жандосов болған. Міне, сол кез-ден бастап Кітап палатасы алғаш ақпараттық библиография жұмысын бастаған. Бірақ әртүрлі себептермен Кітап палатасы 1931 жылы жабы-лып, 1937 жылы қайта ашылған.

Библиография - ескі грек сөзінен «Кітап жазу» деген сөзден шыққан, библион - кітап, графо - жазу. Грекияда кітапты көшіріп жа-затын адамдарды библиографтар деп атаған. Сол кезден бастап библиограф мамандығы жоғары бағаланып, құрметті мамандық ретінде есептелген, себебі кітап көшіріп жазу үлкен сауаттылықты, ұқыптылықты, сонымен бірге сәнді жазуды талап еткен. Көне ғасыр өткеннен кейін көп уақыт библиография термині қол-даныстан шығып қалды. Тек XVII ғасырдың бірінші жартысында Француз ғалымдары әдебиеттер тізімі

деген сөздің орнына библиография сөзін пайдалана бастады. Келе-келе библиография көп мағыналық қырынан таныла берді. Бүгінгі күнде баспа өнімдерін жүйелеп ақпарат беретін және насихаттайтын ғылыми-практикалық саланың бірі болып отыр.

Қазақстанның мемлекеттік библиография-сының дамуын Қазақстан Республикасы ұлттық мемлекеттік кітап палатасының дамуымен тығыз байланысты қарастырған орын-ды. Оны атап айтып отырғанымыз, көптеген зерттеулерде, анықтамалық басылымдарда, ғылыми мақалаларда авторлар библиография саласының дамуы туралы жазғанда 1938 жылдан библиографиялық шежірелер шыға бастағанын айтып келеді де, бірақ сол шежірелерді кімдер шығарғаны, Қазақстан библиографиясының бас-тауы қайдан шығатыны аталмай қалады.

Рас, оның алдында библиографиялық жұ-мыстар болмады деп айтуға болмайды, негізіне келсек, 1900 жылы Қазан қаласында Қазақстан туралы А. Е. Алекторовтың «Указатель книг, журнальных статей и заметок о киргизах» деген көрсеткіші, ал 1911 жылдары шығып тұрған «Айқап» журналы, сол сияқты мерзімді басы-лымдарда ара кідік шыққан кітаптардың тізімі беріліп отырған. Қазақ библиографиясының бастауында қазақтың зиялы азаматы, қоғам қай-раткері Міржақып Дулатовтың

еңбегі ерекше екенін атап айтқан жөн. Ол кісінің екі бөлімнен тұратын «Қазақ тілінде шыққан кітаптар көрсеткіші» 1926 жылы шыққан болатын.

2012 жылы 75 жылдығын атап өтілгелі отырған Ұлттық мемлекеттік кітап палатасы 1937 жылы Қазақстан Орталық Атқару Комитеті мен Қазақ ССР Халық Комиссариатының 19 шілдедегі «Қазақ ССР Мемлекеттік кітап палатасын құру туралы» қаулысы бойынша ұйымдастырылып, оның ережелерін бекіткен. Ережеде мына-дай мәселелер қарастырылады: Қазақстанда шығатын бар баспа өнімдерін мемлекеттік тіркеуге алу. Баспасөздің статистикасын жүргізу, ғылыми-библиографиясын жасау және Баспасөз шежірелерін шығару. Осы күннен бастап кітап палатасы өз жұмысын үнемі кеңейту, көркейту, дамыту үстінде жүргізіп отырды. Ең алғаш өз жұмысын баспасөз өнімдерінің міндетті дана-ларын қабылдап, мемлекеттік тіркеуге алып, оны ірі кітапханаларға бөлуден бастаған. 4050 жылдары кітап палатасы дербес қызметін бастаған жылдары Қазақстанның баспасөз өнімін жинауға көп көңіл бөлген: Мәскеу, Ленинград қалаларының Ташкент кітапханаларында жинақталған Қазақстан басылымдарын жина-стырып, мұрағат қорын жинап, толықтыруға көп көңіл бөлінген, соның нәтижесінде 40 мыңнан аса қор жинақталған, міне, осы жинақталған қордың әрі күнделікті келіп түсіп жатқан бас-па өнімдерінің библиография ісін жүргізуді қолға алды. Қазақстанда баспасөздің дамуын көрсететін бірден-бір библиографиялық орталық болуы көзделді. Кітап палатасы сол ұйымдасқан күннен бастап, бүгінгі 75 жылдығына дейінгі аралықта қалыптасу, іздену, жетілу жолында еңбек етіп келеді. үкімет қаулысының шешімімен Кітап палатасы Қазақстанда шығатын бар ба-спа өнімдерінің тегін міндетті даналарын алу арқылы Қазақстан Республикасының бас баспасөз мұрағатын жинаушы, баспасөздің ғылыми-библиографиясын жасайтын, стати-стикасын шығаратын мемлекеттік мекеме-ге айналып отыр. Баспасөз қорында бүгінгі күнге дейінгі 5 миллионнан астам басылымдар Қазақстан Республикасының баспа тарихынан сыр шертеді. Қазақстан Республикасының мәдениетін, ғылымын, тарихын оқып, білуде Архив қоры мен анықтама-каталогтар тек қана рес-

«Диссертация авторефераттары шежіре-сінде» әрбір ғылым саласы бойынша және ғылыми дәрежесі бойынша жіктеліп беріледі. Жыл ішінде екі рет шығарылады.

«Бейнелеу өнері, картография және ноталар шежіресіне»: Бейнелеу өнерінің полиграфиялық өндіріс орындарында басылып шыққан

публикада ғана емес, республикадан тыс келетін библиографиялық сұраныстарға да толық жауап бере алатын орталыққа айналған.

Бірінші рет **1938 жылы «Баспасөз шежіресі»** деген жиынтық атпен библиографиялық көр-сеткіш шығарылады. Оның құрамына кітап, журнал, газет, т. б. келіп түскен басылымдардың би-блиографиясы жинақталды. Кейін келе баспасөз өнімдерінің қарқынды даму барысында әр ба-сылым түрлері бөлек көрсеткіш болып шыға бастады. Шежірелердің түрлері басылымның түрлеріне қарай былайша жіктеліп берілді.

**«Кітап шежіресі» ай сайын шығып отыратын көрсеткіште республика көлемінде баспадан, жоғары оқу орындарынан және шағын кәсіпорындарынан шыққан кітаптар, кітапшалар, ғылыми жазбалар секілді басылымдар тіркеледі. Қазақ тіліндегі «Кітап шежіресінде», алдымен, қазақ тіліндегі, содан кейін ұйғыр, өзбек, түрік, тәжік тілдерінде шыққан кітаптар түпнұсқа бойынша сипатталып, топтастырылды. Библиографиялық жазбалардың жалпы қатар саны көрсетіліп нөмірленді. «Кітап шежіресіне» көмекші құралдар - атаулар мен алфавиттік-пәндік көрсеткіш беріліп отырады. Шежіре қазақ және орыс тілінде бөлек шығарылып отыра-ды.**

«Журнал мақалаларының шежіресі» көрсеткішінде республикада шығатын қоғам-дық, саяси, әдеби-көркем, ғылыми-көпшілік, оқу-методикалық, балаларға арналған журнал-дардың мақалалары, көркем әдебиет туын-дылары тіркелді. Ай сайын орыс және қазақ тілдерінде шығарылады.

1957 жылдан бастап қазақ және орыс тілдерінде «Газет мақалалары шежіресін» шығара баста-ды. Бұл көрсеткішке республикалық, аймақтық, қалалық, облыстық газеттерде жарияланған ресми материалдармен қатар әулеттік-саяси, ғылыми-көпшілік, шаруашылық мәні бар, озат тәжірибе мақалалары мен көркем әдебиет туын-дылары тіркеледі. Бұл көрсеткіш те кейінгі жылдары ай сайын шығарылып отыр. Әрине, бұл да ғылыми көпшілікке үлкен пайда келтірді, библиографиялық орталықтың жұмысының жылдарымен бірге өркендеп келе жатқанын көрсетті.

шығармалары: плакаттар, портреттер, репродукциялар, ашық хаттар, альбомдар т. б. тіркелді. Басылым болып шыққан ноталық шығармалар және кітаптарда, журналдарда, газеттерде ән тексттеріне жазылған ноталар жинастырылып беріліп отырды. Бұл көрсеткіш те жылына екі рет шығарылады.

«Рецензиялар көрсеткіші» - 1992 жылдан бастап өз алдына жылына бір рет шығатын ақпараттық басылым. Бұл көрсеткішке рес-публикамыздың журналдары мен жалғаспалы ба-сылымдарында және республикалық, аймақтық, облыстық, қалалық газеттердің беттерінде жарияланған рецензиялар мен сын мақалалар, баспасөзге жасалған шолулар тіркеледі. Жылы-на екі рет шығарылады.

1973 жылдары әдеби ғылыми қауымның кітапхана оқырмандарын баспасөз өнімдері туралы толық қанағаттанарлық мәліметтер беру мақсатымен «Қазақстан Республикасының баспасөз статистикасы ... жылы» деген атаумен статистикалық мәліметтер жеке көрсеткіш бо-лып шыға бастады, бұрынғы жылдары «Баспасөз шежіресіне» қосымша беріліп отыратын бөлім енді өзі жеке көрсеткіш болды. Күні бүгінге дейін кітап палатасының статистикалық бұл көрсеткіші Республикада баспа ісі туралы зерт-теуде бірден-бір баға жетпес материал болып та-былады. Оның мазмұнын ашып айтсақ оқырман баспасөз өнімдерінің барлық саласынан толық статистикалық мәлімет ала алады. Бір ғана кітап басылымы бойынша:

- 1913 жылдан бастап келіп түскен кітап басылымының саны туралы мәлімет;
  - тақырыптық талдау, түрлеріне қарай талдау;
  - басылымдардың саны;
  - әр басылым таралымы;
  - кітап басылымының әлем халықтарының тілінде шығарылуы;
  - аударма әдебиеттер туралы мәлімет;
  - арнаулы мақсаты бойынша шығарылған кітаптар;
  - көркем әдебиеттің жанры бойынша шығарылымы;
  - баспалар бойынша шығарылымы;
  - сериялар бойынша және шығарылған; жерлері бойынша көрсеткіштер;
  - мемлекеттік бағдарламалар бойынша шыққан басылымдар;
  - оқулықтар;
  - балалар әдебиеті туралы толық мәлімет;
  - басылымдардың шартты баспа табағы, есептік баспа табағы т.б. мағлұматтар бойынша толық ақпарат ала алады. Сол сияқты мерзімді және жалғаспалы басылымдар тура-лы, басылымның әртүрі бойынша да осындай ақпараттар беріледі.
- Кітап палатасы жылына 70-75 мың баспа өнімін қабылдап, ғылыми библиографиялық өңдеуден өткізеді екен. Жыл сайын шет елмен де байланыстарды нығайтуда. Әр жылдары Қазақстанның баспа өнімдері туралы ЮНЕСКО-ға мәліметтер дайындайды.

60-70 жылдары кітап палатасының алдында өз жұмысын одан әрі жандандыру мақсатында оқырманға неғұрлым кеңірек библиографиялық ақпарат беру мақсаты тұрды.

70-жылдары, сонымен бірге енді тек Қазақстанда шыққан баспасөз өнімдері ғана емес, Қазақстаннан тыс, Қазақстан туралы эконо-микасы, ғылымы, білімінің дамуы туралы мәліметтерді жинау керек болды, оқырманға ол туралы да мәлімет беруді қолға алды, міне «Қазақстантану» көрсеткіші осылай 1973 жылы дүниеге келді. Бұл көрсеткіш оқырмандарға ТМД елдері мен шетелдер баспасөзінде жарияланған Қазақстан республикасы экономикасына, саяси тарихына, мәдени өміріне байланысты мақалалар мен әдеби шығармалар жайында, Қазақстан авторларының сол елдерде жарияланған шығармаларының аудармалары туралы мағлұмат береді. Бүгінгі күндегідей коммуникацияның кең тарамағанына қарамастан, Қазақстан туралы материалдарды жинау қиыншылықтарын жеңе отырып, Республикалардың кітап палаталары-мен, кітапханалармен тығыз байланыс орна-тып, ол көрсеткіш те ғылыми көпшілік қауымға ұсынылды. Бұл басылым жылына төрт реттен шығып, өз оқырманын тапты.

«Қазақстан Республикасы кітаптарының жылнамасы» - ай сайын шығып келген «Кітап шежіресінің» негізінде жинақталып, жылына бір рет шығарылатын кітап жылнамасы. Жыл-намада республика көлемінде шыққан қазақ, ұйғыр, орыс, неміс, ағылшын тілдерінде шыққан кітаптар жинақталады.

«Қазақстан Республикасы мерзімді және жалғаспалы басылымдар шежіресі» 2002 жыл-дан бөлек басылым болып шыға бастады. Бұл көрсеткіште республика көлемінде шығатын барлық мерзімді және жалғаспалы басылымдар: журналдар, бюллетендер, ғылыми еңбектер, республикалық, облыстық, аймақтық, халықаралық, аудандық, көп таралымдық газет-тер тіркеледі.

Барлық көрсеткіштерде материалдар «Әм-бебап ондық жіктеу» (УДК), «Кітапханалық библиографиялық жіктеу» (ББК) кестелері негізінде, библиографиялық сипаттама жазу стандартының талабы бойынша жіктеліп, жүйеге келтіріліп беріледі. Библиографиялық сипаттамалар - «Ақпарат, кітапхана және баспа ісі туралы стандарттар жүйесінің» (СИБИД) та-лабына сай дайындалды.

80-90 жылдары кітап палатасы ұлттық библиография саласының даму қарқынын кеңейте түсті. Республикадағы барлық кітапханаларды шыққан баспа кітаптарының мазмұндалған толық стандартқа сай библиографиялық қор-точкалармен

қамтамасыз етіп отырды, орта-лықтандырылған каталогтар бөлімі өз жұмысын жандандырды.

90-жылдарда кітап палатасында үлкен айтарлықтай өзгерістер болды. 1992 жылға дейін Қазақстан Республикасы Мемлекеттік кітап палатасы деп аталса, енді тәуелсіздік алғаннан кейін Қазақстан Республикасының Министрлер Кабинетінің № 270 қаулысымен Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік кітап палатасы болып, Ұлттық статус берілді. Сонымен бірге осы қаулымен Ұлттық мемлекеттік кітап палатасына ISBN (Халықаралық стандарт-ты кітап нөмірі), ISSN (Халықаралық стандартты сериялық басылымдыр нөмірі), ISMN (Халықаралық стандартты музыкалық басылым-дар нөмірі) - Халықаралық орталықтарымен жұмыс істеу жүктелді

Ұлттық мемлекеттік кітап палатасы енді тек баспасөздің мемлекеттік библиография-сын, баспасөздің статистикасын шығаратын ғана орталық емес, енді Қазақстанның бас-па жүйесін халықаралық деңгейге көтеріп, халықаралық стандартқа сай дәрежеде шығаруға үлкен қызмет атқарды. Ұлттық библиографиямыздың дамуының халықаралық стандарттардың талабына сай келуі жолында үлкен кадамдар жасады. Бастапқы орталығы Берлинде болып, онан Лондонға көшкен Халықаралық ISBN Агенттігімен Халықаралық деңгейде қарым-қатынас орнатты. Кітап палатасында кітаптарды халықаралық стандарт-ты нөмірмен тіркеу орталығы ISBN Агенттігі ашылды. Сонымен бірге халықаралық деңгейде мерзімді басылымдарды стандарттық нөмірмен тіркеу орталығымен қарым-қатынас орнатты. Халықаралық орталығы Парижде орналасқан ISSN Агенттігі мерзімді басылымдарды халық-аралық стандартты нөмірмен тіркеу орта-лығымен байланыс нығайды. Міне, кітап палатасы Қазақстандағы баспа ісінің дамуына да, баспа ісінің халықаралық стандартқа сай, дамыған елдердің баспа өнімдерімен бәсекеге түсе алатындай деңгейде болуына да ат салысып келеді.

Соңғы жылдарда жетістіктерінің бірі Қазақстаннан шығатын музыкалық өнімдер, ноталық 1 Қазақстан Республикасының кітап жылнамасы. Ежегодник книг Республики Казахстан. - Алматы, 2010. - 789 б.

басылымдарды халықаралық стандартты нөмірмен тіркеу орталығына - Берлин қаласындағы ISMN Агенттігіне толық мүше бо-лып енгендігі.

Бүгінгі күнде ақпарат саласының даму ба-рысында Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік кітап палатасы:

- библиографиялық ақпарат орталығы;
- ғылыми және ғылыми-тәжірибелік зерттеу жүргізу орталығы;
- анықтама-ақпарат қызметін көрсету орталығы;
- баспа өнімдерінің статистикалық көрсеткіштері орталығы;
- Қазақстан Республикасы Бас мұрағат қоры орталығы;
- Ұлттық ISBN, ISSN, ISMN Агенттіктерінің орталығына айналып, Қазақстан Республика-сының баспа ісін қолдауда және дамытуда соны-мен бірге отандық библиографияның дамуында жетекші сала болып отыр.

Бір айта кетерлік жағдай, әл-Фараби атын-дағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің Баспа ісі және дизайн кафедрасында кітаптану, библиография, ба-спа саласындағы стандарттар туралы дәріс-тер Ұлттық библиография орталығы - Қазақ-стан Республикасы Ұлттық мемлекеттік кі-тап палатасының атқаратын қызметтерімен байланыста оқытылады. Болашақ ақпарат саласының қызметкерлері баспасөз саласын-да Кітап палатасының атқаратын рөлін, баспа ісі мен ұлттық библиографияның даму жолда-рын жақсы біліп шығады әрі оның қызметін өз шығармашылықтарына пайдалана біледі.

#### **Әдебиеттер:**

2 Қазақстан Республикасының баспасөзі - Печать Республики Казахстан: статистикалық жинақ. Алматы, 2010. - 130 бет.

3 Қазақстан Республикасының тәуелсіздік жылдарындағы баспасөзі / *Ж.Т. Сейдуманов, Қ.М.Мұхатаева, А.Б. Қызыбаева.* - Алматы: ISBN Агенттігі, 2010. - 485 б.

4 Қазақстан Республикасы мерзімді және жал-ғаспалы басылымдар шежіресі. - Алматы, 2010. - 120 б.

В данной статье приводится путь развития государственной библиографии и ее роль в совершенствовании издательской деятельности республики. Развитие отечественной библиографии рассмотрено в тесной взаимосвязи с развитием Национальной государственной книжной палаты Республики Казахстан.

Повествуя о проводимой основной работе и выпуске библиографической летописи Книжной палаты, отмечается, что библиография, способствуя развитию издательской деятельности в республике, является ведущей отраслью.

This article describes the path of development of national bibliography and its role in improving the publishing activities of the country. Development of the national bibliography is considered in close relationship with the development of the National State Book Chamber of the Republic of Kazakhstan.

Telling of the substantive work undertaken and the issue of bibliographic annals of the Book Chamber, noted that the bibliography is contributing to the development of publishing in the country, she is leading branch.

Б. Әсембаева

### Баспа менеджментінің ерекшеліктері

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы

УДК 655.4

**Аңдатпа.** Мақала авторы баспа менеджментінің ерекшеліктерін, оның ішінде ұйымдастырушылық-құрылымдық және кадр менеджментінің тиімділігі туралы мәселелерді қарастырады. Сонымен бірге баспаның кірісін басқарудың мән-маңызын ашып көрсетеді.

Баспагерлердің тың идеялар ұсына отырып, оларды жүзеге асырудың механизмдерін дұрыс таңдай білуі кітап шығару ісінің қарқындылығын көтеруге көмектеседі. Менеджмент жүйесіндегі ең басты қозғаушы күш адам ресурсы болып табылады.

#### Баспагер. Менеджмент.

Қазіргі кітап нарығы жағдайында уақыт факторы маңызды рөл атқарады. Тұтынушылардың тауарға деген сұранысы тез өзгеріп отырады, сол себепті тұтынушыға қажетті кітапты дер кезінде шығара білген баспагер ғана уақыт көшіне ілесе алады. Осы тұста баспа қызметін шығармашылық әрі экономикалық жағынан ұйымдастыра білетін білікті басшылар керек. Маркетингтік зерттеулердің жаңа әдістерін енгізу, қазіргі заманғы менеджменттік ұстаным негізінде стратегиялар мен әдіс-амалдар әзірлеу, шетелдік баспалар тәжірибесін қолдану және ірі баспалық-өндірістік бірлестіктер құруға бағыт алу қазіргі кітап басу ісінің өзекті мәселелері болып табылады.

Қазақстан кітап нарығында қазіргі уақытта шешуін күтіп тұрған мәселелер өте көп. Біздің елімізде баспа ісінің нормативтік-құқықтық базасын жетілдіру, баспалар мен кітап сауда-сы мекемелерінің өзара бірлесіп жұмыс істеу жүйесін қалыптастыру, баспа ісін дамытудың бағыттарын айқындайтын мемлекеттік бағдар-ламалар қажет.

Әрине, ешбір оқу құралы кітап басу ісінің тиімділігін арттыра алмайды. Ол үшін жаңа идеялармен қаруланған кәсіби мамандар керек.

Еліміздің болашақ баспагерлері - жастар кітап ісін табысты жүргізу үшін терең білім, жан-жақты ізденушілік, үлкен талап пен жігер керек екенін түсінсе, нұр үстіне нұр болар еді.

«Manage» - ағылшын тілінен аударғанда басқару, әсер ету, басшылық жасау, тіл табыса білу,

тығырықтан шыға білу, әдіскер болу деген мағынаны білдіреді.

Менеджмент термині «әлеуметтік басқару» терминінің синонимі болып табылады. Ол техникалық, технологиялық және биологиялық басқаруда қолданылмайды. Бұл салаларда рет-теу, өзін-өзі реттеу, тіршілікті қамтамасыз ету, бақылау ұғымдары қолданылады.

Баспа менеджменті - әлеуметтік басқару-дың бір түрі. Бұл ұғымның мағынасы өте кең, ол өндірістің ғана емес, сонымен бірге қызметкерлердің ұжымдық қызметінің түрлі жақтарын, қыр-сырларын және сипаттарын білдіретін ұғым.

Баспа менеджментінің ұйымдастырушылық функцияларын екі сипатта қарастыруға болады: бірінші, баспаның ұйымдастырушылық құрылымын қалыптастыру, екінші, баспа қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынасты (вертикальды және горизонтальды түрде) орнату.

Жекеменшік баспаны ұйымдастыру қалпын (формасын) оның иесі немесе иеленушілері таңдайды. Әдетте олар баспаның басшылығы құрамына директор, бас редактор ретінде енеді. Әрине, бұл шешім қабылдау, жоспар-лау, т. б. жауапты сәттерде тек өздері ғана өктемдік жүргізеді деген ой туындамауы керек. Сол себепті, баспаның бөлімдері арасындағы қызметтік міндеттер мен жауапкершіліктерді айқындау кезінде, сондай-ақ барлық қызметкерлерді баспаның мүддесі үшін шешім қабылдаудан тыс қалмай, оған



жауапкершілікпен қарауға шақыратын ақылды да нақты басшылық қажет.

Баспаның және өндірістік процестің құрылымы баспаның түріне байланысты болады.

мысалы, әмбебап баспалар (көркем, арнаулы, оқу, публицистикалық және т.б. өнімдер) және арнаулы баспалар (тек балалар әдебиеті, оқу және іскерлік, көркем әдебиет шығарушы және т.б.).

1-ші түрдегі баспалар (әдетте, олар көлемі жағынан үлкен) - тұтынушылардың әртүрлі тобына қызмет етеді, ұйымдық құрылымы тармақталған, кітап сауда ұйымдарымен, бұқаралық ақпарат құралдарымен жан-жақты байланысы бар баспалар.

2-ші түрдегі баспалар - (көбінесе, орташа және кіші көлемдегі) - кәсіби оқырмандарға, қажеттіліктеріне, діни, ұлттық немесе мәдени мүдделері бойынша белгілі бір жас шамасындағылар мен белгілі бір топтарға арналған. Бұл баспалардың ұйымдық құрылымы кітап өнімдерінің ерекшеліктеріне байланысты құрылады.

Бірақ барлық типтегі баспалар үшін бас-қару құрылымын қалыптастырудың жалпы принциптері бар.

1. Еңбек бөлінісі және мамандандыру принципі. Бұл принципке сәйкес, күрделі жұмыстарды бірнеше жай жұмыс түріне, автоматтандыруды пайдаланбай-ақ жеңіл түрде қайталап істеуге болатын және әдеттегідей орындай алатындай етіп құруды іске асыру қажет.

Баспада көптеген жұмыстарды бір мезгілде бірнеше қызметкер орындайды. Мысалы, түпнұсқаны редактор мен корректор түзетеді. Әрқайсысы өзінің қызметтік міндеттеріне, мамандығына сәйкес жұмыстар атқарады. Сол сияқты қолжазба материалдарын теруді және кітапты беттеуді жүзеге асыратын қызметкерлер де өз міндеттеріне сай әрекет етеді.

Сонымен, еңбек бөлінісі дегеніміз - белгілі бір мөлшердегі жұмыстарды атқарушылардың күшін де, санын да қысқарту; ал мамандандыру дегеніміз - адамдарды және арнаулы құрал-жабдықтарды жеке жұмыс түрлеріне бекіту.

2. Басқарудың иерархиялық принципі. Кез келген ұйымдық құрылым, оның ішінде баспа көп дәрежелі басқару жүйесіне (ең аз дегенде үш дәрежелі) жатады. Ең жауапты шешімдерді баспа қызметін түгелдей жүйелі атқарып отырған жоғары басшылар қабылдайды. Жоғарыдағы басшыларға ортаңғы звенода тұрған менеджерлер бағынады. Ал

өкімет иерархиясының үшінші са-тысында төменгі звеноның менеджерлері тұрады.

3. Жауапкершілікті өзара бөлу принципі. Жауапкершілікті нақты бөлу, ең алдымен, кәсіби регламентацияға байланысты. Ұйымдағы кез келген қызмет қызметкерлердің мүмкіндіктері-мен, міндеттерімен және жауапкершілігімен сипатталады. Жеке қызметкер өзінің құзырлығы дәрежесіне сәйкес шешім қабылдап, сол үшін жауапкершілік алады, бөлім басшылары да сол сияқты.

Мәселен, кітаптың көркем безендірілуі - баспадағы суретшінің, көркемдеу редакторының және көркемдеу (безендіру) бөлімінің құзыры. Кітаптың рентабельділігі - өндірістік бөлім басшысы мен маркетинг жөніндегі маманның құзырында. Баспа қызметкерлерінің міндет-теріне, олардың жауапкершілігі қатаң түрде сәйкес болуы тиіс.

4. Басқаруда өкілеттік пен жауапкершілікті үйлестіру принципі.

Өкілеттігі бар басшылар өзінің қарама-ғындағы адамдарды және ресурстарды басқара отырып, бұйрық беруге және олардың орында-луын қадағалауға құқылы. Және бұл өкілеттік нақты адамға емес, оның қызметіне байланысты болады.

Кейбір жағдайларда басшылар өз өкілеттіктерімен бірге жауапкершіліктерін де қарама-ғында жұмыс істейтін қызметкерлерге сеніп тапсырады. Көбінесе өз-өзіне сенімді, ақылды және үнемі шығармашылық ізденіс үстінде жүретін басшылар сенімділік көрсетеді.

Екінші жағынан, қарастыратын болсақ, өкілеттікті беру өзара жауапкершілікті де беру деген сөз. Сол себепті де, баспада, оның әрбір бөлімінде осы ұйымның алдына қойған мақсат-міндеттеріне, ұйымдық құрылымы мен нақты жағдайға байланысты жауапкершілікті күшейту қажет.

5. Құқықтық регламентациялау принципі. Баспаның қызметі, оның ұйымдық құрылымын ресімдеу және елеулі өзгерістері заңға сәйкес, сондай-ақ әрбір бөлімнің жұмыс істеу тәртібі мен жағдайы, оның маңыздылығы мен өз алдына дербестілігі ішкі құжаттардағы құқықтық нормалармен реттеледі.

Баспаның бір бөлімінде жұмыс істейтін менеджер ондағы екінші бір бөлімнің жұмысына араласа алмайды, өйткені ол оның функционалдық міндеті болып саналмайды және ол бөлім үшін оған жауапкершілік жүктелмеген. Баспада көптеген жұмыстарды келісім шарт негізінде шақырылған

мамандар - автор-лар, ғылыми рецензенттер мен редакторлар, суретшілер және т.б. атқарады. Келісім шарттарда тараптардың құқықтары мен міндеттері нақты көрсетіледі. Сол себепті баспадағы өндірістік процесс түгелдей заңдастырылған.

Әсіресе баспаның қаржылық саясатына байланысты төмендегідей мәселелерді шешу кезінде заңға жүгіну аса маңызды болып табылады:

- материалдық-техникалық қамсыздандыру;
- қаржыландыру және кредит бөлу;
- ішкі қаржылық операциялар және олар бойынша есеп айырысу;
- салық салу;
- пайданы бөлу;
- баспа қызметкерлерінің, авторлардың, кеңесшілердің, рецензенттердің жалақысын төлеу;
- қаржылық есеп.

Баспадағы ұйымдастыру процестері баспаның құрылымына және баспа қызметкерлерінің өзара қарым-қатынасына байланысты қарастырылады.

Адам - менеджмент жүйесіндегі ең басты қозғаушы күш болып табылады. Ол - баспаның ең қажетті ресурсы. Өндірістік процестердің бәрі де адамның басқаруымен жүзеге асырылады.

Қазіргі кезде көптеген баспалардың ал-дында тұрған ең бірінші проблемалық мәселе - ол баспаларды қаржыландыру, тұрақты пайда көздерін табу, жалақы төлеу және өндірістік-техникалық базаны дамыту.

Бұл проблемаларды шешу үшін: баспаның (3 жыл немесе 5 жылға арналған жоспарын жасау қажет).

Кәсіпорынның экономикалық жағдайына терең талдау жасау, тиісті инвестициялық саясат-ты жүргізу, коммерциялық қызметтің шеңберін кеңейту. Баспа басшысы өзінің әкімшілік қызметтік міндеттерімен қатар, экономикамен, қаржымен, маркетингпен айналысып, авторлық құқық мәселелерін шешуі тиіс, ұжымның әлеуметтік-психологиялық қарым-қатынасын қалыптастыруға, баспа өнімдерінің таралуын бақылауға, тұтынушылардың сұранысын зерт-теуге, ақшалай қаржы айналымын бақылап отыруға да үнемі көңіл бөлгені абзал.

Баспа қызметінде қолданылатын жоспарлардың негізгі түрі - оперативті жоспар, ол басы-лымдарды шығарудың тақырыптық жоспары болып табылады. Кітап өнімдерін шығарудың жылдық тақырыптық жоспары қажетті поли-графиялық ресурстарды сатып алу жоспарымен, полиграфиялық қызметтер

көрсету қажеттілігі жоспарымен және сату жоспарымен байланысты жоспарлануы тиіс.

Қаржылық жоспар өндірістік шығынның көлемімен сатудан түскен пайданың көлемінің арасындағы балансты қамтамасыз етеді, баспаның пайда, рентабельділік көлемін анық-тайды.

Өндірістік жоспар баспаның өндірістік қорлары негізінде жасалады және ол үш порт-фельден тұрады: 1) келісімшарттық портфель (әлі өндіріске түспеген авторлық қолжазбалар); 2) редакциялық портфель (басуға әзірленіп жатқан авторлық қолжазбалар, түпнұсқалар); 3) өндірістік портфель (әртүрлі өндіріс стадиясындағы түпнұсқа-макеттер).

4. Портфельдердің алға қарай жылжуы жылдық жоспар бойынша жоспарланған бас-па өнімдерін шығаруды толық қамтамасыз ету үшін барлық портфельдерді қосқанда және әрбір портфельдің көлемі қандай болуы тиіс екендігін анықтайды.

2. Портфельдердің қозғалысы мынадай схема бойынша жүзеге асады: келісімшарт портфелі келісім жасалған авторлардың жұмыстарымен толтырылады және келісімсіз алынған жұмыстар да қаралады, қабылданған және жоспарланған авторлық түпнұсқалар редакциялық портфельге түседі де, баспалық түпнұсқа өндіріске беріледі. Өндірістік портфель баспа өнімдерін шығаруға байланысты босап отырады.

Баспаның өндірісін жоспарлау кітаптарды шығару жоспарын дайындаудан басталады.

Әрбір баспа өнімінің есептік бет көлемі, таралымы, формасы, безендірілуі, шығу мерзімі көрсетіледі. Осы жоспардың негізінде қағаз, баспаханалық т. б. материалдар сатып алу, полиграфиялық қызмет көрсету шығындары, авторлық сыйақы шығындары, т.б. ресурстар шығыны жоспарланады. Баспаның жоспарлары жеке редакциялар бойынша, редакторлар мен корректорлардың жұмыс істеу нормала-рын есепке алу нәтижесінде дифференцияланады. Баспаның шығарылған кітапқа орташа бағасы баланс, өзіндік құн және пайда форму-ласы бойынша, өзіндік құн мен пайданың есебі негізінде калькуляцияланады.

$$\text{ЖП} = \text{ӨзҚ} + \text{Пм} = \text{БС} + \text{КС};$$

ЖП - жалпы пайда;

ӨзҚ - өндірістің толық өзіндік құны;

Пм - пайда мөлшері;

БС - меншікті бөлшек саудасының тауар айналысы;

КС - кітап өнімдерімен жабдықтаудың кө-терме сауда айналысы.

Баланс - айналымдағы жоспарланған барлық соманың және жоспарланған шығындар мен оған пайданы қосқандағы сомасына тең, егер БөБ арқылы 1 жылға жоспарланған баспа өнімдерінің бағасын белгілесек, ал Т арқылы баспаның тауар айналысының сомасын белгілесек.

Баланс - айналасындағы жоспарланған барлық соманың және шығынның сомасына тең. Егер БөБ (Баспа өнімдерінің бағасы) арқылы 1 жылға жоспарланған баспа өнімдерінің бағасын белгілесек, ал Т (тауар) арқылы баспаның тауар айналысының сомасын белгілесек ( $T = BC + KC$ ), онда шығару жоспары үшін мынадай балансты сақтау қажет: (бәрі баспа бағасы бойынша)

$$ҚБ + БөБ = T + ҚС$$

ҚБ - жоспарланатын жылдың басындағы дайын өнім қоры, ҚС - жоспарланатын жылдың соңындағы дайын өнім қоры.

Баспаның кіріс рентабельділігінің жылдық нормасын былай белгілесек:

$$\text{Рент.} = (Пм : ЖП) \times 100\%$$

Пайданы жоспарлаудың бірнеше әдістемесі бар. Ең оңай тәсілі: тура есептеу әдісі. Ол мына формула бойынша көрсетіледі.

$$Пм = (Q \times Б) - (Q \times \text{ӨзК})$$

Мұндағы Пм - жоспарланған пайда, Q - жоспарланған өнімдерді шығару, Б - бір баспа өнімінің бөлшек сауда бағасы, ӨзК- бір баспа өнімінің өзіндік құны

Бұл тура есептеу әдісін көп ассортимент шығаратын кезде қолдану күрделірек, өйткені өнімнің сатылу бағасының бәсекелестігін еске-руге мүмкіндік бермейді. Сонымен бірге пай-да мөлшеріне әсер ететін салықты да ескеру керек. Сол себепті пайда мөлшерін есептеуде аналитикалық әдісті пайдаланған тиімді.

Аналитикалық әдіс баспаға көбірек пайда әкелетін өнімдерден түскен кіріс мөлшерінің басқа басылымдардың шығындарын жабуға мүмкіндік береді (пайдаланатын ресурстардың баға өзгерісін ескерту қажет).

#### Әдебиеттер:

- 1 *Сәрсенбаев А.* Кітап - тәуелсіздік пен демократия тұғыры. - Алматы, 1995.
- 2 *Комаров Е.И., Маковеев Н.П.* Эффективное издательство: оку-әдістемелік құрал. - М.: Логос, 2000.
- 3 *Гумис Л. X.* Современное университетское издательство. Часть 2. - М., 2001.
- 4 Энциклопедия книжного дела / под ред. Ю. Ф. Майсурдзе. - М.: Юристъ, 2004.

Автор статьи рассматривает особенности издательского менеджмента, в частности поднимает вопросы об эффективности организационно-функционального и кадрового менеджмента, а также об управлении прибылью издательства.

Плодотворные идеи издателей, правильно выбранные механизмы их реализации в конкретной ситуации приведут к повышению эффективности книгоиздания. Человеческий ресурс является самым важным звеном в системе менеджмента.

The author of article considers features of publishing management, in particular about efficiency of organizational and functional and personnel management, and also about management of publishing house profit.

Fruitful ideas of the publishers, correctly chosen mechanisms of their realization in a concrete situation will lead to increase of efficiency of book publishing. The human resource is the most important link in management system.

Б. Омарова

#### Баспа-полиграфия саласының өзекті мәселелері

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 002.2

**Аңдатпа.** Мақалада қазіргі баспа-полиграфия саласындағы мәселелер - қолжазбаларды даярлаудағы баспа ісі мамандарының біліктілігі, жарыққа шығаруға дайындалатын кітаптың тақырыбы мен мазмұны, баспа-полиграфиялық

кешендерді мемлекеттік тұрғыдан қолдаудың төмендігі, нормативтік құқықтық құжаттардың жоқтығы, полиграфиялық материалдармен қамтамасыз етуде шешілетін мәселелер, баспа өнімдеріне қойылатын стандарт талаптарының сақталмауы, кітап тарату ісінің өзекті мәселелері қарастырылды.

### **Полиграфия. Қолжазба. Кітап.**

Баспа ісінің болашақ мамандары оқып, білім алып жатқан саладағы өзекті мәселелерді жете зерттеп, оларды шешу жолдарын қарастырып жүргені жөн. Мысалы, баспа-полиграфия саласындағы мәселелердің біріне қолжазбаларды даярлайтын баспа ісі мамандарының біліктілік деңгейінің төмендігі жатады. Бұл, әрине, барлық мамандар деген сөз емес, дегенмен жиі болып жүрген жағдай.

Кітапты жарыққа шығару үдерісінің - редакциялау, өңдеу, басылымның болашақ макетін дайындау сияқты технологиялық кезеңдерінде шешімін талап етіп отырған кең таралған өзекті мәселелердің бірі - баспа-полиграфия ісі мамандарының біліктілігі. Мысалы, баспа-полиграфия редакторлық және корректуарлық түзетулердің төмен деңгейлігі, басылымдарды даярлауда қабылданған мемлекетаралық стандарт талаптарының сақталмауы, кітаптың шығу деректерін рәсімдеу тәртіптерінің орындалмауы, анықтамалық аппараттың мүлде жоқтығы, бекітілген тәртіп бойынша дайын өнімнің міндетті даналарды тарату ережелерін сақтамау, халықаралық анықтамалық аппараттық қорға басылым өнімдері жайлы мәліметтер енгізуді ұмыту және полиграфия өндірісінде кетіп жатқан ақаулар жайлы мәселелерді келтіруге болады. Осы өзекті мәселелердің барлығын басылым мәдениетіне және кітаптың сапалық көрсеткіштеріне жатқызуға болады.

Нарықтық арақатынастың редакторлық жұмыстарға мынадай кері факторлары әсер етеді: баспа ісі коммерсанттарының редакторлық жұмыстың маңыздылығына мән бермеуі, редакторлық еңбектің төмен бағалануы. Олар штат құрамындағы редакторларды көбіне ұйымдастырушы немесе менеджер ретінде іске салып, олардан өнімдердің нарықтық бағасын зерттеу, ұтымды тапсырыстарды табу сияқты редактор мамандығына тән емес жұмыстарды талап етеді. Сол себептен редакторлар бұрынғы эстетикалық көзқарастарына қарама-қайшы келетін адамның ішкі дүниесінің талаптарын ғана емес, нарықтың ерекшеліктерін ескеру-ге мәжбүр. Кәсіпкер коммерциялық пайда табу мақсатында редакторлардың еңбегін арзан бағалап, төмен жалақы тағайындап қана қоймай, оларды жұмысқа

штаттан тыс қабылдайды. Сонымен қатар әдеби редакторлардың жұмысына тым аз уақыт бөлінеді. Нәтижесінде редакторлық жұмыстың сапасы төмендейді. Осыны ескере отырып, Кеңес үкіметі кезіндегі қолжазбаны редакторлық даярлауға қабылданған нормаларды еске түсірсек, айына ғылыми техникалық әдебиеттерді редакциялау он авторлық табақ, әлеуметтік әдебиеттер сегіз авторлық табақ, қоғамдық-саяси әдебиеттер алты, көркем әдебиеттер екі-төрт авторлық табақтар норма бойынша редакторлық өңдеуден өтетін. Сол кездегі баспа директорлары редакциялаудың сапасын арттыру мақсатында Мемлекеттік баспа ісі комитетінен осы нормаларды төмендетуді талап ететін. Ал қазіргі кезде кейбір баспа иелері редактордан үш күннің ішінде жиырма авторлық табакты әрі редакциялық, әрі корректуарлық өңдеуді талап етеді. Бұл жағдайда қандай сапа жайлы айтуға болады? Корректуарлық жұмыс жайлы да тура осылай айтуға болады.

Тоқсаныншы жылдары дизайнер деп ата-лып кеткен, жаңа компьютерлік технологиялар-мен техникалық және көркемдік редакциялау жаңа сынға ұшырауда. Тәжірибелі техникалық және көркемдік редакторлар өз жұмыстарын жаңадан еніп жатқан үстел үстіндегі баспа жүйелерін іске қосу барысында мәтінді теру және беттеудің отандық дәстүрлері мен мамандықтың әрқилы қыр-сыры ескерілмеген шетелдік бағдарламаларымен жұмыс істейтін бағдарламашыларға тапсыра салды. Баспа-полиграфиялық институттар мен колледждерде алған мамандықтар қажетсіз сияқты болып қалды. Осы жіберілген қателіктер кітаптың терілген беттерінің сапасын төмендетіп жіберді. Себебі қазіргі беттеушілер мен дизайнерлердің беттеулері сырттай ұтымды көрінгенімен, баспа саласының мамандары болмағандықтан, басылымның түрін, қолданылуын, пайдалану мақсатын ескере отырып, терілген жолдың енін, олардың арақашықтық өлшемін таңдау, мәтінді ерекшелік белгілеу, әріптердің өлшемдері мен гарнитураларын таңдауда ескерілетін психологиялық және психотерапевтік талаптар жайлы білімдері жоқ. Баспа саласындағы осын-дай мәселелер кітаптың терілген беттерінің сапа-сын тым төмен түсіріп жіберді. Осы күнге дейін көптеген техникалық және әдеби

редакторлардың біліктілік деңгейлері жоғары сапалылықты қажет етеді. Компьютерлік техникалардың соңғы жетістіктерін жете меңгерген техникалық және көркемдік редактор мамандарының біліктілік дайындығы әлі де өз деңгейіне жеткен жоқ. Ма-мандар баспадағы технологиялық үдерістермен қатар экономикалық есептеу тәсілдерін де жете меңгергені дұрыс болар еді. Мысалы, белгілі бір баспаның бас редакторы кітапқа кететін қағаз шығынын есептеу үшін сырттан адам жалдап, оған ақша төлеп қағаз шығындарын есептететінін айтып, білікті мамандардың жетіспеушілігіне наразылығын білдірді.

**Баспа ісінің полиграфиялық базасы** Баспа және полиграфия саласының үздіксіз дамуы барысында баспа өнімдері де арта түсуде. Шығып жатқан баспа полиграфиялық өнімдер қағаз, бояу, картон және тағы да басқа көптеген полиграфиялық материалдарды қажет етеді. Бұл полиграфиялық материалдар базасының артта қалып қоюына әкеліп соқты. Ұдайы шығып жатқан баспа өнімдері көптеген баспаполиграфиялық материалдар мен шикізаттардың тапшылығына себеп болды.

Қазақстанда баспаханалар жеткілікті, бірақ тапсырыс жетіспейді. Баспаханалар арасында бәсеке бар, ал бәсеке бар жерде баға өспейді. Бұрын бағаны көтеріп келген баспаханалар да бағаны түсіруге мәжбүр болды. Полиграфиялық материалдардың барлығы дерлік импортпен келеді. Баспаханалар Үндістанның жаңа маши-насымен немесе Еуропаның күрделі жөндеуден шыққан машиналарымен жұмыс істейді. Бұл машиналарда аса сапалы, көлемді және үлкен таралымды өнімдерді басып шығару мүмкін емес болғандықтан, жалпы баспаханалардағы пайданың кірісі де төмен. Еуропалық қымбат әрі сапалы полиграфиялық жабдықтарды са-тып алуға көптеген кәсіпкерлердің қалталары көтермейді. Несие алған күннің өзінде табы-сы жоқ баспаханалар қаржыны қайтара алмайды. Баспаханалардың осындай тұйықтан шыға алмай отырған жайы бар. Газет қағазы Ресей-ден сатып алынады. Егер Қазақстанда қағаз өндірісінің мәселесі шешілсе, онда қағаздың да құны төмендеп, басты бір мәселе шешілетін еді.

#### **Кітап тарату ісінің мәселелері**

Шешімі қиындық тудырып жүрген басты мәселеге - кітап тарату ісі жатады. Жарыққа шыққан кітаптарымыздың таралымы өте төмен. Мемлекеттік

тапсырыстың өзі 2000 данадан аспайды. Кітап сату дүкендері сатылатын кітаптардың бағасына 35 пайыз немесе одан да жоғары үстеме ақы қосатындықтан, кітап бағасы аспандап кетеді. Пошта және тасымалдау жұмыстарына қойылатын үстеме баға кітаптың жарты бағасынан асып кетеді. Бұл да кітап бағасының арта түсуіне әкеп соғады да, кітаптарды шеткі аймақтарға жеткізуді қиындата түседі. Жеке таратушылар мен сатушылардың жұмысы ұтымдырақ болғанымен, олар көлемді жұмыстар жасай алмайды. Кітап саудасын жандандыру мәселесі де шешімін талап етеді.

#### **Баспа өнімдерінің тақырыптары мен мазмұндары**

Қазіргі кезде дүкен сөрелерінде сатылып жатқан әрқилы кітаптардың сапасы, мазмұны, мәтінінде жіберілген грамматикалық қателері -баспа-редакциялық жарыққа шығаруға дайында-лып жатқан басылымдардың тақырыптары мен мазмұндары мұқият назар аударып, жете талдау жасап, өндеп, сапасын арттыру қажеттілігін тудырып отыр. Ондаған жылдар бойы орталықтан жоспарланып келген баспа ісі жүйесінің еркін нарыққа енуі коммерциялық жағынан ұтымды болғанымен, дүкен сөрелері мен базарлардағы көптеген мәні мен мағынасы түсініксіз, сапасы төмен, мәнсіз кітап өнімдерінің қаптап кетуіне әкелді. Әрине, сонымен қатар нарық талабына қарай, қысқа мерзімде ондаған жылдар бойы сұраныста болып келген, жалпы танымдық, шым-шытырман қызық оқиғалы және діни кітаптармен қамтамасыз етілді.

Бұл үдерістің теріс мәселелі жағына кейбір кітаптардың оқырмандарға беретін теріс әсерімен қатар, кітап таралымдарының шұғыл төмендеуі және классикалық, балалар әдебиеті, ғылыми және арнайы әдебиеттердің азайып кеткені жатады. Мұндай әдебиеттерді басып шығару экономикалық жағынан ұтымсыз, себебі көлемі үлкен, таралымы аз, түрлі-түсті болғандықтан, кітаптың өзіндік құны өте қымбаттап кетеді де, оларды сатып алу қарапайым оқырмандардың қалтасына ауыр тиеді, кейде тіпті қол жетімсіз болып қалады. Бірақ балалар әдебиетін де, ғылыми кітаптарды да шығару керек. Ол үшін не істеу керек? Кейбір мазмұны күдіктілеу басылымдарды шығаруға тиым салу керек пе? Себебі жастарға, кейбір психикасы әлсіздеу адамдарға теріс бағыт беріп, түсініксіз жайттар айтылған, күдік тудыратын секталардың кітаптары қауіп төндіреді.

Кезінде Мемлекеттік баспа ісі комитеті мен баспаларда жүргізілетін сыртқы рецензиялау жүйесі, цензура төмен сапалы, қоғамдық санаға зиянды, кездейсоқ немесе әдейі жіберілген қате фактілерді, жалған ғылыми немесе басқа да оғаш мазмұнды басылымдардың жарыққа шығуына тосқауыл болатын. Мұндай басылымдардың білім және ғылым саласында шығып кетуі қауіп тудырады. Себебі осы күнге дейін оқу құралы ретінде қолданылып жүрген кітаптарда елдің тарихы, дәстүрлері мен мәдениеті бұрмалап көрсетілген немесе әртүрлі секталарды жасырын түрде уағыздайтын кітаптар жарыққа шығып кеткен немесе әлі де шығуда.

КСРО Мемлекеттік баспа ісі комитетінде елдің әр аймақтарында бір рет шыққан басылымның қайталанбауын, кітаптың тақырыбы мен мазмұнын қадағалап отыра-тын, кітаптың мазмұнында мемлекеттік ғылым, мәдениет және білім саласына көбірек көңіл бөлінуін қамтамасыз етіп отыратын арнайы бөлім жұмыс істейтін. Ал қазіргі кезде жарыққа шығып жатқан басылымдардың тақырыбы мен мазмұнын қадағалап, реттеп отыратын механизм жоқ.

Қазіргі баспа ісі мамандарының басты мақсаты, тіпті тарихи борышы - жаппай бұқаралық кітап оқырмандарын отандық және әлемдік мәдениеттің ұлан ғайыр қазынасын оқып игеруге қызығушылығын арттыра түсу, талант-ты авторларды тауып, олардың шығармаларын жарыққа шығаруға көмектесу, демеу беру. Әлеуметтік мәдени алға басуды дамыта түсу мақсатында қоғамдық сана сезімді қайта ояту. Баспа және шығармашылық ісінде осындай игі істер алғашқы қадам жасай бастады. Өкінішке орай бұл қадамдар баяу жүруде.

#### **Баспалардың нарықтық жағдайдағы коммерциялық іс-әрекеттері**

Баспалардың еркін нарыққа ауысуына байланысты туған түрлі жағдайларға қарай, әр өнімнің сапасына қойылатын талаптарды, кітапқа де-ген қоғамдық сұраныстарды ескере отырып, олардың экономикалық көрсеткіштерін талдау қажет болды. Осылайша, баспа өнімдерінің нарықтық құрылымын талдау, оның бағасы мен өзіндік құнын, қажетті баспа-полиграфиялық материалдардың бағасын зерттеп, талдап отыру қажеттілігі туды. Белгілі бір себептермен үлкен шығынды талап ететін, экономикалық пайда түспейтін, бірақ үлкен сұраныстағы бала-лар әдебиеттері мен аз таралымды ғылыми оқу құралдарын шығару үлкен мәселелер

туғызады. Стандарт талаптары бойынша балалар әдебиеті сапалы әрі түрлі-түсті болатындықтан, оған кететін шығын да үлкен болады. Бұл кітаптың өзіндік құнының қымбаттай түсуіне алып келеді. Ал таралымы аз, көлемі үлкен өнімдерді басу көп материалдық шығындарды тудыра-ды. Таралымы төмен болғандықтан кітап өз құнын ақтамайды, бұл да кітаптың бағасын қымбаттата түседі. Жоғарыда айтылып кеткен себептерден кітаптың қымбаттылығы көпшілік сатып алушыларға ауыр тиеді, ал қалтасы таяз халықты кітап сатып алу мүмкіндігінен мүлдем айырады. Бұл бірден-бір шешімін күтіп жүрген мәселелердің бірі. Мысалы, Кеңестік дәуірдегі әлеуметтік маңызы зор әдебиеттерді шығаруда мемлекеттік дотация бөлу сияқты іс-шаралары жасалса, үлкен көмек болады. Кеңес үкіметі кезінде шыққан қазақстандық авторлардың шығармалары өте үлкен таралымда шығатын. Өкімет оқушыларды оқулықтармен ғана емес, қазақ халық ертегілерімен, эпостарымен, көркем әдебиет туындыларымен миллиондаған таралыммен қамтамасыз ететін.

**Авторлық құқықтардың сақталмауы** Авторлық құқықты сақтау заңы авторларды плагиатшылар мен жауапсыз баспагерлерден толығымен қорғай алмауда. Мұның негізінде екі себеп бар. Олар: құқық талаптарын орын-дамау және заңның солқылдақтау тұстары. Көркем және түрлі басқа да әдебиеттер, әсіресе білім-ғылым саласы авторларының интеллекту-алды еңбектерінің авторлық құқықтары көбіне сақталмайды. Әртүрлі плагиаттық әдебиеттер қаптап кетті. Бұл санасыз, ұждансыз авторлар тарапынан біреудің шығармасынан алынған мәтіндерді немесе өзгенің ой-саналарын өз атынан басып шығару сияқты мәселелер. Ал жауапсыз баспа иелері пайда табу мақсатында, автордың рұқсатынсыз оның кітабын қайта ба-сып шығаруы болып табылады. ТМД елдерінде авторлық құқық қорғалмауының кеңінен тараған түріне кітапты басқа қалада, тіпті басқа елде басып шығарып пайда табу болып тұр. Авторлар кей жағдайда бұл жайлы білмей де қалады, кейде көп уақыт өткеннен кейін біліп жатады. Бәрібір өз құқығын қорғау, заңға жүгіну үлкен шығындар мен көп еңбекті қажет етеді. Авторлық құқықтың сақталмауының бір түріне - авторға кішігірім қаламақы төленеді де, аздау таралым есебінен кіші пайызда ақша төлеуге келісімшартқа тұрады. Іс жүзінде шығу деректерінде көрсетілген таралымнан он тіпті жүз есе көп кітап

басылып шығады да, пайда-сын, әрине, баспа иесі көреді. Басылымды басқа, шет аймақтарда өздерінің өкілдері арқылы қайтадан басып шығарады да пайдасын көріп отырады. Қосымша таралымдардан авторға қаламақы төленбейді, себебі бұл жайлы автор хабарсыз болады.

Кейбір баспалар бұрын басылып шыққан, бірақ кішігірім өзгеріс енгізілген кітапты ағынды түрде шығаруда. Алғашқы авторларына, әрине, ешқандай төлем түспейді. Баспа қызметкерлері арнайы автор жалдап, үлкен сұраныс тудырып жүрген басылымдарға аздап өзгеріс енгізіп, кітапты соның атынан басып шығарады. Осы-лайша, интеллектуальды құқық бұзушыларды тексеріп қадағалап отыратын авторлық қоғам керек. Плагиаттан немесе жауапсыз баспалардан зардап шеккендер сондай фактілерді анықтап, сотқа беру үшін келісім шартқа тұрулары керек. Бірақ авторлар көбінесе ол фактілер жайлы білмей де қалады, екіншіден, бұл жұмыстарға олардың қаржысы жетпей жатады.

Оқу құралдары, ғылыми монография-лар және сол сияқты тағы да басқа көптеген кітаптарды авторлар өз есебінен басып шығарып жатады. Бұл шығармалар студенттер мен мамандар арасында үлкен сұранысқа ие болып, заңсыз көбейтіліп таратылады немесе Интернет арқылы сатылып жатады. Бұл мәселелердің көптеген вариациялары бар.

#### **Кіші және орта баспаханаларды ұйымдастырудың өзекті мәселелері**

Полиграфиялық өнімдердің - газет, журнал, кітап, телебағдарламалар, және жарнамалық басылымдардың күнделікті өмірімізге ететін әсері өте зор. Кіші және орта полиграфиялық баспа өндірістері түсетін тапсырыстардың мерзімділік ерекшеліктерімен санасуға тура келеді. Жаз айларында тапсырыс тіптен азайып кетеді. Тапсырыстардың жиілігі күз-қыс ай-ларына келеді. Сондықтан жаз айларында ба-спаханалар жабдықтардың тоқтап қалмауын қамтамасыз ету үшін және жаңа клиенттерді тарту мақсатында өз қызметтерінің бағасын төмендетуге мәжбүр. Кейде адамдарды тара-тып жібермей, шыққан шығынды қыста өндіріп алу мақсатымен табыссыз да жұмыс істейді. Осылай дұрыс ұйымдастыру арқылы мерзімге тәуелділікті төмендетуге болады.

Бұл мәселені техникалық және еңбек ресурстарын дұрыс та ұтымды пайдалану арқылы ше-шуге

болады. Этикетка, орама өнімдерін шығаратын өндірістерде мұндай қиындықтар болмайды.

Қорыта келгенде, баспа - полиграфия саласының шешімін күтіп жүрген мынандай өзекті мәселелерін атап кету керек:

- қолжазбаларды даярлаудағы баспа ісі мамандарының біліктілігі;
- авторлық құқықтардың сақталмауы;
- жарыққы шығаруға дайындайтын кітаптың тақырыбы мен мазмұны;
- баспа-полиграфиялық кешендерді мемлекеттік тұрғыдан қолдаудың төмендігі;
- баспа-полиграфия саласының жұмысын реттеуде нормативтік құқықтық құжаттардың жоқтығы;
- баспа-полиграфия салаларымен өзара тығыз байланыстағы кешенді бағдарламалардың жоқтығы;
- баспа-полиграфиялық материалдармен қамтамасыз етуде шешетін мәселелер (Қағаз және полиграфиялық материалдардың шетелдерден алынатындықтан құнының қымбаттылығы немесе оларды жеткізуде шекарада туындайтын мәселелер және отандық полиграфиялық материалдар мен жабдықтардың жоқтығы):
- өндірістердегі көптеген полиграфиялық жабдықтардың ескіруі және тозуы;
- баспа өнімдерін шығаруда кететін шығындардың үздіксіз арта түсуі, тиімділіктің төмендеуі нәтижесінде көптеген кәсіпорын-дардың шығынға ұшырауы;
- баспа өнімдеріне қойылатын стандарт талаптарының сақталмауы;
- баспа-полиграфия саласына негізделген бірыңғай шығындар мен өнімділік норма-ларының жоқтығы;
- еңбек ақысын төлеуге арналған бірыңғай нормаланған жүйенің жоқтығы;
- кітап дайындаған және тапсырыс берген адамдар арасындағы баспа-полиграфия өнімінің сапасы жөнінде туындаған дау-таласты реттейтін жүйе мен эксперттердің жоқтығы;
- дайын болған баспа өнімінің төлемін өтемей кету;
- аймақтарды мамандардың біліктілігін арттыруға арналған қайта даярлау жүйелерінің жоқтығы;
- кітап тарату ісінің өзекті мәселелері.

#### **Әдебиеттер:**

- 1 *Акопов А.И.* Основы издательского дела: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «журналистика». - Тольятти, 2005.
- 2 *Кузнецов Б. А.* Экономика и организация издательской деятельности. - М.: Астрель, 2006.
- 3 *Майсурадзе Ю.Ф. и др.* Энциклопедия книжного дела. - М.: Юристъ, 1998.
- 4 *Стефанов С.И.* Полиграфия для рекламистов и не только. - М.: Гелла-принт, 2002.
- 5 *Джон Пикок.* Издательское дело. Книга от замысла до упаковки. - М.: ЭКОМ, 2002.

В статье рассмотрены проблемы издательско-полиграфической отрасли, такие, как низкая квалификация специалистов издательского дела, недостаточная государственная поддержка издательско-полиграфических комплексов, отсутствие нормативно-правовых документов, обеспечение полиграфическими материалами, несоблюдение требований стандартов издательского дела и проблемы книгораспространения.

The article considers the problems of publishing and polygraphic industry, such as, low qualification of specialists in the publishing business, a lack of state support for the publishing-polygraphic complexes, the lack of normative-legal documents, provision of printing materials, non-observance of requirements of standards in the publishing business and the problems of book distribution.

Л. Мухамадиева

### **Авторский бренд как издательский проект: зарубежный опыт**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 655.4

**Аннотация.** Статья посвящена актуальным вопросам формирования авторского бренда. Автор рассматривает на примере зарубежного проекта издательскую интерпретацию произведений британского автора Джоан Роулинг. Изучение зарубежного издательского опыта создания авторских брендов представляет особый интерес для казахстанского книгоиздания, активно строящего новую издательскую политику в области промоушена и рекламы. Феномен успеха Джоан Роулинг заслуживает внимания и пристального изучения издателей, редакторов, книгораспространителей.

#### **Бренд. Опыт. Издательский проект.**

Издательские проекты, как правило, начинаются с поиска талантливого автора. Именно они в случае удачи создают высокий рейтинг и популярность издательству, коммерческий успех и финансовую стабильность его сотрудникам. Поэтому важной организаторской задачей любого издательства является создание авторского ядра: к нему редактор обращается за новыми идеями и советами, отзывается на новую рукопись и новыми произведениями.

В то же время главные риски для издателя также связаны с авторами. Перечень возможных форсмажорных ситуаций необычайно широк и разнообразен: разногласия с авторами, перекупка его

конкурентами, автор «исписывается», перестает быть популярным и т.п.

Пути и формы поиска авторов многообразны. Особенность современного периода такова, что издательства «предпочитают работать с уже сложившимся пулом авторов, возможность появления новых имен, не имеющих медиастатуса или сетевого читателя к моменту обращения в издательства, крайне мала» [1].

Продвижение успешного автора как бренда может обеспечить издательство работой на 8090%. Таких «звездных» издательских проектов даже в мировом масштабе немного, а в Казахстане и вовсе единицы. Поэтому изучение зарубежного опыта



каждого из них довольно интересно для всех, кто занимается издательской деятельностью.

Последние десять лет в топовых издательских брендах список авторов, пишущих в жанре «фэнтези», возглавляет английская писательница Джоан Роулинг. Надо отметить, что на сегодняшний день «фэнтези» - самый популярный жанр литературы со своей особой стилистикой и смысловой нагрузкой. Популярности автора, конечно, в немалой степени способствуют активная экранизация ее произведений, перевод на многие языки, выпуск книги в связке с игрой, создание авторского фан-клуба, а также сайтов для тех, кто пишет фанфики о Гарри Поттере и других героях Роулинг [2] и т.п. Сама Джоан Роулинг начинала, как и многие авторы, с детских рассказов. В шесть лет она показала матери свой первый опыт - историю про приключения кролика по имени Кролик, который заболел корью. Конечно, возникает прямая ассоциация с Кроликом из Алисы в стране Чудес, но это был Кролик Джоанны Роулинг. Позже книги писательницы также будут вызывать ассоциации, их даже будут называть вторичными, но это будут совершенно оригинальные книги талантливого автора, Д. Роулинг. В ее произведениях соблюдается важнейшее условие художественности - оригинальность авторской манеры, творческого почерка писателя. Здесь сказываются коренные свойства художественного образа - синтез объективного и субъективного начал, органическая включенность личности автора. Подлинно художественный образ главного героя неповторим и является отражением духовного мира его творца.

Интересен путь Д. Роулинг в литературу. Джоан окончила университет Эксетера в Девоне, где изучала французский язык и литературу. Какое-то время работала секретарем-переводчиком, но этот путь был явно не для нее. Объявление в газете подтолкнуло Джоан уехать из Англии в Португалию, преподавать английский и французский языки. Там она знакомится с телевизионным журналистом Жоржем Арантесом, с которым решает связать свою судьбу. Вскоре у них рождается дочь Джессика. Но совместной жизни не получилось, после бесконечных ссор и примирений Джоан забирает трехмесячную дочь и уезжает в Эдинбург. Это тяжелый период в жизни писательницы. Здесь она снимает комнату и

дописывает роман, единственный источник дохода на тот момент - государственная помощь. Задумывался роман как путешествие в волшебный мир, где все устроено по своим правилам и законам. Элементы фантастики, магии искусно вплетены в повествование. Автору удалось воплотить в своем произведении извечную мечту человека о чуде, возможности творить добро и противостоять злу. Своего героя писательница увидела из окна поезда, это был мальчик в очках со шрамом на лбу. Да и звучная фамилия для него была уже припасена, с мальчиком по фамилии Поттер она играла в детстве. Роулинг вспоминает, что писала роман о Гарри Поттере, когда ей было очень плохо и хотелось чего-то достичь.

«Как и многие писатели, Джоан не начинала сразу связанное повествование, а лишь делала отрывочные наброски, которые складывала в коробку из-под туфель. К примеру, не написав еще и абзаца первой главы, она уже до мелочей продумала правила волшебной игры квиддич» [3]. Имена героев, названия различных предметов и видов занятий, как и сами идеи для семи романов о Гарри Поттере, приходят в голову случайно, уверяет писательница. «Понятия не имею, откуда они берутся, - рассказывает Роулинг. - Вся радость была бы для меня испорченной, если бы вдруг выяснилось, что у меня просто есть маленькая извилина в мозгу, которая заставляет меня думать о невидимых платформах поездов» [4].

Джоан признает, что некоторые персонажи похожи на ее знакомых, однако в авторском воображении реальный образ трансформируется иногда до неузнаваемости, превращаясь в книжный. Так профессор Снейп и Гилдероя Локхарт начинались как копии знакомых Роулинг, однако на страницах книги изменились до неузнаваемости. Гермиону автор «списала» с себя одиннадцатилетней. А вот главный герой для экранизации романов о Гарри Поттере попал в фильм уже с магической среды - Дэниел Рэдклифф ассистировал на выступлениях самому Дэвиду Копперфильду. Впоследствии продюсер Дэвид Хьюман вспоминал, что с первого взгляда распознал в Рэдклиffe Гарри Поттера. Однако, чтобы получить его согласие на съемки, пришлось долго убеждать родителей парня.

Писательница провела колоссальную работу по сбору фактической информации для книги; собирала необычные названия среди растений, средневековых

святым, в картах, словарях и даже на памятниках жертвам войны. Большинство заклинаний вымышлены, но вот идея спортивной игры квиддич пришла писательнице в голову во время ссоры со своим тогдашним парнем в Манчестере. «Я всегда мечтала увидеть игру, в которой одновременно было бы больше чем один мяч. Идея меня просто поразила. С магловских видов спорта квиддич напоминает баскетбол, который я больше всего люблю смотреть», - вспоминает Роулинг, добавляя, что она все еще сохраняет тетрадь не только с записями, но и с диаграммами и предыдущими названиями всех мячей [4, с. 4].

Свою книгу Джоан Роулинг разослала литературным агентам. Кто-то отвечал, что они слишком серьезны для детей, кто-то присылал обратно, даже не читая. Однако в 1995 году все изменилось. Ее новый литературный агент Кристофер Литтл отвез роман «Гарри Поттер и Философский камень» на Франкфуртскую книжную ярмарку. Книга приглянулась известному британскому издательству «Блумсбери», которое приобрело роман за четыре тысячи долларов. Завершению работы над книгой способствует также грант на 8 тысяч фунтов от шотландской Рады по вопросам культуры и искусства.

Первый тираж «Гарри Поттера» был пятьсот экземпляров. Но уже через четыре дня в ведущих английских газетах появились благосклонные рецензии. Американские представители, славящиеся деловым чутьем, выкупили права для тиражирования в США за 100 тысяч долларов - абсолютный рекорд для детского писателя-дебютанта. Книга стала сенсацией и мировым бестселлером, получила награду «Детская книга года».

Настоящее имя писательницы - Джоан (Джонна) Роулинг. Третье имя появилось позже. И это тоже был издательский ход. Им хотелось, чтобы книги писательницы раскупались и мальчиками, поэтому было решено не выписывать полное имя, а лучше имена оформить как инициалы. Роулинг выбрала для второго инициала имя своей бабушки, Кэтлин, и звучало оно красиво - JK Rowling. И первое время хитрость издателей работала, автора Гарри Поттера признали и девочки, и мальчики. В дальнейшем это не было камнем преткновения для признания и общения.

Книга с успехом путешествовала по свету. Джоан Роулинг наконец получила долгожданную финансовую свободу и могла посвятить себя литературе. Уже летом 2000 года было продано более 35 миллионов экземпляров первых трех книг на 35 языках. Состояние детской писательницы выросло на 480 миллионов долларов. Пришло признание, слава и богатство.

Вся история Гарри Поттера уместилась в семи книгах - «Гарри Поттер и философский камень» (1997), «Гарри Поттер и тайная комната» (1998), «Гарри Поттер и узник Азкабана» (1999), «Гарри Поттер и Кубок огня» (2000), «Гарри Поттер и Орден Феникса» (2003), «Гарри Поттер и Принц-полукровка» (2005), «Гарри Поттер и Дары смерти» (2007).

После признания жизнь Роулинг пошла совсем по другому сценарию - интервью, участие в телевизионных программах и шоу, автограф-сессии, выступления и туры по Европе. Тихая, уединенная жизнь осталась позади, теперь каждый шаг был на виду. Изменилась и личная жизнь - в 2001 году Джоан Роулинг вторично вышла замуж (за врача-анестезиолога Нейла Мюррея, от которого родила сына и дочь).

Магия и волшебство в книге - обычное дело, однако иногда странные вещи случаются и в реальной жизни. На гребне популярности книгу о Гарри Поттере ждала еще одна неожиданность - из реальности. На кладбище недалеко от Тель-Авива обнаружили могилу девятнадцатилетнего рядового Королевского полка Великобритании, полного тезки литературного персонажа - Гарри Поттера. Благодаря творчеству Дж. К. Роулинг, могила стала привлекать множество туристов, и ее даже добавили в официальный список достопримечательностей.

Роулинг известна не только своими книгами о мальчике-волшебнике. Например, произведение «Фантастические животные и где их искать» (2001 год) - своеобразный учебник по дисциплине «Уход за магическими существами». В 2008 году вышла еще одна книга Джоан Роулинг «Сказки барда Бидля». Они были написаны писательницей для близких людей. Рукопись существовала лишь в шести экземплярах, написанных и нарисованных от руки. Готовится к выпуску новая книга Джоан Роулинг. Фантазия автора не иссякает.

Казахстанские издатели только растят своих авторов. Учатся быть по-особому заинтересованными произведением, глубоко понимать специфику художественного творчества, уважать писательский талант. Непреложная истина состоит в том, что автору нужен благоприятный климат, способствующий совершенствованию его произведений. Выпуск художественного текста всегда связан с тайнами творчества, созидания и особенностями издательских процессов. С искусством литературное произведение связывают предмет и функции, с издательским делом - читательский адрес и целевое назначение изданий. «Чтобы качественно, грамотно подготовить к изданию литературно-художественное произведение, необходимо понять его свойства как произведения искусства, а также его специфику как литературного труда. Тогда редактор сможет эффективно обеспечить издательскую интерпретацию работы автора» [5].

Книжная индустрия Казахстана только приспособляется к новым условиям тиражирования новых имен. Есть с кого брать пример, так как современные издательские проекты строятся по одному образцу. Прежде чем запускать издательский проект, нужно понять его цели и возможности: ориентироваться в читательском спросе, знать запросы отечественной аудитории, целевую группу данного вида литературы, уметь в нужном формате и качестве «доносить» продукт до потребителя и т.д.

Коммерческие авторы превращаются в бренды, условия популярности которых - узнаваемость и присутствие. Профессиональные издатели знают, что обязательным составляющим авторской карьеры является «само-промоушен: встречи с читателями, автограф-сессии, интервью, блоги, лекции и видеоуроки и другие формы паблисити» [1, с. 70]. Процесс этот идет очень медленно. К сожалению, можно легко представить, что было бы с Джоан Роулинг, родись она, например, в небольшом селе под Карагандой: в лучшем случае фрагмент ее произведения был бы опубликован в журнале. А потом о ней бы забыли, и, скорее всего, она так бы и осталась безвестной чудаковатой писательницей, пишущей некую «абракадабру».

#### Литература:

- 1 Книжный бизнес в 2012 году: прогнозы и перспективы // Книжная индустрия. - 01. 2012. - С. 69.
- 2 <http://fanfikgp.beon.ru/>
- 3 Биографическая статья о Дж. Роулинг. <http://potter.claw.ru/>
- 4 Роулинг, Джоан. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
- 5 Редакторская подготовка изданий: учебник / под ред. С.Г. Антоновой. - М.: Логос, 2004. - С. 194.

Мақала авторлық брендті қалыптастыруда туындайтын өзекті мәселелерге арналған. Автор шетелдік баспа жобаларында британдық Джоан Роулинг шығармалары негізінде баспа интерпретациясын қарастырды. Шетелдік баспа ісінің тәжірибесін үйреніп, авторлық бренд қалыптастыру кітап шығару саясатындағы алға басушылық пен жарнаманы белсенді түрде жүзеге асыруға ерекше ұмтылыс тудырады. Осы ретте Джоан Роулинг жетістіктерінің феномені баспагерлерді, редакторларды, кітаптаратушыларды кітап ісін игеруге толыққанды жұмылдырып, оған көңіл бөлуге қызмет етеді.

Article is devoted to topical issues of formation of an author's brand. The author considers on an example of the foreign project publishing interpretation of works British author Joanne Rowling. Studying of foreign publishing experience of creation of author's brands is of special interest for the Kazakhstan book publishing which is actively building new publishing policy in the field of promotion and advertizing. The phenomenon of success of Joanne Rowling is worthy also fixed studying of publishers, editors.

М. Майлықұтова

#### Кітап шығару ісін мемлекеттік қолдаудың әлемдік тәжірибесі

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.  
УДК 655/4/.5; 655.55

**Аңдатпа.** Мақалада Қазақстан кітап басу және кітап тарату жүйесінің проблемалары қарастырылған. Шетелдік және отандық басылымдардың ҚҚС пайыздық көрсеткіші келтірілген. Автор Қазақстан кітап басу ісінің нормативтік-құқықтық базасының жоқтығына назар аудартады. Баспа және кітап тарату ісін мемлекеттік қолдаудың әлемдік тәжірибесі және заңнамалық аспектілері сарапталады.

### ҚҚС-қосымша құн салығы

Көптеген елдердің баспагерлері жалпы қоғамның қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған әлеуметтік маңызы бар әдебиет-тердің түрлерін шығаруда мемлекеттік қолдау-дың тікелей және жанама екі түрі бар. Тікелей қолдау бүтіндей кітап өндірісін дамыту үшін, әсіресе ұлттық сипаты бар жекелеген баспалық жобаларды, кітап саудасымен айналысатын фирмалар мен кітапханаларды, сондай-ақ кітап экспорты, құқығы, баспа және полиграфиялық қызметтерді орындау мақсатында мемлекеттік субсидияларды пайдаланумен жүзеге асады. Тікелей мемлекеттік қолдау көрсету жүйесінде француз моделі толыққанды түсінік береді (Еуропа Кеңесінің мәдениет комитетінің терминологиясы бойынша). Француз өкіметі тарапынан баспагерлерді қолдау Мәдениет министрлігімен жүйеленеді. Оның құрамында кітап ісінің құқықтық, салықтық, әлеуметтік мәселелерін шешуді жүзеге асыратын арнайы Оқу және кітап басқармасы құрылған. Басқармаға, сонымен қатар француз кітабын шетелдерге жіберу, сараптамашы-баспаларды, әртүрлі мемлекеттерде француз кітабын сататын дүкендерді қолдау, француз кітап-тарын шетел тілдеріне аудару үшін шетелдік баспаларға көмек көрсету сияқты міндеттер тапсырылған. Басқарма кітап оқуды насихат-тайтын, кітаптың қоғамдағы рөлін арттыратын шараларды жүзеге асырумен айналысады.

Францияда жазушылар шығармашылығына, кітап шығаруды дамытуға тікелей Ұлттық әдебиет орталығы ықпал етеді. Орталық қол-дау көрсетіп отырған ең ірі жобалар барлық француз тілді философтардың еңбектерін, В. Гюгоның толық шығармалар жинағын басып шығару, қашықтағы әдеби әлемге қолдау көрсету болып табылады. Тікелей мемлекеттің қолдауы Испания, Италия, Португалия, бірқатар Скандинавия елдерінде, Оңтүстік Корея, Бразилия, Канада сияқты елдерде

жүзеге асуда. Баспа ісіне мемлекет тарапынан көңіл бөлудің жанама түрі көптеген елдерде қолданыста. Жанама қолдау көрсету бүтіндей баспа жүйесіне немесе ғылыми, оқулық т.б. сияқты жекелеген түрлеріне де әсер етеді. Оның ішіндегі маңыздысы - мемлекеттік саясаттың салық жүйесіне қатыстылығы. Салық туралы айтар болсақ, баспа ісі дамыған елдерде кітап шығарушыларға айтарлықтай жеңілдіктер қарастырылмаған. Дегенмен де бірқатар елдерде салық төлеуде басымдықтар бар. Ереже бойынша, бұл өндіріске жұмсалатын қаржыға байланысты (Франция, Германия, Италия, Норвегия, Швейцария, Ұлыбритания, Нидерланды, Мексика). Оңтүстік Кореяда шағын баспа кәсіпорындарына салық төмен-детілген. Жапонияда баспалар жергілікті салықтан босатылған.

Кейбір мемлекеттік қолдаудың негізінде баспалар қосымша құн салығын төлеу барысында басымдық алады. Бразилия, Ұлыбритания, Норвегия, Оңтүстік Корея, т.б. елдерде кітап ісінде қосымша құн салығы мүлде ұсталмайды. Еуропа елдерінің басым көпшілігінде қосымша құн салығы басқа тауарларға қарағанда кітапқа төмен салынады. Германияда қосымша құн салығының номиналды көрсеткіші 16 пайыз болса, кітапқа салынатын салық 7 пайызды құрайды: Францияда 19,6-5,5%, Грекияда 18-4%, Испанияда 16-4%, Португалияда 17-5% пайыз[1].

Еуропалық Одақтың басқару органдары 1991 жылы Еуропалық одаққа мүше елдерде қосымша құн салығына бірдей мөлшер енгізу қажеттілігі туралы шешім қабылдады. Қосымша құн салығының номиналды мөлшері 15 пайыз болса, онда авторлық құқыққа (оның ішінде баспа өнімі бар) 5 пайыз мөлшеріндегі жеңілдетілген салық енгізіледі. Кітапқа құн салығы ұсталмайтын елдерде (Ұлыбритания, Норвегия, Швейцария) осы тәжірибені өзгертпеуге шешім қабылданған.

## Еуропа елдерінде кітапқа салынатын қосымша құн салығы

№	Мемлекеттер	Қосымша құн салығының стандартты мөлшері, %	Кітаптарға салынатын қосымша құн салығының мөлшері, %
1	Германия	16,0	7,0
2	Франция	19,6	5,5
3	Грекия	18,0	4,0
4	Испания	16,0	4,0
5	Португалия	17,0	5,0
6	Еуропалық одақ	15,0	5,0
7	Ұлыбритания	17,5	0
8	Норвегия	25,0	0
9	Швейцария	7,6	0

Кітап баспасы дамыған барлық елдерде кітап экспорттауда өз баспагерлеріне құқықтық және қаржылай көмек береді. Мысалы, Нидерландта дамушы елдерге голландық баспалар шығаратын ғылыми-техникалық әдебиеттерді алуға субсидия бөледі. Мем-лекеттік қаржыландыру мен Британ кеңесінің бақылауымен ағылшын баспалары дамушы елдерге арнап, оның ішінде оқулықтар да бар, кітап шығаруды жүзеге асыруда. Испанияда ол қаражат экспорттық тасымалды кеңейтуге жұмсалатын болса, онда баспагерлер салықтан толықтай босатылады.

Кез келген қоғамда ақпараттық үдерістер осы салада мемлекеттік саясатты іске асыру жолдарымен реттеледі. Мемлекет осыған сәйкес заң актілерін шығарумен және қаржы-экономикалық жеңілдіктер жасау арқылы тікелей және жанама түрде ықпал ете алады. Біздің ойымызша, мемлекет кітап шығару ісін ұзақ мерзімді мәселе ретінде қарастырып, нақты көңіл бөлмей отыр. Кітап ісінің бірқатар жалпы мәселелері шешілмеген, атап айтқанда: құқықтық, салық-тық, және әлеуметтік. Оның ішінде:

- кітап саласы мемлекеттік деңгейде жеткілікті реттелмей келеді. Еліміздегі кітап ісінің қарқынды дамуына бағытталған нормативтік-құқықтық база жоқ;
- құн салығын ұстауда салық салу жүйесі жетілдірілмеген;
- кітап оқуға деген оқырмандар ынтасының төмендеуі, әсіресе жастар аудиториясы;
- сонымен қатар қазақстандық кітап нарығына әсер ететін басқа да себептер:
- нарықтың төмен рентабельділігі 8-10 пайыз, бұл саланың қаржы жүйесінің тұрақ-

сыздығын, инвестициялық тартымсыздығын көрсетеді.;

- қордың баяу айналымы;
- басқа аймақтарда кітап саудасы және баспа компанияларының жетіспеушілігі;
- баспа және кітап саудасы бизнесінің басым көпшілігінің Алматы және Астана қалаларында шоғырлануы;
- бөлшек - сауда жүйесінің нашар дамуы;
- отандық полиграфия жүйесінің қанағаттанарлықсыз жағдайы;
- қағаздың қымбаттылығы;
- Мемлекет тарапынан баспагерлер мен кітап саудасымен айналысатын компанияларға қолдаудың жоқтығы;
- Нарықтың ашық еместігі - компания-лардың айналымы жөніндегі ақпараттардың жоқтығы, шыққан және сатылған өнімдер деректерінің көрсетілмеуі;
- Нақты өнімді нақты тұтынушыға ұсынуға бағытталған маркетингтік жоспарлардың жоқ-тығы;
- Барлық деңгейдегі біліктілігі жоғары мамандардың жетіспеушілігі;

Баспагерлер (баспа ісімен айналысатын ұйымдар) мен полиграфиялық кәсіпорындар тарапынан Қазақстанда шығарылған барлық өнімнің депозитарийі - кітап палатасының баспасөз мұрағатына міндетті және тегін да-насын тапсыруын реттейтін нормативтік-құқықтық базаның жоқтығы еліміздің мәдени мұрасын сақтауға кері ықпалын тигізіп отыр. Сонымен қатар Қазақстанның баспа нарығының жағдайына қатысты статистикалық деректер де нақтыланбауда.

1992 жылы 22 маусымдағы Қазақстан Республикасы Министрлер кабинетінің «Баспа

шығармаларының бақылау және міндетті даналарын тарату тәртібі туралы» №548 қаулысы күшін жойған.

Қазақстанда ұлттық кітап шығару мәселесін келешекте дамытуға орай ұсыныстар.

Елімізде кітап ісінің қазіргі кездегі көкейкесті мәселелерін, оның ішінде кітап оқу дағдарысын мемлекеттің саясатынсыз шешу мүмкін емес. Қазақстандағы кітап шығару ісін қолдауға бағытталған барлық шаралар біріктірілмеген. Осыған байланысты, кітап шығару мен кітап оқуды дамытудың ұлттық «мемлекеттік» тұжырымдамасын жасау қажеттілігі туындайды. Бұл - Кітап палатасының ғана ұсынысы емес, баспагерлер мен кітапхана қызметкерлерінің де ұсынысы.

Негізінде кітап палатасы оқырман белсенділігін арттыруға байланысты ұлттық бағдарлама құру қажеттілігін алға тартады. Мұндай маңызды құжатты дайындауда еліміздің кітап нарығының көрнекті өкілдері, экономика саласының сарапшылары, педагогтар, психологтар, социологтар, кітапхана ісі қызметкерлері қатысуы қажет.

Қазіргі таңда Қазақстанда баспа ісі мен кітап тарату саласын реттейтін нормативтік-құқықтық құжат жоқ. Кітап шығарудың нормативтік-құқықтық базасын жасау арқылы (қоғамды толықтай ақпараттандыру) кітап шығаруда, еліміз азаматтарының интеллектуалдық деңгейін көтеруде әлемдік деңгейде бәсекелестікті қалыптастыра аламыз.

Көптеген баспалар кітап палатасына шығарған өнімдерінің міндетті даналарын тап-сырмайды. Бұл өз кезегінде баспагерлерге (баспа өнімдерін шығаратын ұйымдарға) міндетті тегін дананы тапсыруды міндеттейтін нормативтік-құқықтық базаның жоқтығы салдарынан орын алып отыр. Осының салдарынан барлық па-раметрлер бойынша баспасөз статистикасы жөніндегі ақпараттар алынбайды.

2010 жылдың 27 мамырында Президент Н. Назарбаев «Мәдениет туралы» Қазақстан Республикасының Заңына толықтырулар мен өзгертулер енгізу туралы» №280-IV заңына қол қойды. Аталған заңға «Қазақстан халқының мәдени мұрасын сақтау мақсатында ұлттық кітапханаларға өндірушілер тапсыратын басылымның міндетті тегін данасы редакциялық-баспа өңдеуінен өткен, шығу мәліметі көрсетілген баспа данасы (мәтіндік, ноталық, электронды, картографиялық, бейнелеу басылымдары) болып табылады» деген мәлімімен енгізілді. Ал 24-баптың 2-2 пунктінде «Басылымдардың міндетті

тегін даналарын дайындалған күнінен бастап күнтізбелік отыз күн ішінде басып шығарушы немесе оның тап-сырмасы бойынша үшінші тұлға Қазақстан Республикасының ұлттық кітапханаларына жібереді». Аталған пунктке Қазақстан Респу-бликасы Ұлттық мемлекеттік кітап палатасы көрсетілмеген.

Сондықтан «Мәдениет туралы» Қазақстан Республикасы Заңының аталған пунктіне толықтырулар енгізу қажет деп білеміз. 24-баптың 2-2 пунктіндегі «Қазақстан Ресупуб-ликасы ұлттық кітапханасы» деген сөзден кейін «Ұлттық академия кітапханасы мен Қазақстан Республикасы Ұлттық мемлекеттік кітап па-латасы» деген тіркестерді енгізу қажеттігін ұсынамыз. Мұндай норма «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» Қазақстан Республикасының Заңының 16-бабында қарастырылған, бұл бап өз кезегінде жақсы жұмыс істеуде.

Республикамыздағы кітап шығару және кітап тарату жүйесінің сараптамасы және әлеуметтік сауалнамалар негізіне сәйкес кітап басу ісін жетілдіру мақсатында кітаптың және басқа да БАҚ өнімдерінің рөлін арттыру қазіргі қоғамның тұрақты дамуының басымдықтары:

- Кітап шығару ісін дамытудың нормативтік-құқықтық базасын құру;
- Елімізде көрме-жәрмеңкелерді өткізуді субсидиялау және ұйымдастыруда мемлекеттік қолдау көрсету, отандық баспалардың халық-аралық кітап көрмелеріне қатысуын, ұлттық қазақстандық кітап экспозициясын қалыптас-тыруды қаржыландыру;
- Тұрғындардың барлығына қолжетімді болуы үшін, кітап құнының төмендеуін қамтамасыз ету үшін оқу және әлеуметтік маңызы бар әдебиетке қосымша құн салығын ұстамау;
- «Әлеуметтік маңызы бар әдебиеттерді шығару» мемлекеттік бағдарламасының тақырыптық жоспарына сәйкес рубрикалар (мысалы, балалар әдебиетіне 15 пайыз), үш жыл мерзімге квота беруді енгізу және тақырыптық жоспар-ды жүзеге асыру үшін баспаларға нақты жылы көрсетілуін енгізу;
- Бұқаралық ақпарат құралдарында кітапты насихаттау, республикалық газеттер мен теледи-дарда кітапқа арналған рубрикалар ашу;
- Кітап ісі саласында халықаралық ғылыми және мәдениетті байланыстарды нығайта оты-рып, баспагерлер мен кітап таратушылардың кәсіби қоғамдық бірлестіктердің ғылыми-ақпараттық қызметіне қаржылай қолдау көрсету;

- ҚР Статистика агенттігіне ұсынатын статистикалық есепке «кітап дүкендері» және «кітап өнімдерін сату» атты бөлімді енгізу;
- ҚР Қаржы министрлігінің Кеден комитеті құжаттарына «кітап өнімдерін әкелу мен әкету» СЭҚ (ВЭД) кодын енгізу;
- «Мәдениет туралы» Қазақстан Республикасы Заңының 24-баптың 2-2 пунктіне Қазақстан Ұлттық мемлекеттік кітап палатасына басылымдардың міндетті тегін даналарын тапсыру туралы қосымша енгізу.

Кітап өндірісінің, кітап тарату ісінің, кітап оқудың қазіргі жағдайын сараптай келе, қалыпты жағдайларға қарамастан (шығарылатын кітаптар мен кітапшалар санын арттыру, жаңа баспалар мен кітап дүкендерін ашу), Қазақстандағы кітап ісін жетілдіру қажет.

Бұл, негізінен - басылымдардың сапасын арттыру, ұлттық МемСТ-тарды өңдеу және бақылау, баспалардан шыққан барлық баспа өнімдерінің бақылау данасын тапсыру, кітап өнімдерін таратудың жаңа әдістерін іздеу және көпшіліктің кітап мәдениетіне деген көзқарастарын жақсарту. Осының барлығы нормативті құжаттарда бекітілген шаралар жүйесін қалыптастыруда мемлекет пен кітап қоғамдастығының бірлескен күш-жігерін талап етеді.

Көтерілген мәселелерді тиімді шешу үшін мемлекет қолдайтын, жетекші отандық баспаларды, кітап өнімдерін таратушыларды, полиграфистерді, кітапхана қауымдастығының өкілдерін, жазушылар ұйымдары мен ассоциацияларын біріктіретін Қазақстанның кітап одағын құруды қажет етеді.

Қазақстандағы кітап тарату ісі, негізінен, кітап саудасы (көтерме және бөлшек) және әртүрлі кітапханалар жүйесімен (ғылыми, бұқаралық әмбебап, әлеуметтік және т.б.) байланысты. Кітап палатасы 2011 жылы негізінде әлеуметтік зерттеулер жүргізді.

Еліміздегі кітап саудасының жағдайына (көтерме және бөлшек сауда жасайтын кітап дүкендері, бір кітаптың орташа бағасы т.б.) ҚР Статистика агенттігінің статистикалық материалдарында кітап саудасына қатысты нақты деректердің болмауына байланысты баға беру қиынға соғып отыр. Мысалы, 9-бөлімде азық-түлік емес тауарлардың орташа бағасы көрсетілген [2]. «Қазақстан» жыл-намасында 2.48-бөлімде Ақпараттық қоғамға енудің көрсеткіштері», «Мәдениет» қосымша бөлімінде театрлар, кітапханалар, т.б. [2.61б.] жайындағы деректер енгізілген. «Тұтынушылар шығынының

құрылымында» кітап, мерзімді басылымдар және т.б. тұтыну көрсеткіштері қарастырылмаған. «ҚР Көтерме және бөлшек сауда» статистикалық жинағында кітап, мерзімді басылымдардың сатылымына байланысты жал-пы деректер көрсетілгенімен, кітап саудасымен айналысатын ұйымдар жайында мәлімет жоқ. Бірақ облыс бойынша дәріхана, мейрамхана, қоймалар жайындағы (саны, сауда алаңдары) мәліметтер бар.

Осыған байланысты, Статистика агенттігінің есеп беру материалдарында және ҚР Қаржы министрлігінің Кедендік бақылау комитетінің құжаттарына елден әкетілетін және әкелінетін кітап өнімдерінің СЭҚ (ВЭД) кодын енгізу қажеттілігі туындайды. Кітап саудасының өсуімен тікелей байланысты Қазақстандағы кітап нарығының даму үрдісі осыдан бірнеше жыл бұрын байқалған. Ол, негізінен, ресейлік кітап өнімдері және ұлттық кітап шығару нарығының бәсеңдігімен байланысты болып отыр. Оның қорытындысы Алматы қаласы бойынша жүргізген әлеуметтік сауалнамасы нәтижесінде көрсетілген.

«Алматы кітап» және «Көкжиек» дүкендерінің жүйесі қазақстандық кітаптардан тұрады (70-тен 80%-ға дейін). Басқа да кітап саудасымен айналысатын ұйымдарға келсек, бұл көрсеткіш қарама-қайшы. Мысалы, «Гулянда» кітап дүкенінде сатылатын кітап өнімдерінің басым көпшілігін (65-тен 80%-ға дейін) ресейлік басылымдар құрайды, керісінше, қазақстандық өнімдер 15-пен 35 пайыз аралығында ғана. «Эврика» кітап дүкендер желісінде ресейлік өнімдер басымдылық танытады (75-тен 85%-ға дейін), керісінше, қазақстандық өнім 15-20 пайызды құрайды.

Осыдан шығатын қорытынды, елімізге сатылатын кітап өнімдерінің басым көпшілігі Ресейден (60-80%) әкелінетіндігі. Бұл өз кезегінде отандық өнімдерге сұраныстың жоқтығынан емес, қазақстандық баспалардың өз өнімдерін кітап дүкендері желісіне сатуға, таратуға бермейтіндігінде болып отыр. Қазақстандық ав-торлардан кітаптарына, әсіресе балаларға арналған басылымдарға, көркем әдебиетке, анықтамалар мен оқулықтарға сұраныс бар. Көтерме кітап саудасында жағдай бұдан әлде қайда жақсы: бұл жерде нақты баспалармен тікелей байланыс орнатылған. («Алматы кітап», «Атамұра», «Аруна», «Балалар әдебиеті» және т.б.) сатылатын өнімдердің 70 пайызы отандық өндірушілер шығарған кітаптар.

Бұл жерде кітап саудасының көлемі айтарлықтай жоғары. Көрсеткіштер айына 500 мыңнан аса кітап сатылатындығын көрсетіп отыр.

Сонымен қатар сатылатын өнімнің айтарлықтай бөлігін оқулықтар құрайды. Мысалы, өткен жылы тамыз айынан қазанға дейінгі аралықта сауда көлемі 3 млн кітап болды.

Егер кітапханаларда қазақстандық баспа өнімдерімен қамтамасыз етілуін қарастыратын болсақ, онда жіберілген 482 анкетаның (60%) басым бөлігінде кітапхана қызметкерлері кітапханада кітаптардың тапшылығын, жаңа кітаптардың жеткілікті түспейтіндігінің себептерін атап өткен:

1. Отандық кітаптар аз ғана басылыммен шығаратындығынан;
2. Баспалар, кітап дүкендері мен кітапхана арасында тікелей байланыстың болмауынан;
3. Баспалардың тақырыптық жоспарының таратылу тәжірибесінің жоқтығынан;

2011 жылы кітап сататын ұйымдар қорында дәстүрлі емес (аудио, электронды кітаптар) кітап өнімдеріне жатпайтын өнімдердің ара салмағы көбейген. Бәрінен бұрын бұлар баспалар жанындағы дүкендер («Жазушы», «Аруна» бас-палары жанында), «Меломан» дүкендер жүйесі мен ірі супермаркеттердің кітап саудасы бөлімдері («MEGA», «Махiма», «Спутник» және т.б.) бар.

#### **Әдебиеттер:**

- 1 Қазақстанда кітап шығару, кітап тарату және кітап оқу мәселелері. ҚР Ұлттық Кітап палатасының статистикалық сараптамасы. 2012 ж.
- 2 «Қазақстан Республикасындағы тұтыну нарығындағы бағалар». Стат. Жинақ. - Астана, 2011 ж.

В статье рассматриваются проблемы книжного дела и книгораспространения в Казахстане. Приведены процентные показатели НДС зарубежных и отечественных книг. Автор обращает внимание на отсутствие нормативно-правовой базы отрасли и логистики в казахстанском книгоиздательском деле. Анализируются законодательные аспекты и мировой опыт государственной поддержки издательского дела и книгораспространения.

In the article the problems of book business and knigorasprostraneniya are examined in Kazakhstan. The percent indexes of VAT of foreign and domestic books are resulted. Author obrashaet attention on absence of normative-legal base of industry and logistic on Kazakhstan publishing business. Legislative aspects and world experience of state support of publishing business and knigorasprostraneniya are analysed.

**7-  
бөлім**

**Раздел 7**

**Section  
7**

**Жұртшылықпен  
байланыс**

**Связи  
с общественностью**

**Public relations**

**бағыттары**

**А. Рожков**

#### **Оптимизация приемов PR-воздействия**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы  
УДК 070

**Аннотация.** В статье рассматриваются тенденции развития института связи с общественностью в Казахстане на современном этапе. Подчеркнута необходимость учета национальных особенностей в PR. Обосновываются механизмы решения задач в области коммуникаций, долговременного взаимодействия различных общественных структур, улучшения имиджа. Показаны различия между приемами воздействия PR и рекламы. Описаны подходы



оценки эффективности PR-деятельности. Проиллюстрированы проблемный и ресурсный подходы в организации PR-акций. Представлен примерный набор мотиваций при планировании кампаний.

### **Связ. Технология. PR.**

Технологии связи с общественностью одинаковы во всем мире, но их применение в каждом государстве должно иметь национальную специфику, иначе будет сложно добиваться высоких результатов. Использование приемов PR требует обязательного учета адресности аудитории, на которую направлено его влияние. Точное определение такого воздействия предлагает белорусский социолог и психолог В.П. Шейнов, обосновав принципы «мишенной воздействия» [1]. Исследователь относит к ним особенности адресатов, их слабости, потребности и желания, на которые воздействует инициатор, чтобы стимулировать адресата к принятию нужного решения. В качестве мишенной могут быть выбраны универсальные побудители - чувство достоинства индивида, его стремление к осуществлению своих желаний, к успеху, получению материальной выгоды, удовольствия, комфорта, желание быть здоровым, иметь благополучную семью и т. п. Именно связь с общественностью «подсказывает» оптимальные пути движения мысли, по которым обычно и следуют люди.

Основным отличием PR от наиболее распространенного другого механизма продвижения - рекламы, является его более высокий коэффициент полезного действия. При использовании рекламы компания напрямую оплачивает контакты с потенциальными покупателями или получателями услуг, в то время как при использовании PR средства инвестируют для привлечения внимания со стороны аудитории, которая в дальнейшем донесет необходимую информацию до потенциальных покупателей или услугополучателей. Разница между рекламой и PR состоит в том, что технология связи с общественностью вызывает большее доверие. Такой способ продвижения менее навязчив и более убедителен, особенно при сегодняшних постоянно увеличивающихся объемах агрессивной рекламы [2]. За последние 20 лет на отечественных потребителей было направлено сразу столько средств воздействия, что они стали крайне недоверчивы. Именно поэтому налаживать благоприятные отношения с общественностью очень трудно. Качественная работа постепенно становится не просто преимуществом, а нормой деловой жизни всего бизнес сообщества. Одну и ту же услугу или

товар предлагают десятки различных организаций.

Но добиваются стойкого внимания потребителя лишь некоторые. Смешивать PR и рекламу нельзя, но в деятельности казахстанских организаций такое можно встретить часто. PR может пользоваться такими же инструментами, что и реклама (СМИ, презентации, конкурсы), хотя с совершенно иными целями.

Большинство руководителей государственных и коммерческих структур Казахстана уяснили, что PR позволяет довольно эффективно решать различные задачи в формировании мотивации, повышении спроса и интереса, укреплении имиджа, выхода из кризисов и пр. Для наших управленцев такое осознание является большим прогрессом. Вместе с тем многие из них порой не понимают, что успешность решения таких задач зависит от долговременности и многоступенчатости воздействия, а не от того, что кто-то даст приказ использовать PR. В данное время работа основной массы PR-специалистов сконцентрирована на информационно-разъяснительной политике. Важнейшая часть стратегии - долго-временность заменены стихийными или разовыми акциями.

В процессе использования различных коммуникаций возникает справедливый вопрос: а как и когда увидеть результат? Да, именно сложности в оценке результативности связи с общественностью в конкретном проекте дают такие основания. Например, даже в системе медиа-рилейшнз, где итоги организации пресс-конференции по внедрению новой банковской услуги вполне конкретны: это количество публикаций в газетах и журналах, сюжеты на телевидении, новости на радио, сообщения на интернет-порталах, необходимо провести их мониторинг, приняв во внимание тип СМИ, его положение среди других, тираж, охват, социальный состав аудитории. И тогда может выясниться, что вовсе не все напечатанное, показанное и озвученное: (а) прочитано; (б) понято; (в) воспринято благоприятно. Для получения таких данных порой нужны социологические исследования, или в условиях нехватки средств, хотя бы опросы. Только тогда мы сможем получить реальную картину эффективности воздействия PR в конкретном проекте.

Но вместе с тем отношения фирм и различных структур со СМИ важны, поскольку позволяют своевременно информировать журналистов, предотвращая появление слухов и ошибочных представлений. Подобные результаты нельзя измерить количеством строк в публикации или минутами эфира. Заблуждение о роли PR достигает своего пика, когда публикации начинают оценивать по тарифам печатной рекламы и приравнять их к бесплатной рекламе. Работу с прессой нельзя идентифицировать с рекламной деятельностью уже хотя бы потому, что реклама полностью находится под контролем рекламодателя, а публикации могут быть отредактированы, сокращены и даже полностью переписаны. Журналисты всегда имеют возможность путем обнародования информации в своих СМИ способствовать развитию предприятия или, наоборот, препятствовать ему. Если связи со СМИ не налажены, существует большой риск появления негативной или недостоверной информации на страницах газет и журналов, в эфире радио или телевидения, на сайтах. И, наоборот, прочные связи со СМИ очень пригодятся предприятию в случае возникновения кризисных ситуаций.

Каждый проект, проводимый с использованием различных воздействия PR-приемов, в финальной

3. Отношение. Сдвиг в отношении аудитории к организации.
4. Освещение. Уровень и тон охвата наших мероприятий в СМИ. На каком уровне мы представлены и как к нам относятся.
5. Положение. Место организации на рынке, по отношению к конкурентам.
6. Обратная связь. Это число запросов, полученных в результате PR-кампании.
7. Цена акции. Это сумма, вкладываемая в компанию инвестором.
8. Сбыт. Изменение в объеме сбыта или цене, вызванное исключительно деятельностью по связям с общественностью [3].

Вместе с тем исследователи предлагают и другие варианты оценок - как более простые, так и более сложные. Иногда лучше рассмотреть оценку воздействий, особенно когда проводится сравнение с результатами конкурентов: это может открыть подходы их PR-стратегии. Например, проводимая кампания можете опережать конкурентов по числу статей, но у них окажется большее число воздействий. А из этого, в свою очередь, следует,

стадии нуждается в обязательной оценке. На первый взгляд, результаты отдельных кампаний, можно точно измерить. Например, если в течение нескольких месяцев проводится работа с общественностью по безопасности движения и за это время отмечено снижение количества пострадавших, получается, что акция была проведена успешно. С другой стороны, к снижению числа пострадавших могли привести и другие факторы, может быть даже в большей степени, чем сама кампания, например, изменение погоды. На этом примере видно, насколько сложно оценить изолированно результаты приемов PR-воздействия. Это объясняется тем, что связь с общественностью - это содействие управлению, это инструмент властей и средство достижения понимания на международном, национальном и местном уровне.

Согласно концепции, предложенной Роджером Хэйвудом, эффективность можно верифицировать следующим образом:

1. Эффективность. Осуществление деятельности в пределах планируемых материальных и временных возможностей
2. Известность. Рост известности организации среди определенных аудиторий.

что они получают лучшие результаты, затратив меньше средств.

PR в Казахстане значительно отличается от западного или даже российского в силу экономического, политического и социального устройства страны. До последнего времени большинство клиентов солидных PR-агентств были крупные зарубежные организации. Многие из них уже имели неудачный опыт проведения в соседней России PR-акций без учета национальных особенностей в рекомендациях иностранных специалистов. Особенность отечественного рынка обуславливает и особенность деятельности в сфере PR.

Реальная ситуация. В PR-агентство обращаются одновременно два заказчика.

«Мне, - говорит первый, - необходимо заказать билборд для моего магазина, продающего обувь. Кроме того, я хотел бы три тысячи полноцветных календарей с золотым обрезаем. И еще, если это возможно, не могли бы вы нарядить десяток девушек и отправить гулять по центральным улицам, чтобы они всем встречным раздавали листовки с приглашением посетить магазин».

Второй заказчик менее конкретен. «Как-то вяло идут у нас в последнее время продажи, - жалуется он. - Не раскупают нашу новую мясорубку. Может, не знают, насколько она лучше предыдущей? Или по привычке только на импортные клюют? Посоветуйте, что тут можно сделать...».

Что мы можем сказать об этих заказчиках? Естественно, с первым агентству работать будет проще, так как все заказанные им услуги поставлены в фирме на поток и их оказание не требует дополнительных организационных усилий. Со вторым придется работать индивидуально - правда, и гонорар от него может быть намного больше.

Различие между заказчиками в том, что первый пришел за конкретными ресурсами, в то время как второй просит решить его проблему. Соответственно, в PR можно выделить два подхода к планированию и реализации PR-кампаний - проблемный и ресурсный.

Какой подход лучше? В идеале не должно быть необходимости делать выбор между двумя подходами, они должны логично дополнять друг друга. После того, как мы определили проблемы организации и поставили цели PR-кампании, необходимо планировать, какие ресурсы мы должны задействовать для достижения этих целей. Естественно, после того, как сотрудники PR-агентства разберутся с проблемами второго заказчика, они посоветуют ему воспользоваться теми или иными ресурсами. Более того, возможно, что первый заказчик уже произвел анализ своей ситуации и на основе этого сделал вывод, что оптимальными для него будут именно те ресурсы, за которыми он пришел в агентство [4].

В процессе планирования и реализации PR-кампании неизбежно возникают ситуации несогласия, противоречивые подходы к проблеме, как между организаторами-участниками, так и между коммерческим сектором и государственным. Такие противоречия вызваны часто не столько принципиальным несогласием с необходимостью действий, сколько разницей в явных и скрытых интересах сторон. К примеру, депутат мажилиса может быть искренне заинтересован в решении

проблемы сохранения сайги, но хотел бы взяться за нее через полгода, так как именно через полгода начнется новая избирательная кампания, во время которой его участие в решении этой проблемы привлечет избирателей. Нужно гарантировать ему поддержку на выборах сейчас, чтобы депутат стал союзником, но не забыть о своем обещании позже. Потому, планируя PR-кампанию, нужно учитывать все будущие общественные события. Поэтому после установления целей проводится их тщательное рассмотрение для определения целевых аудиторий с точки зрения их демографических и психологических признаков, их образа жизни, системы ценностей и убеждений, а также используемых ими СМИ.

Все PR-средства могут формироваться в две большие группы:

- PR-средства, передающие входящую информацию (исследования общественного мнения, «горячие линии», мониторинг радио- и телепередач, личные контакты, консультации и т.п.);

- средства, которые предполагают исходящую информацию (пресса, выставки, конференции, рассылки и т.п.).

Знание инструментов PR становится профессионально значимой компетенцией специалиста во многих сферах, так как PR - активно развивающаяся коммуникация, предполагающая успешную деятельность по улучшению взаимоотношений между компанией и всеми группами общественности, а также теми, кто вступает с ней в деловой контакт как внутри, так и за ее пределами.

#### Литература:

- 1 Шейное В.П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления людьми. - М., 2010. - С. 27.
- 2 Гусев К. А. Связи с общественностью в экономике. - СПб., 2001. - С. 56.
- 3 Хэйвуд Р. Все о Public Relations. - М., 1999. - С. 46.
- 4 Мурашко Ю. Планирование и проведение PR-кампаний. - СПб., 2001. - С. 84.

Мақалада қазақстандық PR саласындағы болып жатқан үдерістер қарастырылады. PR саласында ұлттық ерекшеліктерді ескеру керектілігіне зер салынған. Коммуникация саласында шешім қабылдау механизмі, әртүрлі қоғамдағы ^былыстардың бір-бірімен келіскен ұзақ уақыттық бекініс әрекеттері, имиджінің жақсару механизм қорытындылары дәлелденген. PR және жарнама араларындағы ықпал жасау тәсілдерінің айырмашылықтары көрсетіліп отыр. PR қызметі тиімділігін бағалауы нақты сипатталған. PR-акцияларын ұйымдастырудағы күрделі және ресурстық тәсілдемелері суреттеліп беріліп отыр. Компанияны жоспарлау кезеңіндегі уәж жиынтығы шамалап ұсынылған. Мақалада әртүрлі жоспарлы міндеттерді шешудегі қолданылған әдіс-тәсілдердің тиімділігі бағаланады.

In article tendencies of development of institute of public relations in Kazakhstan at the present stage are considered. Need of the accounting of national features for PR is underlined. Mechanisms of the solution of tasks in the field of communications, long-term interaction of various public structures, image improvement locate. Distinctions between receptions of influence of PR and advertizing are shown. Approaches of an assessment of efficiency of PR activity are described. Problem and resource approaches in the organization of PR-actions are illustrated. The approximate set of motivations is presented when planning campaigns.

Г. Сұлтанбаева

### Бұқаралық ақпарат құралдары интеллектуалды әлеует қалыптастыру құралы ретінде

*ҚР БҒМ 2012-2014 жж. 1585ГФ «Интеллектуалды ұлттан - интеллектуалды әлеуетке: бұқараға ақпарат-тың коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу» ғылыми зерттеулерді гранттық қаржыландыру жобасы аясында жүргізілген материалдар бойынша дайындалды.*

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Аңдатпа.** Мақала авторы елдің интеллектуалды әлеуетін қалыптастыруда БАҚ-тың рөлін қарастырады. Мақала ҚР БҒМ «Елдің интеллектуалды әлеуеті» бағдарламасының «Интеллектуалды ұлттан - интеллектуалды әлеуетке: бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу» тақырыбы бойынша ғылыми-зерттеу жұмыстары аясында ұсынылды.

#### Экономика. Интеллектуалды әлеумет.

Әлемдік экономикалық, саяси-әлеуметтік үдерістердің жылдам дамуы кезеңінде қазақ-стандық қоғамның рухани құндылықтары мен идеологиялық ұстанымдарын айқындау, өркениеттілік қағидаларына бағыттау өзекті мәселе. Елімізде ұлттың интеллектуалдық әлеуетін арттыруға бағытталған мемлекеттік шаралардың іске асырылуы мәселені күн тәртібіне қойып отырғанының дәлелі. «Интеллектуалды ұлт - 2020» Ұлттық жобасының бас-ты мақсаты елдің интеллектуалдық әлеуетін арт-тыру.

Ұлттың интеллектуалды әлеуетін ғылыми әдебиеттерде:

«Қоғамның барлық саласында жинақталған ғылыми, кәсіби, мәдени ақпарат, мамандардың білімі мен біліктілігі, әр азаматтың интеллектуалдық, моральдық және мәдени дамуы және олардың жағымды психикалық, мораль-дық ерекшеліктері, олардың әлеуметтік-жағым-ды дәстүрлері, дағдылары, әлеуметтік-жағым-ды халықтық дәстүрлер, кәсіби дағдылар, білімдарлық, тәрбиелік, отансүйгіштік, азамат-тық белсенділік, батылдық, адалдық, әлеуметтік топтарға ұйымдаса білу. Аталған қасиеттердің бәрі ұлттың игілігі әрі байлығы», - деп анықтама беріледі.

Қазақстан қоғамында ұлттың интеллектуал-дық әлеуетін арттыру мәселесі жоғарыда аталған факторлармен етене жақын. Өйткені көпұлтты да

көпдінді елде, егемендігі мен мемлекеттігі қатар қалыптасып отырған Қазақстанда әлемнің алпа-уыт та алып елдерінің көшіне ілесуде де интеллектуалды ұлт қалыптастыру, интеллектуалды әлеуетті арттыру - стратегиялық міндеттердің қатарында.

Елбасы Н. Назарбаев 2009 жылы әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-да «Қазақстан дағдарыстан кейінгі дүниеде: болашаққа интеллектуалдық секіріс» атты актілік дәрісінде «интеллектуалды ұлт» қалыптастырудың үш аспектісін атап өткен болатын.

«Біздің ендігі міндет - қазақстандықтардың, бірінші кезекте жастардың білімділікке, интеллектіге, Отан мен халыққа қызмет етуге деген көзқарастарын өзгерту.

Бізге ұлттық интеллектінің дінін құру қажет, бізге халықаралық деңгейде бәсекеге түсе ала-тын эрудициялы адамдар керек», - дейді Елбасы.

Президент ұсынған Жоба негізінде үш аспекті бар. Біріншісі, Қазақстанның білім беру жүйесіндегі серпіліс.

«Интеллектуалды ұлт» жобасының екінші аспектісі - ғылымды дамыту және еліміздің ғылыми әлеуетін арттыру. Ғылым инновациялық экономиканың негізі болуы тиіс.

Жобаның үшінші аспектісі - елімізде инновация жүйесін дамыту.

Жобада аталған білім беру мәселесі - интеллектуалды ұлтқа барудың, өсудің алғашқы да іргелі баспалдағы. Елімізде Елбасы негізін қалап берген интеллектуалдық құндылықтар мен білім беруге бағытталған реформалар бұл бағыттағы әлеуетті серпінді шаралардың бастамасы болып отыр.

Интеллектуалды ұлт қалыптастырудың екінші аспектісі ретінде ғылымды дамыту, ғылыми зерттеулерге жаңа серпін беру. Бұл бағытта мемлекеттік қолдауға ие болған жобалардың қатарында ұлттық зертханалардың құрылуы, қаржыландыру көлемінің ұлғаюы дәлел.

Қазақстандықтардың жаңа генерациясын қалыптастыруға бағытталған «Интеллектуалды ұлт - 2020» жобасының мәні осындай. Мұнсыз біз Қазақстанды бәсекеге қабілетті адам капиталы бар елге айналдыра алмаймыз.

«Интеллектуалды ұлт» жобасының үшінші аспектісі - бұл инновация жүйесін дамыту. Елімізде инновациялық даму бағытындағы мемлекеттік шаралардың қатарында инновациялық-индустриалдық даму бағдарламасын атауға болады. Аймақтар мен ірі өндіріс кешен-деріндегі жаңа нысандардың пайда болуы, олардың экономикалық секторға жаңа қарқын беруі аталған Жобаның іске асуының айғағы.

Қазақстанда қоғамдық-саяси ғылымдар саласында интеллектуалды ұлт қалыптастыруды кешенді зерттеуге арналған алғашқы жобалардың бірі - «Интеллектуалды ұлттан - интеллектуалды әлеуетке: бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу».

«Интеллектуалды ұлт - 2020» Ұлттық жоба-сы аясындағы кешенді бағдарламалардың жүзеге асуы мен таяу болашағын айқындау нәтижесінде бұқараға тиімді ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу - басты мақсат.

Еліміздегі ұлттық интеллектіні қалыптастыратын, интеллектуалдық ұлттан интеллектуалдық әлеуетке жұмылдыратын интеллектуалды серпіліске негіз болатын Ұлттық жобаның тиімді жүзеге асуына бағдарлайтын, таяу болашағын айқындайтын мынадай міндеттерден тұрады:

- ұлттың интеллектуалдық капиталы қалыптасуының ғылыми, әлеуметтік, мәдени, интеллектуалдық, моральдық, танымдық негіздерін зерттеу, талдау нәтижесінде оның бұқараға тиімді ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу;

- халықтың интеллектуалды-менталдық капиталы қалыптасуында ғылыми жетістіктер мен мәдени-рухани құндылықтарды, ұлтжандылық, отансүйгіштік сананы айқындайтын фактор-ларды айқындау, елдік жағымды имидж қалып-тастырудың коммуникативтік стратегиясын әзірлеу;

- интеллектуалды ұлт қалыптасуының моральдық, мәдени талаптарын ақпараттық-насихаттық қолдау, мәдени ақпараттық орта қалыптастырудың тиімді механизмдерін әзірлеу;

- «Интеллектуалды ұлт - 2020» Ұлттық жобасының даярлық (2008-2009 жж.), реформалық (2010-2011 жж.) кезеңдері орындалуын-да ақпараттық-коммуникативтік процестерді ғылыми талдау, қорытындылау, сондай-ақ жобаның таяу болашақтағы имплементация (2012-2013 жж.), мониторинг (2014-2014 жж.), кеңею (2018-2020 жж.) кезеңдерінің жүзеге асуында ақпараттық мәдениет, ақпараттық теңдік, ақпараттық пәрменділік, коммуникативтік үндеудің жүйелілігін, ықпалдылығын, нәтиже-лелігін айқындау.

Постиндустриалды қоғамда адам капиталының дамуы басты орында тұрғаны рас. Бұл жайында ҚР Президенті Н.Ә. Назарбаев әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінде оқыған дәрісінде адам капиталының сапасы ар-туына талаптың күшеюі әлемдік посткризистік дамудың бесінші тренді ретінде атап өткені дәлел. Қазақстан жағдайында адам капиталы сапасының артуы болашаққа интеллектуалды серпіліс жасаудың алғышарттарына қадам басу қажеттігін айқындайды. Бұл орай-да, елімізде Елбасының бастамасымен «Интеллектуалды ұлт - 2020» Ұлттық кешенді бағдарламасының қабылдануын ерекше атаған дұрыс. Қазақстанда еліміздегі ұлт әлеуетін оя-туда, дамытуда интеллектуалды революция қажеттігі баса айтылған тарихи құжат интеллектуалды ұлт қалыптасуының іргетасы саналады. Бұл орайда, қазақстандықтардың саяси-мәдени білімінің, интеллектуалдық өресінің, туған елге де-ген сүйіспеншілігінің артуы интеллектуалды ұлт қалыптасуына негіз болмақ.

Қазақстанның бәсекеге қабілетті мемлекет, ұлт, ел болуында адам капиталы сапасының артуы ұлттық интеллектінің белсенуі, шоғырлануынан бастау алмақ. Қазақстанның интеллектуалды әлеуетінің артуында, интеллектуалды ұлт қалыптасуында ақпараттық-коммуникативтік процестерді талдау, таяу болашағын айқындау,

тиімді жүзеге асыру механизмі ретінде бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу зерттеудің өзектілігін танытады.

Қазақстанда интеллектуалды ұлт қалып-тасуына бағытталған Ұлттық жобаның жүзеге асуы барысында осы бағдарламаның кешенді түрде бұқараға тиімді ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологияларын әзірлеу жобаның басты жаңалығы саналады. Бұған дейін бұл салада, ұлттық деңгейде, кешенді зерттеу жүргізілмегендіктен, осы жоба аясында Қазақстанда интеллектуалды ұлт қалыптасуының негізі ретінде интеллектуалды әлеуетті арттырудың тиімді механизмдері қарастырылатын сараптамалық, ақпараттық, факторлық зерттеулер алғаш рет жүргізіледі, ғылыми жиындар ұйымдастырылып, зерттеу нәтижелері жарияланады және бұқаралық деңгейде насихатталады.

Аталған бағыттағы зерттеулердің болашақтағы маңызы аса үлкен. Қазақстанның интеллектуалды әлеуетінің артуының кепілі - интеллектуалды ұлт қалыптасуының тарихи кезеңдері ақпараттық, сараптамалық, талдамалық негізде зерттеліп, жүйеленіп, бұқараға тиімді ықпал етудің ақпараттық-коммуникативтік технологиялары әзірленеді. Сондай-ақ жоба аясында ҒЗЖ нәтижелері халықаралық рейтингі жоғары басылымдар мен республикалық БАҚ арқылы кеңінен жарияланады.

Зерттеу нәтижесінде: ұлттың интеллектуалды капиталы қалыптасуының ғылыми, әлеуметтік, мәдени, интеллектуалды, моральдық, танымдық негіздерін зерттеу, талдау нәтижесінде оның бұқараға тиімді ақпараттық-коммуникативтік ықпал ету технологиялары әзірленеді; халықтың интеллектуалды-менталдық капиталы қалыптасуында ғылыми жетістіктер мен мәдени-рухани құндылықтарды, ұлтжандылық, отансүйгіштік сананы айқын-дайтын факторлар айқындалып, елдік жағымды имидж қалыптастырудың коммуникативтік стратегиясы әзірленеді; интеллектуалды ұлт қалыптасуының моральдық, мәдени, интеллектуалдық талаптары ақпараттық-насихаттық тұрғыда қолдау табады, мәдени ақпараттық орта қалыптастырудың тиімді механизмдері айқындалады; «Интеллектуалды ұлт - 2020» Ұлттық жобасының даярлық (2008-2009 жж.), реформалық (2010-2011 жж.) кезеңдері орындалуында ақпараттық-коммуникативтік процестер ғылыми талданып, қорытындыланып, сондай-ақ жобаның таяу болашақтағы имплементация (2012-2013 жж.), мониторинг (2014-2014 жж.), кеңею (2018-2020 жж.) кезеңдерінің жүзеге асуының ақпараттық мәдениет, ақпараттық теңдік, ақпараттық

пәрменділік, коммуникативтік үндеудің жүйелігі, ықпалдылығы, нәтижелелігі айқындалады.

Зерттеудің ғылыми-практикалық маңызы ретінде еліміздің интеллектуалды әлеуетінің артуына негіз боларлық ғылыми тұжырымдар әзірлеуде; интеллектуалды ұлт қалыптасуында ақпараттық-коммуникативтік процестерді зерттеуде; ақпараттық қоғам жағдайында, бәсекеге қабілетті ел ретінде, модернизациялық өзгерістер кезеңінде Қазақстандағы интеллектуалды әлеуеттің артуын нығайтуда; ұлттың интеллектуалды әлеуеті - ғылым приоритеті ретінде негізделген ғылыми саясатты тиімді жүзеге асыруда; интеллектуалды ұлт ретінде қалыптасу, дамудың маңызы мен қажеттігін айқындайтын ақпараттық саясатты БАҚ арқылы насихаттауда; қазақстандықтардың интеллектуалды ұлт ретінде қалыптасудың маңыздылығын, қажеттігін тұлғалық санадан бұқаралық санаға дейін артуына ықпал етерлік ақпараттық-коммуникативтік технологиялардың қолданылуында; интеллектуалды ұлт қалыптасуының таяу болашағын айқындау факторларын атап өтуге болады.

ҒЗЖ алғашқы кезеңінде ұлттың интеллектуалды капиталы қалыптасуының ғылыми, әлеуметтік, мәдени, интеллектуалды, моральдық, танымдық негіздерін зерттеу, талдау мақсатында жинақталған мәліметтер базасы бойынша жүйелік, салыстырмалы сараптаулар жүргізу, сондай-ақ халықтың интеллектуалды-менталдық капиталы қалыптасуында ғылыми жетістіктер мен мәдени-рухани құндылықтарды, ұлтжандылық, отансүйгіштік сананы айқын-дайтын факторларды анықтау мақсатында қазақстандық БАҚ материалдарына саяси-дискурстық, контент-талдаулар жүргізу жоспарланды.

БАҚ материалдарына контент-талдау жүргізу мақсатында тіркеуге мынадай категориялар тізімі алынды.

Экономика, Модернизация, Ұлт, Әлеует, Индустрия, Инновация, Озық технологиялар, Білімділік, Интеллект, Отан, Халық, Өнеге, Ұлттық интеллект, Эрудициялы адамдар, Білім беру, Білім алу, Серпіліс, Ақпараттық қолжетімдігі, Сындарлы ойлау, Бағдар ала білу, Терең ақыл, Өмірлік күш-қуат, Ғылым, Интеллектуалды элита, Ғылыми әлеует, Жаһандану, Бәсекелестік рейтинг, Инновациялық даму, Ғылыми-технология, Интеллектуалдық жүйе, Экоэнергетика, Экология, Антиэйджинг (антикәрілік), Ғылыми-техникалық прогресс, Бизнес, Инновациялық-технологиялық даму, Инновациялық инфрақұрылым, Ақпараттық

тех-нологиялар, Индустриялы аймақтар, Адам капиталы, Интеллектуалды ұлт, Ұлттық құндылық, Саналы жастар, Білімді жастар, Озық елдер, Өркендеу, Бақ-дәулет/игілік, Еңбек пен қабілет, Отансүйгіштік, Рух.

Тіркеу категориялары тек қана мағыналық жүктемені білдіретінін ескеру қажет. Сондықтан оларды мағыналық категориялар деп өте жиі атайды, яғни бұл категориялардың астарында белгілі мағыналар бар деуге болады. Басқаша айтқанда, бұл мағыналардың астарынан мәтінде айтылатын қандай да бір нысанды немесе осы нысанға қатысты қандай да бір қасиетті байқай білу керек. Кей жағдайларда бұл нысан бір сөздің көмегімен, ал келесі жағдайларда бірнеше сөздердің бірігуі аясында, яғни нақты тұжырымдар арқылы сипатталады.

Құжат мазмұнында тек бір ғана мағыналық элемент түрлі сөздік формада айтылуы мүмкін болғандықтан, мәтіндегі осынау ой білдірудің барлық мағыналық категориялары болуы мүмкін формаларын іздестіру керек.

Біздің зерттеуімізде, аталған мағыналық жүктемелер «интеллектуалды ұлт», «интеллектуалды әлеует» ұғымдарының БАҚ (қандай БАҚ-та) материалдарында қаншалықты жиі жария-ланатыны, оның ақпараттық-коммуникативтік ықпалы мен бұқаралық / қоғамдық пікір қалып-тастыру факторлары айқындалады.

Сондықтан зерттеудің екінші кезеңінде таңдалып алынған категориялардың индикаторлары іздестіріледі. Бұлар аталған мағыналық категорияны

бейнелеуші элементтерден тұрады. Мәселен, «интеллектуалды ұлт» мағыналық категориясы «ұлттық интеллект», «эрудиялы адамдар», «білім беру», «білім алу», «серпіліс», «терең ақыл», «ғылым», «интеллектуалды элита» сияқты сөздермен немесе «Отанға де-ген махаббат», «Қазақстанның дамуы», «елдің өркендеуі» сияқты сөз тіркестерімен сипатталуы мүмкін, сол үшін де бұл сөздер мен тіркестер индикатор саналады. Зерттеудің қорытынды кезеңінде ерекшеленген индикаторларды есепке ала отырып, тіркеуге алынған категориялардың пайдалану жиілігі санала бастайды.

Зерттеудің инновациялық және бәсекеге қабілеттілігі еліміздің интеллектуалдық әлеуетінің артуы адам капиталы дамуының негізі ретінде танылуымен; Қазақстандағы «Интел-лектуалды ұлт - 2020» Ұлттық жобасының тиімді жүзеге асуының кепілі ретінде бұқараға ақпараттық-коммуникативтік ықпал етудің инновациялық технологиялардың әзірленуімен; еліміздің индустриалды-инновациялық даму-дың басты приоритеті ретінде танылған интеллектуалды ұлт қалыптасуы басты тренд ретінде айқындалуымен; еліміздің әлеуетінің тың арнада, жаңа бағытта жүзеге асуын бол-жайтын ақпараттық саясаттың әзірленуімен; Қазақстандағы интеллектуалды ұлт қалыптасуы процесінде, тиімді жүзеге асыру кезеңінде олқы тұстары мен приоритетті бағыттарын белгілейтін кепілдемелерге негізделген қолданбалы зерттеу-лермен айқындалады.

В статье автор рассматривает роль СМИ в формировании интеллектуального потенциала страны. Данная статья представлена в рамках научно-исследовательской работы по программе «Интеллектуальный потенциал страны» МОН РК по теме «От интеллектуальной нации - к интеллектуальному потенциалу: разработка технологии информационно-коммуникативных воздействий на массы».

Author considers role of mass media in formation of intellectual potential of a country. This article is given in the context of scientific research work of the programme 'Intellectual potential of a country' by MES of RK on the theme 'From intellectual nation to intellectual potential: elaboration of informational communicative technologies impact on the masses'.

А. Альжанова

### Индикатор измерения информационной среды социальной сети

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** В настоящее время многие организации запрашивают мониторинг социальных СМИ, где могут отслеживать упоминания о своей организации в таких социальных медиа, как Facebook, Twitter, блоги, доски объявлений и форумы. В Казахстане такой вид мониторинга продукции средств массовой информации менее развит, нежели мониторинг новостей. В данной статье рассматривается и изучается передовой опыт западных стран в области социального измерения информации.

## Мониторинг. Интектор.

### Что такое мониторинг СМИ?

Мониторинг СМИ - это процесс чтения, просмотра или прослушивания содержания СМИ, а затем выявление, сохранение и анализ контента, в котором содержатся определенные ключевые слова или темы.

**Ключевой инструмент по связям с общественностью. Маркетинг и конкурентная разведка**

Государственные учреждения, некоммерческие организации, частные лица используют мониторинг средств массовой информации в качестве инструмента для выявления упоминаний об их организации, ее брендах и так далее. Некоторые организации используют мониторинг для отслеживания успешности их пресс-релизов, чтобы найти информацию о конкурентах. Отслеживают, чтобы управлять репутацией торговой марки, чтобы лучше понять сильные и слабые стороны, выявить новые возможности для бизнеса и для других целей.

**Мониторинг новостей и мониторинг социальных медиа**

Мониторинг новостных источников, включая газеты, журналы, отраслевые журналы, телевидение, радио и интернет, на сегодняшний день является общим видом мониторинга средств массовой информации. Эту форму мониторинга СМИ называют «Мониторинг новостей».

В дополнение к мониторингу новостей многие организации в настоящее время также запрашивают мониторинг социальных СМИ, где могут отслеживать упоминания о своей организации в таких социальных медиа, как Facebook, Twitter, блоги, доски объявлений и форумы.

Важно подчеркнуть, что в Казахстане такой вид мониторинга продукции средств массовой информации менее развит, нежели мониторинг новостей. Целевая аудитория этого вида средние и крупные предприятия.

Рассмотрим и изучим передовой опыт западных стран в области социального измерения информации.

Существует более 200 инструментов и платформ, которые отслеживают и оценивают упоминания компании или бренда в социальных медиаканалах.



Эксперты J.D. Lasica и Kim Bale (Socialmedia.biz) предлагают топ-20 производителей и поставщиков социального мониторинга СМИ.

### 1. Radian6: A proven solution for big brands

Канадский Radian6 работает с брендами. Вне их контрольной приборной панели, которая отслеживает упоминания более чем на 100 миллионах социальных сайтов СМИ, они предлагают пульт обязательств, который позволяет координировать свои внутренние ответы на внешнюю деятельность, постоянно обновляя блог, Twitter и Facebook. Стоимость: от \$600/месяц. Radian6 предлагает демонстрационные версии студентам и педагогам для научно-исследовательских и проектных целей. Клиенты: Red Cross, Adobe, AAA, Cirque du Soleil, H&R Block, March of Dimes, Microsoft, Pepsi, Southwest Airlines.

### 2. Collective Intellect: Social media intelligence gathering

Используя комбинацию приборных панелей клиента, самоподачи и человеческого анализа, Collective Intellect предлагает надежный мониторинг и измерение, подходит для средних и крупных компаний. Стоимость: \$300/месяц, основан на определенных потребностях клиента. Клиенты: General Mills, NBC Universal, Pepsi, Walmart, Unilever, Advertising Age, CBS, Dole, MTV Networks, MillerCoors, Paramount, Verizon Wireless, Viacom, Hasbro, Siemens.

### 3. Lithium: Adjust your campaign on the fly

Данные предоставляются в легком для чтения графиках и числах, напоминающих фондовый рынок. Источники поиска - сообщения в блоге и комментарии, Twitter, Facebook, Flickr и многие другие. Стоимость: \$249/месяц для пяти поисков. Клиенты: Best Buy, BT, Barnes & Noble, FICO, Disney Online, Stubhub, Motorola, Coca Cola, Focus Features, Netflix.



#### 4. **Sysomos: Manage conversations in real time**

Мониторинг в реальном времени, который обеспечивает постоянно обновляемые результаты социальных бесед, используя различные удобные графики. Sysomos предлагает также анализ СМИ. Стоимость: от \$500/месяц. Клиенты: IBM, HSBC, Roche, Ketchum, Sony Ericsson, Philips, ConAgra, Edelman, Shell Oil, Nokia, Sapient, Citi, Interbrand. Owner: Marketwire.

#### 5. **Attensity360: Actionable insights**

Attensity360 работает на четырех ключевых принципах: слушать, анализировать, общаться, действовать. Стоимость: \$399/месяц за одну лицензию. Бесплатно предоставляется 15-дневная пробная версия. Клиенты: Whirlpool, Vodofone, Versatel, TMobile, Oracle, Wiley.

#### 6. **Alterian SM2: Providing daily brand sentiment**

Alterian CM2 мониторит упоминания в блогах, форумах, социальных сетях, таких, как Facebook, Twitter, Craigslist, ePinions. Контролирует среднесуточный объем, местоположение, тон и эмоции разговоров вокруг бренда. Стоимость от \$500/мес до \$15 000/месяц. Клиенты: Rosetta, MDAnderson, Pursuit, YouCast.

#### 7. **Crimson Hexagon: Actionable data for your business**

Многочисленные обсуждения, ведущиеся в интернет-СМИ, превращаются в полезные данные для бренда. Анализируется огромное количество качественной информации и определяется количественное соотношение мнений. Стоимость зависит от количества поисков. Клиенты: CNN, Hanes, AT&T, HP, Johnson & Johnson, Mashable, Microsoft, Monster, AdWeek, Thomson Reuters, Rubbermaid, Sybase, the Huffington Post, A&E, the Wall Street Journal.

#### 8. **Spiral16: Flexible pricing, competitive analysis**

Всесторонний взгляд на то, кто что говорит относительно бренда и сравнивает результаты с результатами главных конкурентов. Цель в том, чтобы помочь клиенту отслеживать эффективность социальной стратегии средств массовой информации, понять настроения онлайн-разговоров. Стоимость: от \$500. Клиенты: Toyota, Lee, Cadbury.

#### 9. **Webtrends: Mobile & social analytics**

Webtrends предлагает услуги, направленные на мониторинг, измерение, анализ и охват аудитории для бренда. Цены меняются в зависимости от услуг, выбранных клиентом. Чаще всего Webtrends

ориентирован на крупных игроков. Стоимость: социальных пакетов от \$15,000/год, приложения к пакетам - от \$1,500 to \$12,000/год. Клиенты: CBS, NBC Universal, 20th Century Fox, AOL, Electronic Arts, Lifetime, AA, Glam, Nestle, the City of Calgary.

#### 10. **Spredfast: Campaign & social media management**

Это не только мониторинг услуг, но и полный комплект приборных панелей социальных СМИ. Стоимость: от \$250/месяц для бизнеса. Клиенты: AOL, Nokia, IBM, Sierra Club.

#### 11. **NM Incite: Going for depth**

Опыт работы в сфере маркетинга, продаж, разработки продукции, обслуживания клиентов, бизнес-стратегии развития и мониторинг социальных медиа. Эта услуга ориентирована на транснациональные корпорации. Клиенты: Toyota, ConAgra, Intel, Sony, Nokia, AOL, HBO, Barclays, Whirlpool, GE, Discovery, Coca-Cola.

#### 12. **Converseon: Tech + human analysts**

Forrester Research назвал консалтинговую компанию Converseon лидером мониторинга социальных медиа. Converseon предлагает профессиональные услуги на каждом этапе процесса социальной бизнес-аналитики. Клиенты: Dow, Amway, Graco. Converseon имеет более чем 200 000 клиентов и 10 000 партнеров в 100 странах мира.

#### 13. **dna13: An emphasis on simplicity**

Контролирует все средства массовой информации и представляет данные в удобном для чтения формате. Предоставляет программные решения для брендов и управления репутацией, в том числе PR и корпоративных коммуникаций, набор программного обеспечения и службы мониторинга в режиме реального времени. Стоимость: от \$560/месяц. Клиенты: Wachovia, Miami Heat.

#### 14. **Attentio**

Мониторит обсуждения в социальных медиа и новостные сайты. Стоимость: от \$775/месяц. Клиенты: Johnson & Johnson, Skype, Microsoft, Disney.

#### 15. **Visible Technologies: High-end monitoring & analysis**

Позволяет клиентам отслеживать, анализировать и принимать участие в социальных медиа-разговорах, а также защищает их бренд в интернете. Стоимость: от \$25 000 до \$45 000, согласно сообщениям прессы. Клиенты: Microsoft, Vail Resorts, Xerox, Boost.

#### 16. **Cymfony: Enterprise-class monitoring platform**

Обеспечивает аналитику влияния рынка, просматривая и интерпретируя миллионы голосов как в социальных, так и традиционных СМИ. Клиенты: Fortune 2000 clients.

#### 17. Buzzcapture: Insights into market buzz

Находящийся в Амстердаме Buzzcapture может отслеживать компании, товары, бизнес-линии, трудные и сложные марки. Вся собранная информация анализируется и представляется в виде отчета. Стоимость: от EU10,000 до EU70,000 для каждой темы исследования или группы продуктов со стандартной лицензией, стоящей 30 000€. Клиенты: TNT, Vodofone, ING, Nissan, BMW, Microsoft, AstraZeneca.

#### 18. BuzzLogic: Tied to ad buy

BuzzLogic использует свою технологическую платформу, чтобы идентифицировать и организовать беседу в глобальном масштабе, комбинируя тему и аудиторию. Клиенты: Starbucks, American Express, HBO, HP, Microsoft.

19. **Meltwater Buzz: Overseas strength** Meltwater основан в Норвегии в 2001. Анализирует более 200 миллионов социальных сайтов СМИ. Стандартная подписка одного года от 13 000\$. Клиенты: Porsche Automotive North America, Vita-Mix, St. Jude

Children's Research Hospital, Bausch & Lomb, Pabst Blue Ribbon.

#### 20. Brandwatch: A focus on brand mentions

Находящийся в Великобритании Brandwatch мониторит новости, блоги, форумы, сайты социальной сети. Клиенты определяют ключевые слова (бренды, темы, имена людей, продукты) и получают отчеты. Стоимость: от \$300/месяц. Клиенты: Aviva, Activision, CheapFlights, The Body Shop.

Таким образом, анализ различных инструментов и платформ дает представление о том, что система мониторинга социальных СМИ на сегодняшний день является оптимальным решением для защиты репутации компании, формирования положительного имиджа и живого общения с клиентами, а также качественный маркетинг и PR.

Мониторинг поможет изучить не только конкретный рынок, но и всех конкурентов, что позволит в дальнейшем знать их слабые места и, наоборот, быть в курсе того, что нужно пользователям.

#### Литература:

1 Top 20 social media monitoring vendors for business. J.D. Lasica, Kim Bale. Socialmedia.biz.

Қазіргі уақытта көптеген ұжымдар әлеуметтік БАҚ-тың мониторингі туралы сұрайды. Өз ұжымы туралы олар Facebook, Twitter деген сияқты әлеуметтік медиаларда және басқа блог, бағдарламалардан ақпарат алады. Қазіргі уақытта Қазақстанда БАҚ мониторингі жоғары дамымаған, сондықтан бұл бөлімде біз ақпарат өлшемін шетел тәжірибесіне қарап қарастырамыз.

Nowadays many organizations request monitoring of social mass-media, where they can trace about their organization in social media, such as Facebook, Twitter, blogs, bulletin boards and forums. Such kind of monitoring in Kazakhstan isn't developed, therefore in this article we consider the experience of foreign countries in the field of social measurement of the information.

Ж. Бекболатұлы

### Брендинг функциялары

Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Аңдатпа.** Брендінг функцияларының қалыптасуы және байланыстарды дамытудың тарихы қаралады. Брендінг ғылымы тәжірибелік теориясының көкейкесті сұрақтарын зерттейді. Социология, дизайн, жарнама мұндай психология ғылымдармен брендінг байланысы жұртшылықпен байланысын зерттейді. Брендінг функцияларының анықтамалары беріледі. Заңға сүйенген, дифференциалды, коммерциялық және творчестволық функциялары қаралады. Автор брендінгтің құқықтық, тиімді және иррационалды тенденцияларын да атап өтеді. Брендінгтің ғылым саласы ретіндегі анықтамасы беріледі.

### Брендінг. Социология. Экономика.

Жаңа дәуір баспалдағы болған Екінші дүниежүзілік соғыстан экономикасы күшейіп шыққан бірден-бір мемлекет АҚШ болатын. Бұл

мемлекеттің соғыстан кейінгі жылдары әлем экономикасында елеулі рөл атқарғаны осы-дан түсінікті болса керек. Соғыс жылдарында көбіне

әскери жабдық шығарумен көтерілген АҚШ экономикасы енді жаңа қарқын ала баста-ды. 1947 жылдан кейін ел экономикасы бейбіт бағытта дамуға бет бұрды. Технологиялық басымдығы мен әлемдегі ең үлкен еңбек қарқыны, пайдалардың көлемділігі АҚШ компанияларының ел ішінде ғана емес, сырттағы нарықта да жаңа мүмкіндіктер ашуына әкеліп соқты. Батысеуропалық компанияларды тиімді бағаға сатып алып өндіріс көлемін өсіріп қана қоймай, еуропалық нарыққа шығып, әлемдік брендтерге айнала бастады. Ғаламдастыру үрдісі осы уақыттан бастау алады.

Өндірістік үрдіс тұтынушыдан алыстай түскенімен, баспасөздің дамуымен бірге ірі компаниялардың тұтынушыларына әсер ету мүмкіндіктері де кеңі түсті. Осы компания-лармен қатар жаңалары да бой көтере баста-ды. Олардың басымдықтары жаңашылдығында және тауар санаттарының көбеюінде болды. Бәсекелестіктің артуы жаңа коммуникациялық технологиялардың бой көтеруіне мүмкіндік берді. Әсіресе теледидар мен кинопленканың дамуы бұл үрдісті тездетті. Жарнама, PR сияқты бұқараға әсер ететін ғылымдар да осы кезеңнен бастап дамудың жаңа сатысына көтерілді. Әр компания тұтынушының санасында ерекше орын алуға тырысты. Сол себепті де әр компания өз беделін арттыратын шараларға, соның ішінде сауда белгісін жарнамалауға қаражаттарын ая-май жұмсайтын болды. Бренд ұғымының, брендинг ғылымының пайда болғаны да осы тұс. Бренд дегеніміз сауда белгісінің тұтынушының санасындағы тартымды, ерекше әрі толықтай аяқталған образы болып табылады.

Сөйтіп, өндірістік дамудың жаңа сатыға көтерілуі бренд туралы ғылым - брендингтің тұлғалануына жол ашты. Әрбір ғылым сала-сы сияқты брендинг функциялары бедерлене көрінді. Енді осы функцияларға, оларға қатысты ұғымдарға тоқтала кетейік.

#### **Құқықтық функциясы**

Брендтің тауарларды ажырату үшін пай-да болғанын атап өттік. Және кейіннен қолдан жасаудан қорғану үшін қолданылғанын байқайсыз. Қазіргі уақытта мемлекеттік заңмен қорғалатын атрибуттары бар: атауы, логотипі (нышаны, түсі, суреті, әуені), қаптамасы, жа-салу технологиясы. Оның мемлекеттік заңнан бөлек психология заңдарына бағынатынын атай кеткен жөн. Яғни тұтынушының сана-сезімінде орын алған сәттен

бастап (тіркелу да-тасы) меншік құқығына айналады. Анығырақ айтқанда, ол белгілі бір құндылықпен байла-ныстырылып әртүрлі психологиялық барьер-лермен қорғалады. Және де осы құндылыққа байланыстырылғысы келген басқа субъектіге негативті көзқарас қалыптастырады. Алайда оның оқиғалық шектеулері болады: белгілі бір оқиғаның әсерінен бұл байланыс үзілуі мүмкін. Сол үшін бұл байланысты еске салып жанартып отыру (қайта тіркелу) қажет.

#### **Дифференциалдық (ерекшелендіретін) функциясы**

Брендтің өзіне тән басқа тауар белгілерінен ерекшеленуін қамтамасыз етеді. Бренд бәсекелестерінен тек сырт келбетімен ғана емес, са-тылу формасы мен нарықтағы іс-әрекетімен, идеологиясымен, мінез-құлқымен ерекшеленеді. Осы функциясына қарап біраз мамандар оны жандандыруға тырысады.

#### **Коммерциялық функциясы**

Бүгінгі күнде брендтерді қалыптастыру - үлкен табысқа қол жеткізудің көзіне айналған. Брендтер компанияның материалды емес активтерінің негізін құрайды. Бұл актив кей уақытта материалды активтерден бірнеше есе көп болады. Бренд - ертеңгі күнге сенім мен табыстың кепілі. Мысалға, Groupe Danone компаниясы Nabisco Europe брендин сатып аларда жылдық табысынан 27 есе көп соманы - \$2,5 млрд төлесе, Nestle компаниясы Rowntree Macintosh брендин сатып аларда қор биржасындағы бағасынан 3 есе көп бағаны төледі және бұл баға компания табысынан 26 есе көп болатын. Осындай келісім шарт құру кезінде бренд бағасы/табыс ара-қатынасына 20-25 көрсеткішін қолдану әдетке айналды. 1980 жылдарға дейін компаниялар шоколад пен макарон өндірушілерді сатып алса, одан кейін олар KitKat немесе Buitoni-ді сатып ала бастады. Бұл айырмашылық өте маңызды, себебі бірінші жағдайда компания өндірістік қуатты сатып алса, екіншісінде тұтынушының санасындағы орынды сатып алады.

#### **Шығармашылық функциясы**

Брендті қалыптастыру - шығармашылық үрдіс. Оған дизайнерлер, жарнама мамандары, пиаршылар, журналистер, психологтар, әртіс-тер т. б. шығармашылық мамандық өкілдері ат салысады. Ең мықты деген брендтердің дені интуитивті түрде дүниеге келгенін атай кеткен жөн. Оларды жасауда

және басқаруда шығармашылық үрдістің едәуір орын алатынын байқаймыз. Брендті бағалауда шығармашылық потенциалын да ескеретіні осыдан.

«Маркетинг тұрғысынан қарағанда брендті тиімді басқару - тұтынушының санасында орнықтыру нұсқасының шығысты мүмкіндігінше азайту тұрғысынан қарағанда тиімдісін анықтау. Көптеген мамандар бренд тауар активін; оның өзіне тиісті атауы, дизайны мен жарнамалық ұранынан көрінетін интеллектуалды бөлігін құрайтынына келіседі. Тіпті адам сезімінен орын алып жаңадан сатып алуға итермелейтін харизмаға ие. Бұл сатып алушы мен тауардың байланысын күшейтетін ассоциация мен символ-дардың симбиозы. Бұл үрдісте саналы байланыс саясатының орнын асыра сілтеудің өзі қиын».

#### **Насихаттық функциясы**

Көптеген брендтердің компания идеологиясымен тығыз байланыста болатынын байқаймыз. Брендінг арқылы тұтынушы санасында идеологиясын насихаттауға тырысады. Мысалға, Volvo компаниясы ең қауіпсіз автомобильдерді шығарады деп есептелгендіктен қауіпсіздікті ең басты шарт деп насихаттайды. Ал Harley Davidson-ды байкерлер мінетін болғандықтан солардың философиясын насихаттайды. Coca-Cola болса, өзін ғана емес, жалпы америкалық өмір образын насихаттайды. Көптеген бренд-тер өзінің тауарлық санатын және елінің мәдениетін қоса жарнамалайды. Сондай-ақ өзі тығыз байланысқан құндылықтарды да насихаттайтынын айта кеткен жөн.

#### **Басқарушылық функциясы**

Мұнда брендтің нарықтағы жағдайды қадағалауға мүмкіндік беретіндігі жайында. Тұтынушы санасында нық орын алған бренд қана кез келген қиыншылықтан қиналмай өтуге мүмкіндік береді. Қатаң бәсекелестік заманында брендінгтің көмегімен нарықтағы жағдайды қатаң бақылауға алуға болады. Ж.Н. Капферер стратегиялық бренд-менеджмент концепциясында брендтің компанияның бүкіл бизнесін басқаратын міндетіне ерекше көңіл бөледі. Мұнымен Д. Аакер де келіседі. Қазіргі заманда басқару, ең алдымен, ақпараттарды басқару дегенді білдіреді. Сол ақпараттар легін бақылауға алу арқылы үлкен жетістіктерге жетуге болады.

Брендтің функцияларын В. Музыканттың ұсынуымен былайша топтастырса болады: Тауарды

ұғынуды жеңілдету; Таңдауды жеңіл-дету; Тұтынушыға материалды емес пайданы ұсыну; Тұтынушының имиджін өзіне және айналасындағыларға еске салу; Тұтынушымен қарым-қатынас құру стилі мен логотипі және брендтің көркемдігіне байланысты қанағат-тандыру.

Осы функцияларына қарап-ақ брендінгтің психология, маркетинг, PR, социология, дизайн, жарнама сияқты ғылымдармен тығыз байланысып жатқанын көреміз. Сонымен **брендінг - брендті қалыптастыру, басқару және бағалау туралы ғылым**. Алайда оның өзін әркім әрқалай түсіндіреді. Брендінгті дұрыс түсіну үшін брендтің анықтамаларына көз жүгір-тейік. Мұнда бірнеше тенденция бар екенін атап өткеніміз жөн.

#### **Құқықтық тенденция**

«Бренд - сатушы мен сатушылар тобының тауары немесе қызметін ерекшелендіретін және бәсекелестердің тауары немесе қызметінен ажырататын атау, термин, белгі, нышан немесе дизайн, сондай-ақ олардың комбинациясы». Бұл ресми анықтамаға жатады. Дэвид Аакер, брендінгтегі Prophet жұлдызды компаниясының басшысы, маркетингтің белді маманы да осындай пікірде: «Бренд - мақсаты бір өндірісшінің тауарын және/немесе қызметін бәсекелесінен ажырататын ерекше атау және/немесе нышан» [61]. Бұл анықтамалардың ерекшелігі - брендтің ерекшелендіретін және құқықтық функциясын ғана есепке алады. Құқықтық тұрғысынан алып қарағанда осылай түсінгеніміз де дұрыс болар. Көптеген мемлекеттердегі құқықтық актілерде де осылай қарастырылады. Бірақ бұл анықтамаларда брендтің бірқатар функциялары есепке алынбаған.

Ресми анықтаманың негізгі постулаты брендтің «туған күні», анығырақ айтқанда, тіркелу датасы болатынын меңзейді. Осы сәттен бастап меншік құқығы мен оны қолдан жасаудан қорғауды қажет ететін меншікке айналады. Брендке құқық жеткілікті мөлшерде қорғалмағанда немесе тіркеу уақытында жаңартылмаса өз күшін жояды. Құқықты жоғалтудың тағы бір себебі - өшу. Брендтің жағдайында бұл - компанияның қайталанбас атауының жалпы атауға ие болуына жол беруі.

#### **Рационалды (саналы) тенденция**

«Бренд - тұтынушылардың іс-әрекетіне әсер ететін атау», «Бренд - тұтыну объектісінің қайталанбас және жағымды образын қалыптастыруға

бағытталған коммуникациялық әсер етудің жемісі». Бұл анықтамалардағы негізгі ой брендтің коммерциялық функциясының айналасында өрбиді. Әрине, брендтің табысты көбейте түсуі үшін қолданатыны да естен шығармағанымыз жөн. Дегенмен бұл анықтамада да біраз функциялары ескерілмей қалған секілді.

### **Иррационалды (түйсікті) тенденция**

«Бренд дегеніміз не? Брендті қалыпты зат-тың айналасындағы иллюзия десек болады». «Бренд - тұтынушы қиялындағы сезімдер жиынтығы». Бұл анықтамалардың дені брендті тек образ деп қарастыруға саяды. Яғни негізгі ой дұрыс болғанымен, мұнда шығармашылық функциясына басымдық берген сияқты.

Осы анықтамалардан көріп отырғанымыз-дай, брендті бір сөзбен түсіндіру қиын. Мұнда авторлар өздерінің негізгі мамандықтарына сәйкес кейбір функцияларына ғана көңіл бөлсе керек, алайда бұлардың айтқаны дұрыс емес де-геннен аулақпын. Брендтің барлық функциясын ескеретін анықтама ойлап табу әзірше мүмкін емес көрінеді.

Жоғарыда көрсетілгендей, бренд қалыптастыруда үш кезеңнен өтеді: жобадағы тауар -шын мәнісіндегі тауар - нығайтылған тауар. Де-генмен бұл алгоритмнің өзі ерекше түсіндіргенді қажет етеді. Алдын ала тауар жобасын жасауда оның ерекшеліктерін, стратегиясын көбіне көп ажыратып айтпайды. Идеологиясы брендке сәйкес келуі керек пе, әлде керісінше ме де-ген сұрақтарға жауап берудің өзі оңай емес. Сондықтан да бұл алгоритмді аздап өзгертіп бренд бағыты - орнықтыру мен сезімдендіру -атрибууттары - архитектурасы деген алгоритмге келеміз.

Адамның әрқайсысында өзіне тән қасиеттері болғанымен, бәрінің табиғаты бір. Таңдау жа-сарда, шешім қабылдарда өзіне және қор-шаған ортаға қатысты көзқарастар түзетін құндылықтарға жүгінеді. Тек бір құндылықтың екіншісінен басым болуы ғана құндылықтар жүйесін құрастырып тұлғалық ерекшеліктердің көрінісіне айналады. Осы

құндылықтар бренд стратегиясында тұтынушының тілектерін тауып, оны өршіте түсетін құралға айналады. Тұтынушы брендті өзінің құндылықтар жүйесімен сәйкестігін басшылыққа алып таңдайды. Мақсатты аудитория өкілінің басым құндылығы бренд құндылығымен сәйкес кел-се, онымен теңестіріп дүниетаным жүйесіне орнықтырады, осылайша, брендті бағалау көрсеткішіне айналадырады. Брендті бәсекелес тауарларды ғана емес, айналасындағы адам-дарды да бағалау мақсатында қолдана бастай-ды. Бренд құндылығы айқын көрініп тұрған уақытта тұтынушы осы құндылықты бөліседі, айналасындағыларға оның өзі үшін маңызды екендігін жар салғандай болады. Бизнестің негізі болуға, компанияның стратегиялық және тактикалық әрекетін анықтауға ұмтылатын брендтің түпкі мақсаты - құндылықты өз атымен алмастыру не онымен тығыз байланыстыру. Ме-габрендтер тұтынушы өміріндегі аса маңызды, үлкен құндылықпен тығыз байланысып жеке (туынды) құндылықтарын жасай алады, кіші-ректері құндылықтардың жеке көріністерін «жекешелендіріп», олардың рөлін атқарады.

### **Әдебиеттер:**

- 1 *Канферер Ж.-Н.* Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. - М.: Вершина. 2007. - 448 с.
- 2 *Ляпоров В.* 100% БРЭНД. - М.: Бестселлер, 2004. - 192 с.
- 3 *Мамлеева Л., Перция В.* Анатомия бренда. - М.: Вершина, 2007. - 218 с. *Марк М., Пирсон К.* Ге-рой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов - СПб.: Питер, 2005. - 336 с.
- 4 *Музыкант. В. Л.* Маркетинговые основы управления коммуникациями - М.: Эксмо, 2008. - 832б.
- 5 *Бекболатұлы Ж.* Жұртшылықпен байланыс. Брендинг. Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ. - Астана, 2012. - 224-228 бб.

В статье рассматривается история становления и развития брендинга. Изучаются актуальные вопросы науки, теории практики брендинга. Исследуются связи брендинга с такими науками, как психология, связи с общественностью, социология, дизайн, реклама. В статье даются определения функциям брендинга. Рассматриваются правовые, дифференциальные, коммерческие и творческие функции. Также автор останавливается на таких тенденциях брендинга, как правая, рациональная и иррациональная. Дается определение брендинга как отрасли науки.

This article is considered the problems of theory of formation and development of brending. The topical questions of the science, theory and practice of brending are studied. It is researched connection of brending with a science such as psychology, connection with a public relations, sociology, design, advertising. It is given the definition to function of brending. It is studied legal, differencial, commercial a creative functions. Also, the autor makes on tendention of brending such as legal, rational and irrational. It is given a definition of brending as branch of science.

Г. Камилова

### **Особенности PR-текстов в коммуникативно-информационном пространстве Узбекистана**

НУУз им. М. Улугбека, Узбекистан, г. Ташкент

УДК 070(4/9)

**Аннотация.** В статье представлен обзор материалов для прессы, который часто используется в информационно-коммуникативной области Узбекистана и характеризует определенные особенности текстов PR-жанров.

#### **Текст. Известия. Деятельность.**

На сегодняшний день в Узбекистане пока не уделяется должного внимания одному из главных инструментов PR-деятельности - PR-текстам, хотя известно, что от PR-текста зависит эффективность налаживания взаимоотношений между конкретной организацией и СМИ, а также целевой аудиторией. Специалистам по связям с общественностью важно осознавать, что эффективность PR-деятельности зависит не только от правильно выбранного канала коммуникации, оперативности передачи информации аудитории. Уровень воздействия на потенциального потребителя содержащейся в PR-тексте информации, ее эффективность также зависят от жанра, в котором будет представлен PR-текст.

Известно, что зарубежные и отечественные специалисты расходятся во взглядах по вопросу классификации и определения жанрового своеобразия PR-текстов. Этот вопрос и по сей день требует пристального изучения и продолжает оставаться в Узбекистане актуальным и нерешенным окончательно. Материалы, которые готовятся для СМИ и целевой аудитории специалистами по связям с общественностью информационных и пресс-служб различных организаций, сегодня, к сожалению, не отличаются большим разнообразием вследствие того, что они не являются предметом изучения отечественной науки.

PR-специалисты по связям с общественностью стараются составить такой PR-текст, который привлечет бы внимание аудитории и повлиял на эффективность коммуникативного процесса между организацией и ее целевой аудиторией. Этим и объясняется важность не только содержания

послания, но и формы PR-текста, в которой он функционирует в информационном пространстве.

С. Пономарев подчеркивает, что формы PR-текстов «не настолько общеприняты, бесспорны и специфичны, чтобы можно было говорить о различных жанрах текстов в PR» [2]. Он выделяет следующие виды PR-текстов: пресс-релиз, бэкграундер и факт-лист, форма «вопрос-ответ», ньюслеттер, корпоративные газеты и журналы, корпоративный бюллетень, позиционные заявления, фичер, подготовленные публикации, кейс-историю (case story), «именные» статьи (by liner), обзорные и аналитические статьи, годовой отчет и буклеты [2]. Это уже ставшие привычными пресс-релизы и новые формы текстов, связанные с возникновением новых каналов коммуникации, таких, как мобильная связь и Интернет. Так, например, для специалистов определенной профессии создаются так называемые «...IR-релизы (от англ. Investor Relations Release - релиз для инвесторов)» [5] и т.д.

А. Д. Кривоносов рассматривая первичные PR-тексты в пяти наджанровых объединениях и «имея в виду определенную их совокупность, отвечающую признакам целостности и системности» [3, 109], предлагает следующую жанровую характеристику корпуса PR-текстов: оперативно-новостные (пресс-релиз, приглашение), исследовательско-новостные (бэкграундер, лист вопросов-ответов), фактологические (факт-лист, биография), исследовательские (заявление для СМИ), образно-новостные (байлайнер, поздравление, письмо). Он также рассматривает несколько жанровых групп PR-текстов - комбинированные, медиатексты и смежные. «Все эти жанровые разновидности - не

простые первичные жанры» [3, 183], тогда как, по мнению автора, первичные PR-тексты, в отличие от других их жанровых групп, имеют более полный набор дифференциальных признаков, характеризующих эти тексты. К комбинированным PR-текстам он относит «пресс-кит, буклет, брошюру (в частности, годовой отчет как ее разновидность), ньюслеттер, листовку» [3, 183]. Автор «признает медиатекстами следующие жанровые разновидности: имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори» [3, 216]. «Смежные тексты - это разнородные явления: слоган, резюме, пресс-ревью» [3, 235].

В практике написания PR-текстов узбекистанскими специалистами по связям с общественностью, к сожалению, не соблюдается четкая текстовая структура, соответственно, отсутствуют и конкретные различия между ними. Как правило, стиль, структуру, жанр текста, как и в журналистской практике, PR-специалисты выбирают исходя из информационного повода, канала передачи информации, характеристики целевой аудитории, которой будет адресовано сообщение. В отечественной практике мы чаще сталкиваемся с тем, что всякий PR-текст могут называть «пресс-релизом». Объяснение этому мы находим в том, что это может быть связано, в первую очередь, с недостаточной компетентностью PR-специалистов и со слабой развитостью области связей с общественностью в нашей стране. Во-вторых, PR-специалисты, возможно, желая «подсказать» журналистам свое «выгодное» видение ситуации, прибегают к описанию подробностей, перенасыщая PR-текст информацией. В-третьих, на форму и содержание PR-текста оказывает влияние и желание, чтобы передаваемая ими информация воспринималась аудиторией адекватно.

К такому виду пресс-релизов, в которых приводятся уточняющие факты, подробности в виде описаний, детализации события, чаще прибегают сотрудники пресс-служб различных министерств, пытаясь посредством одного события подчеркнуть в пресс-релизе значение всей деятельности данного учреждения. Например, пресс-релиз Министерства народного образования Республики Узбекистан, названный «Международная олимпиада - в Узбекистане!» от 18 февраля 2008 года, начинается с «тяжеловесной» преамбулы о специфике системы народного образования в нашей стране, в цифрах приводятся факты об уровне грамотности населения страны, о капитальном и текущем ремонте зданий

образовательных учреждений по республике, об оснащенности мебелью и учебно-лабораторным оборудованием, эффективном использовании информационно-коммуникационных технологий и т.д. Словом, данный пресс-релиз, который должен был сообщить о предстоящей пресс-конференции и организации ознакомительной поездки для гостей в общеобразовательные учреждения столицы, следовало бы составить из 3-6 абзацев, а всю остальную информацию заинтересованные лица могли бы получить при обращении к специалистам пресс-службы. Однако в называемом так пресс-релизе дается описание экскурсии, мнения и впечатления гостей об образовательных учреждениях, которые они посетили: «пройдясь по классным кабинетам школ, гости с воодушевлением отметили, что стали свидетелями поистине огромного внимания развитию сферы образования, оказываемого государством...».

На наш взгляд, журналисты, принявшие участие в данном мероприятии, и сами могли бы дать адекватную оценку событию и лично поинтересоваться мнением его участников, что позволило бы им самим «выудить» любопытные факты или подчеркнуть оригинальность задумки его организаторов. Для журналиста данный пресс-релиз представляет интерес с точки зрения цифр, фактов и фамилий, что может быть использовано при написании аналитических материалов, обобщающих результаты деятельности МНО РУз за год и планов на предстоящий.

Зачастую отечественные специалисты по связям с общественностью, перенасыщая пресс-релиз информацией, и не замечают, как он превращается в бэкграундер, который, согласно мнению А.Д. Кривоносова, представляет собой «расширенную информацию текущего характера о субъекте PR, которая служит цели поддержания публичного капитала данного базисного субъекта PR» [3, 131]. Бэкграундер «содержит информацию о «фоне», который окружает событие о том, что ему предшествовало или стало причиной» [4, 26]. Отсюда следует, что он, дополняя пресс-релиз, характеризует особенности деятельности организации «о новых направлениях, о текущих мероприятиях» [1, 57].

Но в Узбекистане есть и образцовые пресс-релизы. По нашему мнению, к таковым можно отнести пресс-релизы информационных и пресс-служб Академии художеств Узбекистана, фонда

«Форум культуры и искусства Узбекистана», Министерства юстиции Республики Узбекистан. Их отличает строгое соблюдение структуры изложения материала, и они укладываются в принятые рамки оформления такого рода PR-текстов.

Как уже отмечено выше, в пресс-службах различных организаций в нашей стране еще нет общепринятых правил оформления PR-текстов, зачастую их форма и содержание дублируют зарубежные аналоги с допущением иногда не заметных глазу ошибок, а иногда и совершенно недопустимых. Пресс-кит не явился исключением, который некоторые представители PR-служб и СМИ называют так: «медиа-кит», «пресс-кит», «информационный пакет», хотя А. Д. Кривоносов разграничивает эти понятия. Для нас же важнее выяснить, какими PR-материалами его наполняют специалисты служб по связям с общественностью в нашей стране. Перечень PR-материалов, входящих в пресс-кит, у каждой организации индивидуален в зависимости от характера события, сферы ее деятельности. Пресс-кит - это один из хороших способов заявить о себе, например, на выставке в выгодном для организации свете, выделиться среди конкурентов оригинальностью его содержания, презентабельностью.

Здесь уместно вспомнить и о факт-листе, который обычно «представляет собой набор фактов или тезисов о компании или событии, предназначенных для использования и цитирования журналистами.» [4, 26]. Отечественные пресс-службы нередко используют этот вид PR-текста, не выделяя его в факт-лист, а включая в содержание пресс-релиза или называя его таковым. Пресс-релиз «Знатоки устного народного творчества» от 10 апреля 2009 года, повествующий о республиканском этапе смотра-конкурса, проводимого МНО РУз, содержал следующую информацию, представленную в виде небольших разделов: актуальность, основная цель мероприятия, программа и сроки проведения смотра-конкурса, награды за победу, спонсоры, место проведения, а также сведения о том, на каких сайтах можно будет проследить о ходе его проведения. Такое четкое разделение различной по содержанию информации о конкретном событии по разделам удобно для восприятия этих сведений журналистами, гостями, наблюдателями, так как это является еще и своего рода программой проведения мероприятия. Думаем, бэкграундер, как и факт-лист, эффективнее включить

в пакет пресс-кита, который, в основном, используется в ходе проведения PR-акций, выставок и других крупных мероприятий, например, семинаров, где конкретная организация выступает ее инициатором, спонсором.

Мы рассмотрели пресс-киты нескольких видных компаний Узбекистана, и вот к каким выводам пришли. Пресс-киты чаще готовят для проведения выставок, нежели пресс-конференций, если же только они не международного уровня. Так, А. Д. Кривоносов указывает, что «пресс-релиз как основной информационный документ и бэкграундер как текст сопровождающего характера являются в пресс-ките обязательными» [3, 187]. У нас мы редко встречаем тот или иной PR-текст в его классическом виде, чаще он напоминает в пресс-ките справку или факт-лист. Он, как правило, перенасыщен рекламными буклетами и проспектами, нежели подробной и развернутой информацией о деятельности конкретного объекта. Но в качестве положительного примера можно назвать пакет Национальной холдинговой компании «Узбекнефтегаз», который был представлен на V международной промышленной ярмарке и кооперационной бирже. Отметим, что чаще всего пресс-киты для СМИ и информационные пакеты для потенциальных клиентов, партнеров содержат аналогичную информацию об организации. Это журнал или брошюра с подробным описанием направлений деятельности, фотографиями и другими иллюстрациями, характеризующими специфику области, в которой занята компания. К сожалению, нечасто можно встретить пресс-кит, сполна отвечающий общепринятым международным нормам. Так, зачастую отсутствует выделяемая тонировкой страниц, ее нумерацией селекция информации, предоставляемая для различных СМИ, о необходимости которой неоднократно упоминают в своих работах зарубежные исследователи PR-деятельности. Чаще всего в отечественных пресс-китах можно встретить буклеты, листовки, реже проспекты и брошюры. Некоторые, если конференция посвящена итогам года, включают и отчеты или интервью с компетентным специалистом или представителем руководства.

Так, на одной из выставок, посвященной туризму и гостиничному бизнесу в Узбекистане, многие компании и агентства по туризму рекламировали свою деятельность, услуги посредством раздаточных материалов, содержащих PR-тексты.



Здесь уместно подробнее остановиться на буклетах и листовках, так как это одна из наиболее часто встречаемых форм информационного воздействия компаний на СМИ и потенциальных клиентов. Главное условие буклета и листовки - дать исчерпывающие сведения для клиента, журналиста об основных направлениях деятельности, ее специфике и контактную информацию. Если говорить конкретно о данной выставке, то здесь фирмы рекламировали либо отдых за рубежом и в Узбекистане, либо отдых с различными видами рекреативных и медицинских услуг. Все эти буклеты схожи по структуре своего содержания: дается описание природно-климатических условий местности, где они предлагают провести время отдыха, то, чем оно знаменито (историческими памятниками, лечебными гейзерами и т.д.), затем приводятся факты в цифрах о количестве отдохнувших или лечившихся здесь туристов, условиях проживания и т. п., продемонстрированных на фотографиях и другом иллюстративном материале. Обычно оборотная сторона буклета содержит контактную информацию, логотип компании. Некоторые буклеты содержат в себе информацию сразу на трех языках: узбекском, русском и английском, другие представлены только на одном из них.

Чаще PR-специалисты в нашей стране прибегают к листовкам, так как они более экономичны с точки зрения их издания и лаконичны, содержат «отфильтрованную» информацию, сжатую до необходимого объема. Как правило, на ее лицевой стороне указаны логотип компании, слоган, небольшая иллюстрация, перечень услуг и контактная информация. На обратной стороне обычно дана аналогичная информация на иностранном языке, а может, и сведения о структуре компании, ее партнерах, все зависит от того, какой «фишкой» обладает данная организация для

выгодного позиционирования своей деятельности или услуги на рынке.

Подытоживая изложенное в данной статье, отметим, что мы остановились на наиболее распространенных и популярных в нашей стране PR-текстах. Однако есть и такие формы PR-текстов, которые очень редко можно встретить в коммуникативном пространстве Узбекистана. Поэтому для повышения эффективности внешней коммуникации специалистам необходимо направить свое внимание на активное использование и других форм PR-текстов, например таких, как «Письмо-приманка, Ключевая заметка, Записка-совет для общественности, Совет для общественности, Консультация, Записка идеи истории, Общественная консультация, Советы для СМИ» и т.д. [2].

#### Литература:

- 1 *Алешина И.* Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетиров. - М., 1997.
- 2 *Богоявленский А.Е.* Статья. Типы текстов па-блик рилейшнз и носители пр-сообщений. Воронежский государственный университет, 2008 // Публикация в Интернете: <http://referat.bookinist.net/reklama/referatid-95944.html>
- 3 *Кривоносое А.Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб.: С.-Петербургский университет, 2001.
- 4 *Пономарев С.* Типы текстов в public relation // Советник. - 2001. - № 4 (64).
- 5 *Хлопкова М.В.* Типология и сравнительный анализ PR-текстов и текстов смежных коммуникационных сфер: в рекламе и журналистике: автореферат на соискание ученой степени кандидата филологических наук. - М., 2006 // Публикация в Интернете: <http://www.referun.com/n/tipologiya-i-sravnitelnyy-analiz-pr-tekstov-i-tekstov-smeznyh-kommunikatsionnyh-sfer>

Мақалада Ўзбекистанда жи қолданылатын ақпараттық-коммуникативті баспасөзге арналған шолу материалдар көрсетілген және PR-жанрындағы тафтыптың ерекшеліктер сипатталған.

The article gives review of materials for press, which often using in informative communication area of Uzbekistan, and characterized the specific features of genres PR-texts.

Г. Камилова

#### Социологический опрос как инструмент журналиста

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы  
УДК 070(4/9)

**Аннотация.** Статья «Социологический опрос как инструмент журналиста» содержит практику проведения силами студентов социологического опроса в целях изучения общественного мнения, необходимого инструмента современного журналиста. По мнению отечественных и зарубежных ученых, 60-70 процентов информации в СМИ содержат данные, которые были получены в результате опроса. Этот метод становится приоритетным, в случае необходимости сведений о мнениях, взглядах, настроениях людей, их предпочтениях и предполагаемых действиях. В свою очередь, опросы могут оказывать влияние на читателей, слушателей, зрителей при их обнародовании в СМИ.

### **Социологический опрос. Зритель.**

По мнению отечественных и зарубежных ученых, 60-70 процентов информации в СМИ содержат данные, которые были получены в результате опроса. Этот метод становится приоритетным, в случае необходимости сведений о мнениях, взглядах, настроениях людей, их предпочтениях и предполагаемых действиях. В свою очередь, опросы могут оказывать влияние на читателей, слушателей, зрителей при их обнародовании в СМИ.

В последнее время часты ситуации, когда результаты опросов общественного мнения просто нечитабельны и неинтересны аудитории. Объяснение одно: нередко опубликованные данные расходятся с реальной действительностью, с тем, что наблюдают люди в повседневной жизни. Этому причина - социологическая неграмотность журналистов, увлекающихся опросами населения, но делающих обобщения на основе не корректно полученных данных. Безусловно, «мнения людей» придают весомость публицистическим выводам. Но всегда ли можно считать отдельные высказывания, телефонные звонки в студию действительным выражением общественного мнения? Увлечение интерактивными формами общения с аудиторией приводит к абсолютизации мнения так называемого «активного меньшинства».

Социологическая неграмотность журналиста проявляется также в незнании законов построения анкеты (вопросника). В местных изданиях появляются пространные анкеты с набором случайных вопросов, анализ которых не дает никаких ощутимых результатов для улучшения деятельности газеты.

Эти и другие причины послужили основанием для изучения в рамках элективного курса «Международные блоки в новостных выпусках ТВ» основ социологического опроса. Студенты 2 курса провели социологический опрос «ТИГР: телевидение, интернет, газеты, радио». Цель опроса, прежде всего, научить студентов определять тему

опроса и составлять вопросы. Основным инструментом работы журналиста является интервьюирование, и, значит, журналист должен владеть искусством задавать вопросы. Таким образом, была задействована методика составления вопросов в анкетировании, или в интервьюировании. В рамках курса упор делался на познании законов построения анкеты (вопросника). Задача - научить студентов самостоятельно проводить исследования и использовать полученную информацию в дальнейшей профессиональной деятельности. Студенты использовали разные виды опросов: личное интервью, анкетирование, групповое анкетирование, телефонный опрос, интернет-опрос.

Вначале студенты изучили 4 этапа социологического исследования. Это подготовка исследования - выбор темы и составление вопросника-анкеты. Второй этап - это сбор первичной социологической информации. Технологии сбора информации. Третий этап - обработка собранной информации. Последний этап - анализ полученных данных и подведение итогов анкетирования.

На первом этапе студенты разработали совместно с преподавателем теоретическую концепцию анкетирования, определили его программную задачу, при этом учли такие количественные и качественные характеристики опроса, как возраст и социальные группы опрашиваемых. Далее студенты работали над составлением анкеты: что такое композиция анкеты, или интервьюирования; как правильно формулировать вопросы для получения искомой информации; какие бывают типы вопросов: основные и функциональные, открытые и закрытые, прямые и косвенные, альтернативные, дихотомические и др.

Результатом работы стали доклады, построенные на основе данных проведенного социологического опроса.

Вот вопросы, которые были составлены в результате изучения означенных выше принципов, а также возрастные и социальные группы опрашиваемых.

1. Каким СМИ вы доверяете больше: ТВ,

**Жаркеева Динара. Социальный опрос: кому какой ТИГР ?**



1. Каким СМИ Вы доверяете больше?

Категории	А) ТВ	Б) Радио	В) Интернет	Г) Печатные изд.
1 группа: подростки	3	2	4	1
2 группа: студенты	4	1	4	1
3 группа: родители	3	2	2	3
4 группа: взрослые	4	2	0	4
<b>итого</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>9</b>

радио, интернет, печатные издания? (Поливариантный закрытый вопрос).

2. Регулярно ли вы узнаете новости? Да, нет. (Дихотомический альтернативный вопрос).

3. Какие источники информации вы выбираете - отечественные или зарубежные? (Альтернативный закрытый вопрос).

4. Каких новостей вам не хватает? (Открытый вопрос).

Возрастные группы:

- подростки от 14 до 17 лет;
- студенты от 18 до 22 лет;
- работающая молодежь от 23 до 35;
- от 35 до 50 лет;
- от 50 и выше.

Ниже: Результаты социологического опроса «ТИГР: телевидение, интернет, газеты, радио», проведенного студентами 2 курса факультета журналистики Жаркеевой Динарой и Умбетбаевой Жадьрой.

## 2. Регулярно ли Вы узнаете новости?

Категории	А) Да	Б) Нет
1 группа: подростки	4	6
2 группа: студенты	7	3
3 группа: родители	8	2
4 группа: взрослые	4	6
<b>итого</b>	<b>23</b>	<b>17</b>

## 3. Какие источники информации Вы выбираете?

Категории	А) Зарубежные	Б) Отечественные
1 группа: подростки	4	6
2 группа: студенты	5	5
3 группа: родители	3	7
4 группа: взрослые	3 (Россия)	7
<b>итого</b>	<b>15</b>	<b>25</b>

В опросе было задействовано 160 человек из разных возрастных категорий.

1. **Вывод по 1 вопросу: Каким СМИ вы до-**3. **Какие источники информации вы выбираете?**

Приоритетней для опрошенных мною оказались

## 4. Каких новостей Вам не хватает?

Категории	здравоохранение	образование	политика	экономика	спорт	другие
1 группа: подростки	1	3	0	0	3	3
2 группа: студенты	0	2	3	2	2	1
3 группа: родители	3	3	2	2	0	0
4 группа: взрослые	4	1	1	3	0	1
<b>итого</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

**веряете больше?**

Опрос показал, что, несмотря на расширение интернет ресурсов, больше всех голосов получило Телевидение. Печатные издания буквально наступают на пятки Всемирной паутине, радио как СМИ, к сожалению, как показал опрос, сейчас менее популярно. Возможно, это потому, что Радио немного утратило свое предназначение, стало использоваться больше как развлекательное средство.

2. **Регулярно ли вы узнаете новости?**

Ответы на данный вопрос порадовали, большинство опрошенных интересуются происходящим в мире, регулярно следят за обстановкой. Еще один плюс для журналистов, раз люди узнают, значит мы работаем не зря.

отечественные СМИ. Это дает стимул нашим журналистам для оттачивания своего мастерства, улучшения качества подачи информации.

4. **Каких новостей вам не хватает?**

I место участники опроса отдали новостям образовательной сферы. Результат не удивителен, сейчас появилось много возможностей получить престижное образование на бесплатной основе, возможно поэтому данная сфера привлекает сегодня наибольшее внимание.

II место - здравоохранение, сегодняшний день богат на вирусы, вызывающие опасные заболевания, как с ними бороться, услышать будет интересно любому телезрителю.

На III месте расположились новости экономической сферы, следом - политика, спорт и

другие.

В завершении хочу сказать, что проведенный опрос, в котором участвовали реальные телезрители, то есть люди, на которых работаем мы - журналисты. Нужно помнить, что мы должны работать на народ и давать то, что они хотят знать. Данный соц. опрос показал предпочтения наших сограждан, нам остается лишь воплощать их.

**Умбетбаева Жадра. ТИГР**

**Т - телевидение И - интернет Г - газеты, журналы Р - радио Социальный опрос:**

Цель и задача данного опроса: как часто люди смотрят или читают новости. Какие новости они предпочитают, каких новостей им не хватает больше всего. И результаты данного опроса показали следующее:

**Каким СМИ Вы доверяете больше?**

	телевидение	интернет	печатные СМИ	радио
14-17	3	5	1	1
18-23	4	4	0	2
24-35	5	3	0	2
36-50	5	2	2	1
50 и старше	4	0	4	2

**Регулярно ли Вы узнаете новости?**

	ДА	НЕТ	
14-17	4	6	
18-23	5	5	
24-35	5	5	
36-50	4	6	
50 и старше	8	2	
24-35	6	1	3
36-50	5	1	4
50 и старше	7	0	3

**Каких новостей Вам больше всего не хватает?**

**Какие источники информации Вы выбираете: ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ или ЗАРУБЕЖНЫЕ?**

	отечественные	зарубежные	И то, и другое
14-17	4	3	3
18-23	4	2	4

	политических	экономических	социальных	религиозных	спортивных	шоу-бизнеса	криминальных	международных
14-17	2	0	2	1	1	3	1	0
18-23	2	1	1	0	1	1	2	2
24-35	2	0	2	2	1	0	1	2
36-50	3	4	2	0	0	0	0	1
50 и старше	4	1	3	0	0	0	0	2

**Кто же больше смотрит новости?! результаты опроса различных возрастных категорий показали следующее:**

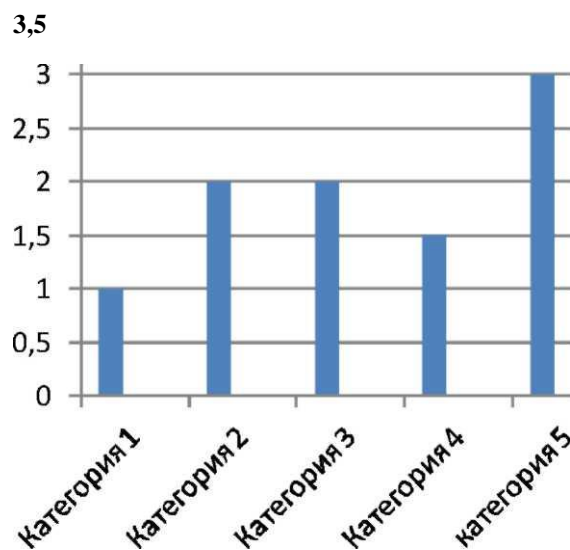
**Категория 1 - 14-17**

**Категория 2 - 18-23**

**Категория 3 - 24-35**

**Категория 4 - 36-50**

**Категория 5 - 50 и старше**



Таким образом, студенты в рамках курса изучили социальные функции социологического опроса, его познавательные возможности, границы использования. Были проведены следующие виды опросов: личное интервью, анкетирование, групповое анкетирование, телефонный опрос, почтовый (интернет) опрос.

#### **Литература:**

- 1 *Белановский С. А.* Методы и техника фокусированного интервью. - М., 1993.
- 2 *Бутенко И.А.* Организация прикладного социологического исследования. - М., 1998.
- 3 *Гоуайзер Ш., Уитт Э.* Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. - М., 1997

Қазіргі журналистің қажетті құралы ретінде қоғамдық пікірді зерттеу мақсатында «Әлеуметтік сауал - журналист құралы» мақаласы негізінен студенттердің тәжірибе жүзінде жүргізген сауалдарының нәтижесіне арналған. Отандық және шетелдік ғалымдардың пікірі бойынша БАҚ ақпараттың 60-70 пайызы осы алынған мәліметтің нәтижесіне сәйкес келді. Бұл - қазіргі кезде ең бір дұрыс әдіс. БАҚ жарияланған бұл сұраудың нәтижесіндегі мәлімет оқырман, тыңдаушы, көрермендерге әсер етері сөзсіз.

The article «A survey as a tool of the journalist,» has the practice of holding a poll by the students to study public opinion, a necessary tool of the modern journalist. According to domestic and foreign scientists, 60-70 percent of the information in the media containing the data that were obtained in the survey. This method is becoming a priority, if necessary information about the views, opinions, sentiments of people, their preferences and anticipated actions. In turn, the polls can have an impact on readers, listeners and viewers with their promulgation in the media.

**Жас ғалымдар  
мінбері**

**Трибуна для молодых  
ученых**

**Forum for young  
scientists**

Ж. Нағымаш

**Мұсылман өркениеті және шығыс ойшылдары**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Түйін.** Мақалада автор орта ғасырларда ислам дінін қабылдаған шығыс халықтарынан шыққан ғалымдар, философ ойшылдар туралы, олардың жаратылыстану, философия және де басқа ғылым салаларында қосқан үлестері, ғылыми мұралары туралы айтады. Ислам философиясындағы басты мек-тептер туралы, сол мектептің бірінің белді өкілі Әбу Насыр әл-Фараби, оның мұсылман өркениетіне қосқан теңдесіз ғылыми мұрасы жайлы пікірлер айтады. Ислам әлеміндегі ұлы ғалымдардың батыс ғылымына жол көрсетіп кеткен ғылыми еңбектері, астрономия, физика, математика, философия, тіл ғылымында шығыс ойшылдарының еуропалық елдерге үлгі болып, бүгінгі батыс елдерінің ғылыми әлеуетінің өсіп-өркендеуіне негіз болған әлі күнге құнын жоймаған еңбектері туралы оқырманға қысқаша баяндайды.

**Философия. Жаратылыстану. Ислам.**

Орта ғасырларда ислам дінін қабылдаған шығыс халықтары ішінен ұлы ойшылдар шоғыры шыға бастады, олардың қалыптастырған философиялық ілімдер жүйесін араб философиясы, кейде мұсылман философиясы деп те атады. Арабтар антикалық кезеңдегі жаратылыстану мен философия іліміне қатысты Аристотель мұраларына ден қойды. Бұл ұғымды негізінен араб философиясы емес, дұрысы араб тілді философия деп атағанмыз жөн. Себебі бұл мұсылмандық ілім жүйесіне тек араб жұрты емес, басқа да түркі, парсылық халық өкілдерінің философиялық көзқарастары енді. Түркілік ғұлама Әбу Насыр әл-Фараби, парсылық ибн Сина — осы мұсылман өркениетінің, шығыс философиясының ұлы тұлғалары. Осы тұрғыда Х-ХІІІ ғасырларда араб тілді философия ілімі жүйесінде мынадай бағыттар болды: Шығыс перипатетизмі, Таза ағайындар ілімі, Сопылық ілім, Мұсылман философиясы. Аристотель мұраларын талдап, насихаттаған шығыс перипатетизмі философиялық мектебінің негізін әл-Кинди қалыптастырса, бұл ілім әл-Фараби, ибн Сина, ибн Бадж секілді ғұламалар еңбегінде жалғасын тапты. Ал ғылым түрлерін жіктеп, жүйелеуге және оны оқытуға арналған оқу жүйесі «Таза ағайындылар» ілімінде көрініс тапты. Ал сопылық ілім - бұл әлем жұртшылығына, шығыс халқына кеңінен таралған

ілім. Бұл мектептің ірі өкілдері Ахмет Яссауи, Ибн араби секілді шығыс ойшылдары еді. Соңғы төртінші ілім Мұсылман философиясының көрнекті өкілі

- әл-Ғазали.

Фәлсафа тарихын ғалымдар әл-Киндиден бастап, ибн Рушдпен аяқталады деп тұжырымдап жүр. Араб тілінде философия ұғымын «фәл-сафа» деп атайды. Фәлсафаның басты ерекшелігі

- батыстық философия ілімін, Аристотель, Платон, т.б. философтар еңбектерін ислами тұрғыда, мұсылмандық негізде, шығыстық көзқараста зерттеп, зерделеп, өзгеше ойлау жүйесін қалыптастыра білуінде. Бұны батыстық философияны қайталау немесе көшіру деп емес, философияның ерекше жүйесі деп ұғынғанмыз абзал. Шығыс дүниетанымы, оның ішінде мұсылман әлемінің ойшылдары мен ғалымдары Батыс ғылымы мен философиясының қалыптасуына, олардың ғылыми формат ретінде та-нылуы мен таралуына теориялық жағынан зор ықпал етті. Мұсылман тағлымы арқылы Батыс алғаш рет Шығыс әдебиетінің озық үлгілерімен, антик мәдени мұраларымен танысты. Өнер саласындағы бұл сонылықтар мен ғылыми ашылымдарды, прогресшіл рационалистік ой мәйегі мен публицистік шығармаларды мұсылман әлемінің

кемелдері ақ қағазға араб тілінде түсір-генімен, сол авторлардың бірсыпырасы этника-лық жағынан, шығу тегі жағынан араб емес, түркі және парсы жамағатынан еді.

Осылайша, Батыс әлемі озық Шығыспен рухани диалог орнату нәтижесінде ұмытылып қалған ежелгі грек өнегесімен қайта табысты, шығармашылдық және жаңашылдық идея-лар мен концепцияларға бай шығыс мәдениетінің есігін ашты. Түп-тамыры түркілік әл-Фараби, Жүсіп Баласағұн, Махмұд Қашқари, әл-Хорезми, әл-Жаухари сынды ғұламалар есімдерімен танысты. Шығыстық ислам философиясында Әбу Насыр әл-Фараби көзқа-расының, ұлы ойшыл идеяларының маңызы ерекше. Еуропалық бағыттағы батысшыл көзқарастағылар орта ғасырлардағы ислам философиясын, әл-Фарабидің ғылыми мұра-ларын да грек ілімін жеткізуші деп теріс тұжырым жасайды. Ақиқатында ұлы ойшылдың ғылыми мұрасының мәні өз дәуіріндегі рухани шындықты ұғынып, өмірдің шынайы бейнесін ашуға ұмтылуынан деп түсінгеніміз дұрыс. Ұлы ойшыл бұл мақсатына жетуде Аристотель, Платон сынды тарихтың алдыңғы баспалдағында өткен философ ғалымдар еңбектерін екшеу әдісі арқылы жетті. Ал қазақ топырағында ислам өркениетінің таралуына екінші кезекте үлес қосқан түркі сопылығының ірі өкілі Қожа Ах-мет Яссауи еді. Ислам философиясы мен шығыс дүниетанымына, өз заманында философиялық, қоғамдық ойдың дамуына, жаңаруына Қожа Ах-мет Яссауидің қосқан үлесі зор.

Тарихтың сан қатпарлы, бұралаң жолына үңілсек, мұсылман зерттеушілерінің көптеген жетекші бағыттардың батыс ізденімпаздарынан анағұрлым бұрын негізін қалап, талай-та-лай жаңалықтардың көзін ашқанына куә бо-ламыз. Мәселен, алғашқы күн сағатын ойлап тапқан орта ғасыр астрономы және математигі Жабир ибн Әфлах Батыста «Geber Filius Afflae» есімімен танымал. Химия саласының атасы Жабир ибн Хаййан (721-805): «Материяның ең кішкентай бөлшегі атомда тығыз энергия бар. Грек ғалымдарының айтқанындай, атом бөлінбейді деу дұрыс емес. Бұл да бөлінеді. Ал бөлінген жағдайда Бағдаттың күл-талқанын шығаратындай күш пайда болады. Бұл - Алланың құдіретінің нышаны», - деп, ядролық

алғашқы компасты ойлап тапқан Кабажаки (XIII ғасыр), химия саласында Кантитаф тәсілін ашқан Әбул-Касым әл-Каши (?-1436), 1000 жыл бұрын майда тамырларды тауып, алғаш рет рак ауруына операция жасаған ғалым Али ибн Аббас (?-994)

энергия жайлы алғаш түсінік берген. Зоология ғылымының алғашқы мүдірі Жаһиз (Әбу Осман Әмр ибн Бахр) және сегіз ғасыр бұрын тұңғыш автоматтық жүйені ойлап тапқан Жәзари (1136-1206), еуропалықтардан 400 жыл бұрын «Хайатул-Хайауан» атты зоология энциклопедиясын жазған Демири - Мұхаммед ибн Мұса (1349-1405), еуропаға математиканы үйреткен Әбу Камил Шужаъ (?-951), тригонометрияға синус, косинус, тангенс, котангенс функцияла-ры түсініктерін енгізген математик Әбул Уәфа (940-998), ең алғаш «мәд жәзір» (теңіз суының көтерілуі-қайтуы) құбылысы заңдылығын сипаттаған ғалым Әбу Мағшар (785-886) да мұсылман мектебінің өкілдері еді.

Сондай-ақ алғаш рет жүйелі әрі ауқымды «Әл-Жабр уәл-Мұқабала» атты абстрактілі есеп жүйесін жазып, батысқа әл-гебраны үйреткен ғалым әл-Хорезми (780-850) екені мәлім. Әлі күнге дейін бұл сала сол кісінің «әл-жабр» атты еңбегі дәстүріне сай «Алгебра» аталады, қазіргі «алгоритм» термині де әл-Хорезмидің еуропаланған нұсқасы. Жеті ғасыр бойы кітабы қолдан түспеген астроном-ғалым Ферғаниді (Әбул-Аббас Ахмед ибн Мұхаммедті) батыс «Alfraganus» деп таниды, агрономия саласында орта ғасырда тек мұсылмандар арасында емес, жалпы дүниеде теңдесі жоқ «Китабул-фәлах» атты туынды жазған Ибн Аууам (XII ғасыр), жиырма тоғыз жыл бойы көптеген елдерді, құрлықтарды тынбай аралап зертте-ген саяхатшы Ибн Баттута (1304-1369), он екі ғасыр бұрын алғашқы қағаз фабрикасын құрған уәзір Ибн Фазыл (739-805), Wright, Wilbur және Orville атты ағайындылар Еуропада тұңғыш рет (1903) ұшақ жасап, оны сынап көрсе, бұдан шамамен 1000 жыл бұрын, яғни 880 жылы ұшақ жасап, оны ұшырып көрген Ибн Фирнас (?-888), тарихты алғаш рет ғылым деңгейіне көтеріп, жүйелеген ғалым Ибн Халдун (1332-1406), туберкулез микробын Р. Кохтан 150 жыл бұрын ашқан атақты дәрігер Камбур Уәсим (?-1761), планетамыздың диаметрін бірінші бо-лып өлшеген үш ағайындының бірі Мухаммед ибн Муса, алгебрадағы «бином» формуласын айналымға енгізген Омар Хайям (123), 400 жыл бұрын қазіргі дүниежүзі картасына аса тете әлем картасын сызған Пири Рейс (1465-1554),

секілді жүздеген ғалымдар мұсылман еді, мұсылман оқу-тоқуынан тәлім алғандар еді.

Иман - адамда ең киелі де қастерлі категория болса, ислам дінінде сол иманның жартысы - тазалық. Ардақты Пайғамбарымыз (с.а.ғ.у.) хадисінде: «тазалық - иманның жартысы»,



- деген. Тазалыққа мұнша көңіл бөлгендіктен ибн Сина, әр-Рази, Абдулқадир және Сахир Ибн Насруллаһ секілді ислам ғалымдары дәрет алудың, жуынудың адам денсаулығына пайдасын егжей-тегжейлі зерттеген. Мұсылман емханала-рында жуыну үшін арнайы орындар бөлінген, тұрғын үйлердің жанынан моншалар салынған. Ал сол кезде Еуропада монша ұғымы тіптен жоқ болатын, олардың халқы тек IX ғасырда жуы-нып-шайына бастағаны белгілі. Мысалы, XVII ғасырларда Испанияның инквизиция сотында мұсылман-испандар мен христиан-испандар тазалығына қарап ажыратылған. Сабынды да алғаш пайдаланған мұсылмандар, сондықтан мұсылман елдері базарларында сабынның хош иісі аңқып тұратын. Бірқатар батыс тілдеріндегі «savon», ағылшын тіліндегі «soap» лексемала-ры мұсылман парфюмерия өндірісіне бастар лингвистикалық компас іспетті.

Одан кейіннен де батыс елі мұсылман прогресінен көп нәрсе үйренді. Қазіргі испан жеріндегі Андалусия өлкесі ол кезде мұсылмандардың уысына түсіп, ол мұсылмандардың ғылыми және мәдени орталығына айналдырылады. Бар ғылым мен мәдениет батысқа ашылған осы мұсылман өңірінен тарайтын. Андалусияның Кордова қаласының бір ғана кітапханасында 600 000-ға жуық қолжазба қоры бар еді. Ал IX ғасырда батыстың ең бай деген Сенегалдағы кітапханасында 400-дей ғана кітап жинақталған көрінеді. Кейіннен батыс жұртшылығы мұсылмандардан аулақтай бастаған шақта да Сен Венсан кітапханасында кітап саны 11000-ға ғана жеткен. Сондықтан да атақты ғалым Альберт Эйнштейн: «Дінсіз ғылым - жарым-жан, ғылымсыз дін - көр», - деп тегін айтпаса керек. Қысқасы, дінсіз жерде ғылым, ғылымсыз жерде дін болмайды. Құранның алғашқы ая-тына назар аударсақ, ол: **«Оқы, жаратқан Раббыңның атымен!»** - деген ағартушылық тезиспен басталады [1].

Яғни Ұлы Күдіретті танытудан ада, Оның ризашылығы жоқ оқудың ғаламға да, ғылымға да пайдасынан гөрі зияны басым. Көреген ағартушы Ыбырай Алтынсариннің:

«Бір Құдайға сыйынып,

Кел, балалар, оқылық!» - деп, оқудың алды-на жаратушы иеміз Алла Тағаланы шығаруы, да-рынды ақын Мұқағали Мақатаевтың:

«Қол қусырып Құдайға,

Ғылым мен дін бірге бар!» - деп үндеуі де егіз тарам мен өзара үндестікті аңғартса керек-ті.

Міне, осындай тамыры терең ислам тәр-биесінен тәлім алып, төрткүл әлемді мойын-датқан қазақ даласының ұлы перзенті Әбу На-сыр әл-Фараби ғылымның барлық саласына ой жүгіртіп, сан-салалы ғылыми еңбектер жа-зып қалдырып кеткен. Ғылыми

жұртшылыққа белгілі деректерді қайталай сөйлетсек, Әбу На-сыр Мұхаммед ибн Мұхаммед ибн Тархан ибн Ұзлақ әл-Фараби ат-Түрки (870-950) Отырар жазирасында (қазіргі Оңтүстік Қазақстан облысы) дүниеге келген. Бұл өлкеге арабтар ат басын тіреген соң, Отырар жазирасы Фараб аймағы деп аталып кетеді. Сондағы шаһар орталықтарының бірінде, яғни Весидж (Оксус кенті) қамалында Әбу Насыр әл-Фараби дүниеге келіп, өзінің жастық шағын өткізеді [2].

Білімді аңсаған әл-Фараби араб халифаты мәдени өмірінің орталықтарына аттанады, әйтседе олардың ішінде Бағдаттың орны тым ерекше еді. Осы ретте кемеңгер бабамыздың рухани мұрасын көрнекті зерттеушілердің бірі - М. М. Хайруллаев: «Орта Азиядан аттанбас бұрын әл-Фарабидің Шаш пен Самарқанға соғып, біраз уақыт Бұхарада оқып, жұмыс істегені ту-ралы әдебиеттерде деректер бар. Ол Бағдатқа барар жолда Иранның көптеген шаһарларында: Исфахан, Хамадан, Рей (Тегеран) және т.б. бо-лады. Фарабидің саяхатқа шығып, Бағдатқа кел-ген уақыты белгісіз. Кейбір дереккөздерде ол Бағдатқа халиф әл-Мұқтадирдің тұсында (908932) келгені туралы айтылады», - деп жазады [3].

Жаңа ілім жолдарын іздеген әл-Фарабидің Бағдатқа келу себебі де түсінікті, өйткені атал-мыш шаһар ғылым мен білімге ден қойған жастарға үлкен қолдау жасаған, ол сол кезеңдегі ғылымның, мәдениеттің, өркениеттің шы-найы ордасы еді. Бағдатта жас ғалым білімін жетілдіру және ғылыми-танымдық қызметке белсене араласып кетеді: ол әртүрлі тілдерді зерттейді, олардың ішінде парсы, грек және т.б.

бар, бірақ бірінші кезекте өзі бұрын білмеген араб тілін үйренуге ден қояды; теориялық деп аталатын ғылымдарды - математиканы, медици-наны, астрономияны, логиканы, философияны, поэзияны және т.б. игереді.

Әл-Фараби сол уақыттың қарым-қатынас құралы әрі ғылыми тілдері - түрік, араб, парсы, грек тілдерін жетік меңгерген. Ол әртүрлі тілдерді үйреніп қана қоймай, тіл ғылымының өркендеуіне зор үлес қосқан. Оның филология, поэтика, ғылымдар жіктелісі, каллиграфия, риторика жөнінде жазған еңбектері, теориялық пікірлерін дәлелдеуге татитын өз өлеңдері бар. Зерделі зерттеуші философиялық танымға да үлкен мән берді, пәлсапаның қолданбалық қырларына баса назар аударды, оны қоғамды оятатын зерде, парасат шамшырағы, халықты әділетті қоғамға жеткізетін негізгі бағыт, ұрпақ-тар арасындағы рухани-мәдени сабақтастықты ғасырларға жалғастыратын құрал, әлеуметтік-

этикалық күрделі мәселелердің шешімін, уақыт талаптарының жауабын табатын әдіс деп түсінді. Осы параметрлер үдесінде дұрыс ой-ланып, әрекеттену үшін философияның тоғыз қағидасын көкейге түйе қажеттігін ескертеді. «Қайырымды қала тұрғындарының көзқарас-тары», «Мемлекет қайраткерінің нақыл сөз-дері» және т.б. әлеуметтік-саяси трактаттарын-да қайырымдылық пен бақыт мәселесіне ол тереңірек үңіледі. Әбу Насыр әл-Фараби сезім мен ойлау, тәрбие мен іс-әрекет жүйесін жетіл-діру мәселесіне де жете көңіл бөлгенін айта кету керек. Сол жиған-тергенінің қорытындысын ол: «Білімсіз адамгершілік молаймайды, білімсіз адам өзгенің абзал қасиеттерін тани алмайды. Жан дүниені тәрбиелемей үлкен жетістікке жету жоқ. Ғылым мен тәрбие ұштасса ғана рухани салауаттылыққа жол ашылмақ. Мінез-құлқын түзей алмаған адамның ақиқат ғылымына қолы жетпейді», - деп түйіндейді.

Тарихта екінші Ұстаз деген бейресми жоғары атаққа ие болған әл-Фараби - өзінің табиғи да-рыны, энциклопедиялық білімінің арқасында философиялық, әлеуметтік, саяси, этикалық, эстетикалық мәселелермен бірге, жаратылыс-тану және математика саласындағы көптеген ауқымды проблемаларды айқындай түскен ұлы ғалым. Ойшылдың аса бай ғылыми мұрасы, өз заманының күрделі мәселелерін шешу әдістері әлемдік ғылым эволюциясына зор ықпал етті, оның адамзат пен табиғат үндестігін ажырағысыз бірлестікте қарастыруы жаратылыс заңдылықтары мен тенденцияларын тануға де-ген толассыз құлшыныс пен ізденімпаздықты аңғартты.

Академик В. В. Бартольдтың пайымдауынша, IX және X ғасырларда, яғни әл-Фараби дәуірінде, ғылыми жұмыстар «негізінен Тигр мен Ефрат өзендерінің алқабында, Басра сияқты ежелгі мәдени орталықтарда (Куфа Аббасидтар билеген шақта бұрынғы маңыздылығынан айырылған болатын), Антиохиядан ауысқан Харранада, ха-лифтер астанасы Бағдатта шоғырланған еді» [4]. Негізінен дұрыс байлам. Расында да, Басра шаһарында әл-Жахиз, әл-Кинди шығармашылық шаруаға мықтап ден қойған, исламдық орта ғасырда ерекше танымал болған және әртүрлі ғылымға арналған елу шақты трактаттан тұратын «Тазалық ағайындары» ғылымдар энци-клопедиясын жазған. Бағдатта әл-Хорезми мен әл-Баттани сияқты белгілі математиктер өмір сүріп, ғылыми танымды ілгерілеті түскен, да-нышпан әл-Фараби білім алып, өнеге үйреткен. Бір айта кетерлік жайт, Геронның «Механика-сы», Архимедтің бірталай трактаттары тек араб тілінен аудару арқылы зиялы қауым қолына

ти-ген. Сонымен қабат ислам мәдениетінің өкілдері еуропалық айналымға көптеген техникалық жаңалықтар мен терминдер енгізген және олар-дың біразы Қытай мен Үндістан арқылы айна-лып соққан.

Ақпараттық және ғылыми кеңістікте әм-беге ортақ араб тілінің жүруі, әрине, аударма қызметінің жедел дамуына себеп болды, бұл үдеріс әйгілі «Бәйт әл-Хикма» («Даналық үйі») аудармашылар мектебін қалыптастырған халиф әл-Мамун билік еткен жылдары барынша етек алды [5]. Аталған мектептің көрнекті аударма-шысы, кейін сол бағыттың көшбастаушысына айналған Хунайн ибн Ысқақ (887 ж. қайтыс болған), негізінен, медициналық әдебиеттің тәржімеленуіне зор әсер етсе, оның ұлы Ысқақ философиялық әдебиетті аударуға бейімділік та-нытты.

Осы тектес көптеген мысалдар орта ғасыр дәуірінде ислам мектебінің қолданбалы һәм теориялық ғылымы айта қаларлық биікке көтерілгенін айғақтайды. Осы ретте айтарымыз: әл-Фарабидің энциклопедиялық мұрасы сол за-ман ғылыми ізденісі мен ақыл-ой ұмтылысының креативті ауанын бойына сіңірген. Оның білімінің түрлі саласындағы ғылыми жетістіктері, тарихи-философиялық концепциясы, дүниетанымы мен ғылыми-зерттеу әдістемесі әлі күнге дейін өз мән-маңызын жойған жоқ. Ұлы ойшылдың ғылыми мұрасын түсінуге жол ашатын әл-Фарабидің «Ғылымдардың жіктелуі туралы сөз» атты трактаты осының анық дәлелі. Расын айтсақ, бұл - исламдық орта ғасыр Шығысындағы ғылым дамуының ауқымдылығы мен дәрежесінің жоғарылығын көрсететін бүтіндей бір ғылыми энциклопедия. Мұндай жағымды құбылыс білім саласының үдемелі дамып, тармақтала түскен кезде ғана болары анық.

Шын мәнінде, әл-Фараби - ислам руханиятындағы айтулы тұлға. Ол - әлем мойындаған философ, Платон мен Аристотельдің еңбектерін шығыс, араб-мұсылман әлеміне таратқан кемел оқымысты. Әл-Фарабидің философиялық көзқарасы күрделі де тылсым-ды, сондықтан оны зерттеу де, оған жеріне жеткізе баға беру де бүгінгі күнмен аяқталмақ емес. Оның үстіне кеңестік дәуірде оның ис-лами дүниетанымын ашуда бірқатар шектеу-лер болғанын ескере отырып, қазіргі заманғы зерттеулерімізге тиісті түзетулер енгізуіміз қажет. Ендеше әл-Фарабидің, ең алдымен, ислам өркениетіне өлшеусіз үлес қосқан теңдессіз ғұлама екенін баса көрсеткеніміз абзал. Ондай сана шырайлануын, Әл-Фарабидің рухани то-лысуын Құранның игі әсерінен іздегеніміз жөн. Әсілі, оның негізгі жаңалығы - антик өнертабысы мен исламды

тоғыстырар мәдениет жасауға тал-пынысы. Сондықтан әл-Фараби мұрасының қайнар көздерін айтқанда тек шығыс пен ба-тыс, гректің ғана емес, оның қазақтың құнарлы топырағынан түлеп ұшып, Отырар өркениетінен нәр алғанын есте сақтауымыз керек, оның еңбектері түркі халықтарын біріктіретін ортақ рухани негіз деп ұғынуымыз керек.

#### Әдебиеттер:

- 1 Жолдыбайұлы Қ. Имани гүл. - Алматы, 2011 ж. 299-300-б.
- 2 Аль-Фараби и развитие науки и культуры стран Востока. - Алма-Ата: Наука, 1975. - С. 24-б.
- 3 Хайруллаев М.М. Абу Наср аль-Фараби (873950). - М.: Наука, 1982. - С. 43.
- 4 Бартольд В.В. Культура мусульманства. [http://www.krotov.info/libr\\_min/b/bartold.html](http://www.krotov.info/libr_min/b/bartold.html).
- 5 Нысанбаев А. Диалектика и современная математика. - Алма-Ата: Казахстан, 1996. -С. 81-84.

В своей статье автор рассказывает про ученых, философов, мыслителей восточного происхождения, которые в средних веках приняли исламскую религию, об их труде и научном наследии, которые они вложили в развитие философии, естествознания и других научных разделов. Труды великих исламских ученых послужили толчком для развития науки в западных странах. Великие исламские ученые дали направление западной науке. Их научные труды в сфере астрономии, физики, математики, философии и гуманитарной науки, которые до сегодняшних дней не потеряли свою ценность, послужили толчком для развития науки в западных странах. Благодаря им восточные ученые стали примером для европейских стран.

In his article, the author tells the story of scientists, philosophers and thinkers of eastern origin who in the Middle Ages was the religion of Islam, about their work and scientific heritage, which they have invested in the development of philosophy, science and other scientific topics. Himself being the chief representative, al-Farabi expresses his opinion about the first major schools of Islamic philosophy, its scientific role in the development of Muslim culture. He tells of the great Islamic scholars, who gave the direction of Western science, on their scientific work in the field of astronomy, physics, mathematics, philosophy and human sciences, which until this day, it does not lose its value and the impetus for the development of science in Western countries and by oriental scholars who have become a model for European countries.

#### И. Тургунбаев

#### Бумага - основной материал в издательско-полиграфическом деле

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 655.4

**Аннотация.** Автор в своей статье рассматривает основные свойства и требования к бумаге. Бумага является одним из основных материалов в издательско-полиграфическом деле. В статье дается определение бумаги, история и происхождение бумаги, рассматриваются методы ее изготовления, приёмы определения направления волокон бумаги, основные физико-геометрические характеристики и условия хранения и подготовки бумаги к печати. Также даны рекомендации по ее применению в полиграфии.

#### Издательство. Полиграфия. Бумага.

Бумага - это тонкие и ровные листы или ленты материала, состоящего в основном из целлюлозных волокон (древесная целлюлоза, древесная масса, волокна хлопка, льна, макулатурная масса и некоторые другие вспомогательные добавки). Длина растительных волокон, из которых создана бумага, - 1-2 мм при диаметре около 25 мкм. Масса одного квадратного метра бумаги достигает 250 грамм. По определению, бумага - это пористо-каппи-лярный плоскостной ненатурально созданный материал, доступный для проникновения воздуха, влаги и красок. При размачивании в воде обыкновенные

сорта бумаги лишаются своей механической прочности, при пропитке керосином или маслами прочность бумаги не изменяется. Это заверяет нас в том, что целлюлозные волокна в бумаге объединены между собой основным образом водородными связями. Свойства бумаги зависят от волокнистого состава, природы растительных волокон, характера их обработки, содержания наполнителя, проклейки, а также технологии отлива и отделки, благодаря чему бумага удается с различными свойствами.

Бумага является крайне древним изобретением, её знали ещё в Древнем Китае. Основоположником

бумаги считают китайца Пай Луня, который изобрел бумагу в 105 году новой эры. Изготавливали её тогда так: обрывки шелковой ваты, ветошь, старые рыболовные сети размельчали и кидали в чан с водой, взбалтывали, пока не выходила однородная, водянистая кашеобразная масса, которую черпали бамбуковой сеткой. Осадок, оставшийся лежать гладким слоем на сетке, просушивали. Этот принцип функционирует, и сегодня, модифицировались только средства производства, масштабы, скорости и сырьё. В России бумага появилась в XIV веке, до этого времени у нас писали на пергаменте.

В полиграфии постепенно происходят некоторые изменения. Несмотря на то, что здесь существуют стандарты использования некоторых видов бумаги (мелованные и офсетные), некоторые фирмы часто используют бумаги, так называемых, элитных сортов, дизайнерские бумаги, которые применяются при проведении каких-либо рекламных акций. Интерес к полиграфии вырос за последнее время примерно наполовину, и многие понимают важность использования высококачественной бумаги. Однако не многие знают, что бумага бумаге - рознь, и что использовать в печати можно не любой вид бумаги. Актуальность этого вопроса остра еще и потому, что сегодня моду диктует заказчик. А зачастую заказчик желает бумагу только такого-то качества и печать - такого-то (а именно - бумагу - подешевле и печать - высокую), что иногда несовместимо. Поэтому знать, что такое бумага, ее свойства и, особенно, какая бумага применяется в печати - очень важно.

Бумага - есть многокомпонентная система, состоящая в основном из специально обработанных растительных волокон, тесно переплетенных между собой и связанных химическими силами сцепления различного вида, к тому же бумага - это капиллярно-пористый материал.

Размолотое целлюлозное волокно, древесная масса, отбеленный и размельченный каолин, клей, подцветку смешивают в необходимых пропорциях. В качестве наполнителя печатной бумаги используют, главным образом, каолин - белую фарфоровую глину или тальк - сочетание из класса силикатов. Диоксид титана применяют в производстве мелованных бумаг. Оксид цинка употребляется как наполнитель для особых видов бумаги. Благодаря наполнителям бумага делается ровной, гладкой, непрозрачной, пластичной, капил-

лярной и менее пористой. Бумагу отливают из бумажной массы на бумагоделательной машине, функционирующей со скоростью до 800 м/мин и состоящей из четырех составных частей:

1. Сеточная часть: бумажная масса потоком поступает на сетку машины. Создающийся из кашеобразной массы тонкий волокнистый слой понемногу избавляется от воды на сеточной части.
2. Прессовая часть: тут вода выжимается давлением прессов.
3. Сушильная часть: бумажная лента, прижимаясь к сушильным цилиндрам, доводится до сухости 95%. В сушильной части встраивают клеильный пресс для неглубокой проклейки бумаги, что нужно для бумаг, применяемых для печати с использованием увлажнения (фототипия, литография, офсетная печать).
4. Отделочная часть с накатом бумаги (намотка в рулоны): 3-8 полированных чугунных цилиндров уплотняют бумагу, делая её поверхность глаже.

В процессе изготовления бумаги, когда бумажная масса потоком поступает на движущуюся сетку бумагоделательной машины, волокна, увлекаемые потоком, приобретают преимущественное расположение, когда их оси сходятся с направлением движения сетки машины. Вследствие этого свойства бумажного листа в продольном и поперечных направлениях будут немного различны, а именно - прочность бумаги будет выше в продольном направлении.

#### **Приём определения направления волокон бумаги:**

1. Если мы разорвем бумагу по длине и по ширине листа, то разрыв по линии движения сетки бумагоделательной машины будет ровным, а в поперечном направлении разрыв будет неравномерным. Направление прямого разрыва бумаги и есть направление отлива бумаги.
2. Отрезать равные полоски по длине листа и по его ширине. Положить одну полоску на другую. Выровнять. Взять в руку большим и указательным пальцами. Вытянуть руку под прямым углом перед собой. Та полоска, которая свисать будет меньше и определяет направление отлива бумаги.

Верхняя (лицевая) сторона бумаги, не соприкасающаяся с сеткой бумагоделательной машины, будет намного глаже сеточной. Сеточная сторона обладает меньшим количеством напол-

нителея, отчасти уходящего из бумаги совместно с промывными водами.

То есть бумага ортотропна: её свойства немного отличаются во всех трех измерениях - по ширине, длине и обороту. Всё это нужно учесть при подготовке бумаги к печатанию и при обработке оттисков в брошюровочно-переплетных и отделочных целях (при разрезке, фальцовке, шитье, высечке и тиснении).

В состав бумаги, кроме волокнистых компонентов, формирующих ее структуру и основные свойства, могут быть введены дополнительные наполнители: проклеивающие вещества, красители, спецдобавки. Основных волокнистых полуфабрикатов - два: целлюлоза (особым образом обработанная древесина) и древесная масса (тоже древесина, но механически измельченная).

Бумаги различаются по массе одного квадратного метра (еще ее в обиходе называют плотностью, но это величина нефизическая) и толщиной. Масса 1 кв.м бумаги может составлять от 40 до 250 г. Более 250 г/кв.м по общепринятой классификации - это уже картон [2].

Оценивая применимость бумаг для тех или иных целей, технологи оперируют множеством ее свойств. Для печатника важнейшие свойства бумаги - печатные, т. е. определяющие ее поведение до печати (при прохождении через бумагопроводящую систему печатной машины), во время печати (взаимодействие с краской и закрепление изображения) и после печати (поведение на послепечатных операциях - фальцовка, брошюровка, подрезка, ламинирование, каширование - и характеристики готовой продукции).

Основные показатели бумаги, определяющие ее печатные свойства, представлены в следующих группах:

- геометрические: гладкость, толщина и масса 1 кв.м, плотность и пористость;
- оптические: белизна, непрозрачность, лоск (или глянец);
- показатели однородности структуры: равномерность просвета, разносторонность;
- механические (прочностные и деформационные): прочность поверхности к выщипыванию, разрывная длина или прочность на разрыв, прочность на излом, влагопрочность, мягкость и упругость при сжатии и другие;

- сорбционные: гидрофобность, впитывающая способность растворителей печатных красок.

Может быть также использована классификация по степени отделки поверхности. Без отделки - матовая (машинной гладкости), а после суперкаландрирования (прокатки бумажного полотна в особых валках-каландрах) - глазированная (глянцевая), т.е. повышенной гладкости.

Подбор бумаги в основном зависит от:

- вида печати: бумага для глубокой печати может быть непригодна при печати офсетной или флексографической - см. печальный пример выше;
- требуемого качества готовой продукции: на дешевой «желтой» пористой бумаге невозможно хорошо напечатать полноцветное изображение с хорошим разрешением, зато снижение массы 1 кв. м используемой бумаги часто можно без потерь «замаскировать» ее увеличенной пухлостью;
- применяемого печатного оборудования: одна и та же бумага может дать прекрасный результат на 4-красочном «Хейдельберге», где печать осуществляется за один проход, и потратить деньги впустую на однокрасочной машине, где печатают за четыре прохода. Кроме того, для цветной печати на однокрасочной машине обычно берется бумага большего формата, чтобы было место для установки тестовых плашек: печатник должен постоянно контролировать себя денситометром, чтобы после четвертого краско-прогона не оказаться «у разбитого корыта» [1].

**Геометрические свойства бумаги** Одно из важнейших печатных свойств бумаги - способность без разрывов и искажений передавать тончайшие красочные линии, точки и их комбинации. Это и есть ее «разрешающая способность», напрямую зависящая от гладкости поверхности.

Гладкость бумаги измеряется в секундах. Так, типографская каландрированная бумага имеет гладкость 100-250 сек., офсетная той же степени отделки - 80-150 сек. Бумага для глубокой печати имеет повышенную гладкость: 300-700 сек. Чемпион по этому параметру - мелованная бумага - более 1000 сек. Привычная для всех газетная бумага гладкой быть не может из-за повышенной пористости.

Поверхностная проклейка (масса покрытия до 6 г/кв.м) дает бумаге высокую поверхностную прочность и уменьшает ее деформацию при увлажнении. Это важно для многокрасочной офсетной печати, ведь при каждом краскопрогоне

бумага увлажняется водой или спиртовым раствором.

Пигментирование и мелование бумаги отличаются только массой наносимого покровного слоя: в первом случае - до 14, а во втором - до 40 г/кв.м. Высота рельефа мелованных бумаг не превышает 1 мкм, а значит, не будет препятствовать точному перенесению мельчайших элементов изображения с офсетного полотна. Кроме того, улучшаются оптические свойства поверхности (бумага белеет, приобретает глянец и лоск).

Теперь поговорим о плотности бумаги (физической), иначе говоря - объемной массе. С этой величиной тесно связана другая важнейшая для печатного процесса характеристика бумаги - ее пористость. Выше было упомянуто, что бумага - материал капиллярно-пористый. Поры (или макропоры) - пространства между волокнами, заполненные влагой или воздухом. Капилляры (или микропоры) - мельчайшие пространства, пронизывающие покровный слой мелованных бумаг и находящиеся между частичками наполнителей и даже внутри целлюлозных волокон.

В макропористых бумагах - например, газетной - общий объем пор достигает 60%, средний их радиус - 0,16-0,18 мкм, а плотность - 0,5 г/куб. см. Ясно, что такая бумага хорошо впитывает краску, и с ней легко работать при больших скоростях печати. Но также ясно, что попытка напечатать полноцветное изображение с высоким разрешением в данном случае обречена на провал.

Мелованные бумаги относятся к микропористым. Общий объем пор для них не превышает 30%, средний размер - 0,03 мкм, а плотность достигает 1,35 г/куб.см. Они также неплохо впитывают краску, но уже под воздействием сил другой физической природы - капиллярного давления. Более подвижные частицы растворителя, в первую очередь, уйдут в капилляры, а красящий пигмент останется на поверхности. Это приводит к двум желательным последствиям: возможности печатать с повышенным разрешением и экономии краски.

#### **Оптические свойства бумаги**

Оптические свойства бумаги - это белизна, непрозрачность и лоск (или глянец).

Высокая белизна - т.е. способность отражать свет рассеяно и равномерно во всех направлениях - необходима, если нужно добиться контрастности запечатанного и пробельного участков. А без этого условия не будет четкости и удобочитаемости.

Степень белизны некоторых видов бумаги:

- мелованная с оптическим отбеливателем - 84%;
- мелованная без оптического отбеливателя - 78%;
- чистоцеллюлозная печатная бумага с оптическим отбеливателем - 83%;
- чистоцеллюлозная печатная бумага без оптического отбеливания - 78%;
- печатная бумага с белой древесной массой - 72%;
- газетная бумага - 65%.

Что есть отбеливание? По сути, это подцветка бумаги люминофорами или синими и фиолетовыми красителями, устраняющими желтоватый оттенок, присущий целлюлозным волокнам. В этом случае коэффициент белизны будет не менее 84%, а то и гораздо выше. Нужно только помнить, что дополнительный цвет, введенный в бумагу, может «вмешаться» в вашу работу с цветоделением.

Лоск или глянец - результат зеркального отражения падающего на бумагу света. Чем глаже поверхность бумаги, тем, как правило, выше глянец. Для матовой бумаги его величина может составлять до 30%, а для глазированной - до 75-80% [3].

#### **Механические свойства бумаги**

Их знание очень важно как для печатника, так и для заказчика полиграфической продукции. Например при высокой печати, где печатный элемент выше пробельного, нужна мягкая бумага. Ведь при контакте с жесткой печатной формой она будет деформирована (деформация сжатия для крупнопористых газетных бумаг - до 28%, для мелованных - 6-8%). И очень важно, чтобы деформация была обратимой, то есть после снятия нагрузки бумага должна полностью восстановить первоначальную форму. Иначе на второй стороне листа получится рельеф. Под действием рабочего органа машины бумага деформируется, однако в зависимости от степени механического напряжения и целей технологических операций появляются деформации всевозможного характера: упругие, эластические и пластические.

Свойство материала моментально изменяет свою форму и размеры под действием соответствующей нагрузки, и после прекращения её действия также моментально реставрирует их именуется упругостью. Таким образом, упругие - это мгновенно зарождающиеся, целиком обратимые

деформации. Эластичность - это свойство материала изменять форму и размеры под действием нагрузки в течение отдельного времени и понемногу всецело воссоздавать начальную форму и размеры после прекращения действия. Свойство же материала сохранять приобретенную деформацию после снятия механического воздействия, возбуждающего его, называется пластичностью. Упругоэластические свойства основательно действуют на процесс печатания, но нередко они бывают недостаточными для подобающего выравнивания поверхности бумаги в процессе печатания и возмещения неровностей, как печатной формы, так и самой бумаги. Пластические деформации бумаги технологически потребны при фальцовке, биговке, тиснении. Эти разноречивые требования к свойствам бумаги решаются созданием всевозможных видов и сортов бумаги. Ведь выбор бумаги для олицетворения той или иной идеи на 50% предопределяет качество её исполнения.

Но если нужна бумага для тиснения, то свойства ее должны быть противоположными! Ведь цель тиснения - как раз остаточная деформация, показателем качества процесса будет необратимость деформации, устойчивость полученного рельефа!

#### **Увлажнение бумаги**

В листовом офсете бумага в процессе печати обязательно увлажняется. Это диктуется принципом офсетной печати: пробельные (гидрофильные) элементы печатной формы закрывает вода или спиртовой раствор, а печатные (гидрофобные) - соответственно, «жирная» краска. А потому бумага должна выдерживать без остаточной деформации увлажнение и последующее высушивание. Подобная впитывающая способность бумаги - значительное условие своевременного и абсолютного закрепления краски. Впитывание краски в бумагу определяется её пористо-капиллярным строением. Впитывающая способность бумаги в особенности важна для способов печати и лакирования, где закрепление краски и лака в основном определяется впитыванием, к примеру, глубокая печать, флексографская печать на бумаге, лакирование дисперсионными лаками. Порядок высушивания бумаги на бумагоделательной машине сказывается на пористости бумаги. Так, при высокотемпературном режиме сушки пористость бумаги возрастает.

Особенно жесткие требования к бумаге при печати полноцвета на односекционной машине. Бумажный лист здесь увлажняется и высушивается восемь раз! Естественно, что если бумага накапливает деформацию, то произвести приводку по крестам при наложении следующих красок будет очень сложно.

В этом случае нужно либо применять высококачественную бумагу с многослойным покрытием, либо искать четырехсекционную (а бывают и восьмисекционные с переворотом!) печатную машину, где лист, проходя через агрегат, за один проход получает четыре и более краски.

#### **Условия хранения и подготовки бумаги к печати**

Многое в качественной печати зависит от условий ее хранения и кондиционирования. Если в помещении повышенная влажность, волокна бумаги активно поглощают влагу из воздуха, расширяясь в поперечном направлении. Это придает бумаге волнистость [4].

При пониженной влажности волокна отдают влагу, из-за чего происходит усадка. А бумага вспучивается, загибая края листов наподобие старого сыра. Эти проблемы усугубляются в зимнее время.

После вскрытия упаковки бумага должна быть акклиматизирована, а именно, она должно некоторое время отлежаться, чтобы ее поверхность пришла в равновесие с окружающей средой.

Кстати, в типографии обязательно должен висеть гигрометр, а влажность - соответствовать нормативам.

#### **Рекомендации по использованию бумаги:**

1. При печати с применением нескольких цветных красок на цветной бумаге нужно учитывать цвет запечатываемого материала.
2. Прежде чем печатать на бумаге, она должна пройти акклиматизацию в печатном цехе в течение кое-какого времени, чтобы достигнуть температуры 20-22 и влажности 50-55%. Не разрешается вскрывать пластиковую обертку паллеты с листовой бумагой до печатного цеха, если нет отдельного помещения для акклиматизации бумаги.
3. Особенное внимание необходимо обратить на различие свойств бумаги по длине и ширине листа, ан лице и обороте листа. Это необычно важно при фальцовке и шитье, при припрессовке пленки, при разрезке и др.

4. Надлежит скрупулезно выбирать бумагу для печати разнообразных изданий многообразными способами и технологиями.

#### Литература:

- 1 Шахгельдян Б.Н., Загаринская Л.А. Полиграфические материалы - М.: Книга, 1988.
- 2 Киппхан Гельмут. Энциклопедия по печатным

средствам информации. - М.: МГУП, 2003.

3 Марозулова Н., Стефанов С. Расходные материалы для офсетной печати. - М.: Русский университет, 2002.

4 Лоуренс А. Вильсон. Что полиграфист должен знать о бумаге. - М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2005.

5 Гудкова Т.И., Загаринская Л.А. Полиграфические материалы. - М.: Книга, 1982.

Автор өз мақаласында баспа ісінің негізгі құралдарының бірі - қағазды және оның қасиеттеріне қойылатын талаптарды талдайды. Мақалада қағаздың анықтамасы беріледі, оның шығу тарихы, қағазды дайындау тәсілдері, негізгі физикалық және геометриялық қасиеттері, қағазды сақтау шаралары мен басуға дайындау, қазіргі кездегі баспа ісіндегі болып жатқан өзгерістер мен қағаз түрлерінің қолданылуының байланысы қарастырылады. Сонымен қатар қағазды баспа ісінде дұрыс қолданудың толық сипаттамалары беріледі.

Author in his article analyzes features and requirements for the paper. Paper is one of the basic materials in publishing and printing business. In the article observed the methods of its production, the papers history and its origin, taking certain direction of the paper fibers, the connection between the changes in publishing and printing business and the choosing the types of paper basic physical and geometrical characteristics and storage and preparation of the paper to print. Also given recommendations for use the paper in printing.

Е. Шалкибаев

### Современные медиа порталы Казнета: проблемы и перспективы

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** На сегодняшний день многие казахстанцы уже не ждут вечерних новостей по телевизору, реже слушают радио и в крайних случаях покупают газеты, так как всю информацию или большую ее часть они получают из интернета. Но многие отечественные пользователи редко посещают медиа порталы в доменной зоне kz, предпочитая им более популярные западные и российские ресурсы. Теперь это становится огромной проблемой для медиа политики нашей страны, так как реципиенты получают информацию извне и больше подвержены риску медиа влияния со стороны России и западного мира. И чтобы не допустить монополию мировых СМИ на территории нашего медиа рынка, требуется создавать собственные качественные медиа порталы.

#### Медиа портал Казнета.

В настоящее время остро стоит вопрос о том, каково же будущее СМИ, останутся ли традиционные СМИ четвертой властью или же интернет полностью заменит их? Сейчас эти вопросы можно отнести к ряду риторических, однозначного ответа и быть не может.

На самом деле, в идеальной модели интернет и традиционные СМИ в плане достижения своей цели должны быть, скорее всего, союзниками, а не соперниками. Цели могут быть разные: информировать, развлекать, заставлять задумы-

ваться, голосовать и т.д. Интернет поддерживает идею статьи, темы или всего выпуска традиционного печатного издания, не противореча ему, обогащает его комментариями, опросами и т.п.

И в таком балансе традиционных СМИ и интернета выигрывают все: и интернет, которому не многие доверяют, называя его информационной свалкой, и традиционные СМИ, которые уже считаются стариной для молодежи и служащие лишь в качестве хлопушки.



Именно с такой целью многие издания (в основном печатные) заводят себе электронные версии, чтобы идти в ногу со временем и не отставать от мира. Плюсов у них очень много: от откликов, предложений от читателей до экономической выгоды. Материал непосредственно из журналов и газет являлся интернет контентом (содержанием) таких сайтов, но, как говорил Ге - раклит, - все течет, все меняется. Постоянства нет, так и в данном случае. Если раньше материал из газет, телевизионных сюжетов, радиопрограмм перепечатывался в интернет и заполнял собой вакуум, то сейчас наоборот. Недостаток финансирования, сложность с поиском материала, ограниченность доступа к высшим эшелонам власти, звездам, бизнесменам заставляет новоиспеченных журналистов брать информацию из интернета, несмотря на то, что информация не была проверена на достоверность.

Тем самым мы можем наблюдать новую тенденцию - интернет материал уже правит балом, и он же формирует традиционные СМИ. Но не всегда интернет материал плохой, а традиционные СМИ берут все из интернета, они могут сосуществовать и по отдельности. Самое худшее в этом случае, что может произойти, - это если мы утратим границу между новыми и традиционными СМИ, если наши серьезные журналы, как «Эксперт. Казахстан», начнут цитировать блоги и записи в твиттере. Но пока этого не произошло и не ожидается, хотя многие известные журналисты уже ушли в интернет. Например, Серик Акишев, ведущий нового шоу «Умная Игра», ведущий различных мероприятий, продюсер, который сейчас завел программу на YourVisionTV - «За Кадром» и ведет свой блог. В основном журналисты опираются на правило, озвученное главным редактором РИА Новостей, Светланой Мироной: «Нужно идти туда, где находится читатель. Если читатель у вас в Твиттере или Фейс-буке, то вы должны быть там».

Вообще идеальной формой интернет медиа принято считать новостные медиа порталы, а не просто электронную версию издания, форумы, новостные сайты, видео порталы, аудио-подкаст платформы.

Чем же переманил аудиторию интернет портал? Почему интернет материалам, порталам, блогам дали статус СМИ?

Новые СМИ, безусловно, предлагают людям гораздо больше возможностей, по сравнению с традиционными. В печатном издании нельзя сразу же высказать собственное мнение о прочитанном или завести полемику с автором по поводу публикации. В электронном варианте это, наоборот, приветствуется.

Отечественные новые СМИ пока бесплатны, а, следовательно, доступны для читателей. В Великобритании онлайн издания предполагают небольшую плату за чтение, но тем не менее результаты исследования YouGov показали, что 28% английских пользователей сократили траты на покупку газет и журналов и стали больше читать новости в Интернете, сообщает Telegraph. Авторы исследования отмечают, что в среднем затраты на доступ к онлайн-контенту в виде новых медиа составляют 2 фунта стерлингов в месяц, в то время как расходы на традиционные средства массовой информации составляли от 5 до 20 фунтов [1].

В ходе опроса потребителей, которые еще ни разу не платили за чтение онлайн-изданий, только 11% выразили готовность отдавать деньги за доступ к цифровому контенту. Еще 11% заявили, что подумают об оплате чтения новостей в онлайн в ближайший год [2].

Плюсом является не только экономия денег, но и экономия времени, так как на сайтах легче и быстрее можно найти интересующий вас материал.

Еще одним фактом в пользу интернет СМИ, социальных сетей является масштабность и быстрота передаваемых сообщений. И что самое удивительное у медиа порталов аудитория больше и разнообразнее, чем у традиционных СМИ, так, например короткое сообщение с орфографическими и синтаксическими ошибками, опубликованное на каком-нибудь социальном сервисе (на том же твиттере), может иметь больше читателей, чем статья в крупной и известной газете.

Интернет в Америке и Европе уже захватил медиа рынок, практически вытеснив традиционные СМИ, образовывая единое интернет пространство этих стран. В Казахстане такой объединенный национальный сегмент сети Интернет называется Казнетом.

Казнет довольно быстро развивается, но еще в недостаточном количестве и качестве, отставая от Рунета (Российского интернет пространства).

Рождение Казнета относят к 19 сентября 1994 года. Именно в этот день в Международном сетевом информационном центре регистрируется домен верхнего уровня «.KZ» [3].

И вот 30 ноября 2011 года Казнет обретает свой логотип. Эмблемой казахстанского сегмента Интернета выбрана работа костанайского художника Юрия Новоселова [4].

Казнет менее систематизирован, в отличие от своих зарубежных братьев: сайты создаются хаотично, в основном пытаясь охватить все важные и не очень тематики, функционалы (от мобильных версий вплоть до блогов, чатов). Получается некий винегрет в смеси с оливье.

То есть в идеале рецепт «приготовления» интернет медиа должен быть простым и в лучшем случае рассчитанным на какой-то определенный круг пользователей, иными словами, желательно ему быть точечным, а не гнаться за двумя и более зайцами.

Еще одной проблемой развития медиа порталов в Казнете является попросту малая рас-крученность наших сайтов. Так, немногие пользователи знают о проекте [Lyakhov.kz](http://Lyakhov.kz) - большой энциклопедии Казнета: информационно-просветительский портал, в разных формах существующий в Сети с 24 декабря 1996 года, в форме [Lyakhov.KZ](http://Lyakhov.KZ) - с 22 апреля 2001 года. Основатель и главный редактор Портала, а также автор всех его тематических сайтов - алматинский веб-издатель и журналист Александр Е. Ляхов. Также о проекте [CountZero \(zero.kz\)](http://CountZero(zero.kz)), первом счетчике в нашей зоне интернета, созданным директором компании NeoLabs Александром Усковым. Зато многие знают о казахстанском портале [Nur.kz](http://Nur.kz) (ярком примере всего смешанным со всем: социальная сеть, переводчик, новости, музыка, знакомства, блоги и т. д.), блог-платформе [Your-Vision](http://Your-Vision), [tengrinews](http://tengrinews), то есть говорить о полной нераскрученности нельзя.

Помимо того, что пользователи не знают большинства действительно достойных внимания ресурсов, согласно нашему опросу, большинство, а именно 86% процентов респондентов уверены, что в Казнете, как и на телевидении, нет уникальности, оставшиеся 14% уверены в обратном. На самом деле, Наши любят копира-стить (от слов сору и paste, что в переводе означает копировать и вставить) у России и Запада. Неужели нельзя создать что-то свое качественное? - сетуют наши

пользователи. Следует заметить, что это особенность интернета: копировать материал и размещать его у себя на ресурсе без указания первоисточника. Причем не только наши копируют из Рунета и друг у друга, но и представители Рунета зачастую не прочь поживится живыми материалами Казнета. Автор этих строк сам находил российские ресурсы с материалами нашего [voxpordi \(voxordi.kz\)](http://voxpordi(voxordi.kz)), первого в Казахстане сайта фоторепортажей), великолепного проекта Алишера Еликбаева, несомненно, одной из ярких личностей Казнета.

«Копипаст» - очень динамичное понятие и со временем приобретает слегка иные формы, становясь таким явлением, против которого невозможно бороться ни на уровне суда, ни на уровне угроз. Можно, конечно, ужесточить наказания, но это не будет работать. Ведь из курса основ права, который проходят во всех университетах на всех специальностях еще в бакалавриате, мы знаем, что право работает, когда есть неотвратимость наказания. Вам могут грозить большим сроком за «копипаст» какого-либо материала, но если вы знаете, что откупитесь, либо вас вообще искать никто не будет, вы все равно будете заниматься этим. Если же вас оштрафуют раз-два, вы уже будете задумываться о том заниматься ли этим или нет. В последнее время «копипаст» становится уже «рерайтингом» (от слова re-write - переписывать по новой). Иными словами, «плагиатчики», сохраняя смысловую нагрузку журналистских материалов, пишут немного другими словами, изменяют порядок слов и предложений.

И проблема кроется не в качестве содержания сайтов, материалов, а в том, как разработчики подают свой продукт. Александр Усков в своем интервью хорошо отметил тот факт, что очень много местных пользователей вообще не заходят в Казнет. Они сразу идут в Рунет или Интернет. Это касается как новостных медиа, так и социальных сетей. Этот факт подтверждает и наш опрос, который показал, что все опрошенные в возрасте от 16 до 30 лет зарегистрированы в социальных сетях Рунета (вконтакте, мой мир, одноклассники), из них лишь 19% также зарегистрированы в НурКз, 52% из них пользуются зарубежными социальными сетями, такими, как [facebook.com](http://facebook.com), [twitter.com](http://twitter.com). Также директор компании NeoLabs говорит о том, что некоторые ресурсы, например Колеса .kz,

раскручиваются за счет очень сильной «офлайн» рекламы - они просто продаются на прилавках. Другие стали известными путем построения вокруг коммуникационных сообществ, как тот же «Центр тяжести».

Еще одной проблемой можно назвать слабую законодательную поддержку интернет-проектов. Хотя последнее время государство всерьез обратило внимание на интернет как медиа, но все еще не достаточно сделано. Большой проблемой не только для медиа порталов, но и для всего Казнета в целом стало принятие поправок в закон «О защите интеллектуальной собственности Республики Казахстан» от 12 января, который, несомненно, произвел в сети большой шум. Многие аналитики и пользователи отечественной сети уже стали «хоронить» молодой Казнет. Но это был лишь обязательный этап, через который должен был пройти Казнет и должен был произойти естественный отбор, который отсеял много «слабых» интернет ресурсов, оставив только достойных представлять отечественное интернет пространство. И возможно говорить о том, что многие авторы стали задумываться о качестве своих материалов, а не просто об объеме.

Кстати принято, или, по крайней мере, раньше было принято, что хороший журналист не высказывает и не навязывает свое мнение читателям, слушателям, но в последнее время можно заметить невооруженным взглядом, что происходит обратное.

Иначе как объяснить популярность блогеров и почему их считают журналистами новых медиа? Ведь если посмотреть со стороны, то главная разница между традиционными и новыми СМИ заключается в том, что профессиональные журналисты основывают свою позицию на фактах и не стремятся высказывать личную точку зрения, в отличие от блогеров и «гражданских журналистов», которые так живо «пропагандируют» свою идею. В этом случае приходится перечитывать различные мнения по одной теме, на поиск которых уходит дополнительное время.

В нашем опросе 40% опрошенных считают, что социальные сети нельзя относить к новым СМИ, правильнее их отнести к источникам информации, такие, как твиттер. Последний, в свою очередь можно, называть новым информационным агентством или источником информационных поводов. Поэтому традиционные и новые СМИ должны

мониторить их, так как это самый быстрый способ доступа к информации о предстоящих событиях, как сказал главный редактор интернет-издания Газета.ру Михаил Котов: «Социальные сети - это дороги, с помощью которых информация из одной части света очень быстро распространяется по всему миру» [5].

Проще всего рассмотреть все конкретные проблемы порталов, проанализировав и сравнив с зарубежными аналогами. К примеру, электронные версии газет «The Times» (<http://www.thetimes.co.uk>) и «Казахстанской Правды» (<http://www.kazpravda.kz/rus/>). Рассмотрев плюсы и минусы электронных версий, можно утверждать, что западные «представители» намного удобнее в эксплуатации, чем отечественные. Чтобы найти информацию на сайтах доменной зоны «.kz» (кроме разве что [nur.kz](http://nur.kz), [zakon.kz](http://zakon.kz) и [tengrinews.kz](http://tengrinews.kz)), необходимо затратить в три раза больше времени, чем, если бы мы искали информацию на западных медиа порталах, все это связано со структурами сайтов и поисковой системой. Но и от дизайна сайта очень многое зависит, и в этом отечественные медиа порталы тоже уступают, они не столь привлекательны, чтобы заставлять пользователей возвращаться на сайт не только за информацией, но и для приятного времяпрепровождения, и в основном используют лишь синий и желтый цвет в оформлении. Также отечественным ресурсам в этом вопросе не хватает и хорошего качества материала как по содержанию, так и по внешнему виду статей, так как зарубежные материалы читать удобнее. Из всех этих недочетов (которые, между прочим, лежат на поверхности и видны невооруженным глазом) нужно делать выводы и исправлять ошибки в перспективе.

Радио, как и печатные СМИ, не могло остаться в стороне от прогресса, стали появляться интернет радиостанции, и широкое развитие получили подкасты (подкаст это звуковой файл (чаще всего в формате MP3), который распространяется бесплатно через интернет для массового прослушивания своей целевой аудитории). После распада СССР радио в Казахстане стало самым отстающим средством массовой информации, и в развитии интернет радио происходит практически тоже самое. К примеру, если сравнивать отечественные интернет радио и подкаст платформы (не затрагиваем порталы Рунета) с такими же немецкими порталами, то мы удивимся этой большой разнице. В Казахстане насчитывается

около 200 online радиостанции, в Германии же официально зарегистрировано около 1437 web-радиостанций, и около 2700 радиостанций, созданных пользователями сети. Но удивительней даже не эти цифры, а поражает скудность типов отечественных радиостанции (Казахстанские радиостанции в основном имеют только развлекательный характер), слабая интерактивность. В Германии online радиостанции не только сохранили все жанры традиционных СМИ, но и образовали новые, среди них, пожалуй, можно выделить:

- политическое радио;
- архивное радио (можно пересушивать старые подкасты, выступления политиков, старые передачи на радио);
- индивидуальное радио (с возможностями самому настраивать порядок песен и программ);
- обучающее радио (существуют радиостанции, на которых можно слушать лекции из университета по радио, есть целые лекционные под-касты по различным тематикам);
- экспериментальные формы радио (радио представлено в виде карты мира, где можно выбрать страну/город и даже улицу и послушать записи пользователей с тех мест) и т.д.

В Германии, как и в Канаде, Великобритании, развита система DAB (DAB standart): аппарат такой системы позволять слушать интернет радио в машине, на даче и вообще везде, даже в дороге между городами (где у нас обычно даже обычное радио не ловит). Также в Германии, как и во всем западном мире, хорошо развиты подкасты.

Причем популярные подкасты создаются обычными пользователями сети, у нас же могу выделить только Матрицу (<http://matrix-ca.tv/projects/podcast.html>), доступный раньше Podkazt (<http://podkazt.kz/>) и Namba (<http://podcast.namba.kz/all.php>), так как в основном наши пользователи ушли в Рунет, создавать свои подкасты на podfm (<http://podfm.ru/>).

Что касается телевидения, то тут и говорить нечего, кроме отдельных видеоблогов (к ним относится и YvTv (<http://yvision.kz/yvtv>), интерактивному онлайн-телевидению) и одного интернет сериала onLive (<http://on-live.kz/>), полноценного online телевидения на данный момент в Казнете не представлено.

Из всех этих недочетов и проблем следует искать перспективные пути дальнейшего развития.

Перспектив очень много, но первоначальным этапом наши политики утверждают, что следует нам догнать уровень западных соседей, а в скором времени и перегнать [6]. Да, возможно это зависит не только от политиков и их отношения к интернету (которое, кстати, очень положительное, судя по присутствию премьер-министра страны в Твиттере, и многих политиков на Your-Vision и т.д.), но и от нас, молодых, амбициозных, патриотичных пользователей сети интернет в большей мере. Создавая качественные медиа проекты, материалы, заполняя контент блогов не только развлекательными, бессмысленными рассказами, но и глубокой аналитикой, мы поднимаем Казнет на новый уровень.

#### Литература:

- 1 <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=29691>
- 2 <http://www.gipp.ru/opennews.php?id=29691>
- 3 <http://skazhu.kz/?p=51>
- 4 <http://tengrinews.kz/internet/202750/>
- 5 <http://rus.ruvr.ru/2011/06/24/52356688.html>
- 6 <http://newskaz.ru/society/20110110/1037337.html>

Осы мақалада автор Казнеттегі медиа ресурстардың қазіргі кездегі жағдайын көрсетеді. Копипаст пен ерекше порталдарды шынымен білмеуі, отандық порталдардың мәселелері қарастырылады. Отандық интернет ресурстар шетелдік радио, газеттердің баламаларымен салыстырылады. Тұтас алғанда Казнеттегі медиа кеңістіктегі мәселелерден басқа, автор медиа нарықтың әрі қарай дамуына және кеңеюінің алғышарттарын атап, жаңа сапалы медиа жобалардың жас энтузиастардың, блоггерлердің дамуын көрсетеді.

In this article the author shows the current situation of media resources in Kaznet. The problems of local portals have been researched: problem of copy-pasting and missing really original portals from the user's view. Author compares the domestic resources of the Internet radio, newspapers with foreign counterparts. In addition to general problems in the media space of Kaznet, the author

notes the preconditions for further development and expansion of influence on the media market: the creation of qualitatively new media projects by young enthusiasts, developing blogs.

Л. Байтерекова  
**СМИ и молодежь**

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 654.19; 002.2

**Аннотация.** На сегодняшний день мы не можем представить свою жизнь без средств массовой информации. Мы постоянно следим за новостями по телевизору, читаем интересные статьи в прессе, общаемся с друзьями в интернете. Т. к. большинство населения это молодежь и она является ярым потребителем СМИ, а СМИ в свое время имеет влияние на молодежную аудиторию. Также мы выяснили, что существует позитивное и негативное медиа-воздействие на молодых людей, и все чаще сейчас говорят о негативном воздействии средств массовой информации, которое выражается в их неадекватном поведении в обществе. И для того чтобы негативного влияния было меньше, я считаю, что нужно ввести цензуру, независимо кому от этого будет не выгодно и не смотря на то, в каком обществе мы живем.

**Роль СМИ. Негативное влияние.**

Живя в современном мире, мы постоянно сталкиваемся со средствами массовой информации. Они настолько прочно основались в нашей повседневной жизни, что мы даже представить себе не можем своего существования без них. Для нас стало, довольно, обыденным смотреть последние новости по любимому телеканалу, узнавать счёт футбольного матча на спортивном сайте через Интернет, слушать прогноз погоды на день на волнах любимейшей FM-радиостанции.

Но какую роль СМИ занимают в жизни современного человека? Какой характер имеет влияние СМИ на образ жизни людей, на их поведенческие стереотипы, привычки и т.д.? И, вообще, существует ли это влияние?

Я считаю, что проблема влияния средств массовой информации на поведение молодежи - очень актуальна в нашем современном обществе, т. к. на сегодняшний день большую часть населения составляет молодежь (более 60%), а СМИ является «четвертой властью», которая имеет огромное влияние на формирование мнения молодежи, на воспитание подростков и т.д.

Молодежь - это такая социальная группа, которая по максимуму использует СМИ и жадно черпает информацию разного содержания. Потому что молодые люди очень любознательны и хотят быть в курсе всех событий, происходящих не только в их городе, но и во всём мире. Молодежь проявляет заинтересованность информацией, и это - факт.

Современный подросток, молодежь оказываются включенными в новую как для него, так и для общества реальность, которую он осваивает спонтанно, часто без целенаправленной помощи

наставников. Эту роль «наставников» в медиатизированном обществе берут на себя различного рода посредники в виде средств массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, интернета, мобильной связи. Они становятся сегодня для молодежи естественной средой обитания и имеют большое значение в социализации личности [1].

Т. е. здесь автор говорит о том что «нас» с самого начала не предостерегают от каких-либо программ или телепередач. Нынешняя молодежь настолько свободна при выборе тех или иных медиа средств (т. к. есть из чего выбирать, будь это интернет или же телерадиовещание).

Французский молодежный телесериал. (1992-1994)

Средства массовой информации создают двойственное взаимоисключающее влияние на образ жизни молодого человека: с одной стороны, они выступают как фактор, стимулирующий формирование здорового образа жизни у молодежи, с другой - провоцируют развитие вредных привычек, химических зависимостей, способствуют развитию психологического дискомфорта и пр.

Существует мнение, о том, что не следует преувеличивать роль СМИ в формировании образа жизни молодежи, списывая все существующие в молодежной среде проблемы на счет «тлетворного влияния запада» и коммерциализации радио, телевидения и прессы. В советские времена, когда в СМИ не было абсолютно никакой рекламы, а цензура не пропускала ничего, что могло бы отрицательно сказаться на личности или образе жизни молодого человека, в Украине имели место такие явления, как курение, пьянство, и беспорядочные

половые связи. То есть не только СМИ сегодня ведут к тому, что значительная часть населения ведет нездоровый образ жизни. В тоже время роль СМИ в формировании образа жизни нельзя недооценивать. Однако нельзя не отметить, что именно в последнее десятилетие огромные средства, вкладываемые международными и украинскими корпорациями в рекламу сигарет и алкогольных напитков, не идут ни в какое сравнение с финансированием программ, статей, передач, посвященных формированию здорового образа жизни молодежи [2].

Если говорить о характере влияния СМИ на молодежь, то можно выделить два характера воздействия. Дело в том, что СМИ могут производить как позитивное, так и негативное воздействие на молодых людей. Таким образом, средства массовой информации имеет две стороны влияния, как две стороны медали. Давайте проследим характер этого влияния на примере такого СМИ, как телевидение.

Социологические исследования последних десятилетий, которые проводились и в нашей стране, и за границей, неоднократно подтверждали, что в структуре детского и молодежного производства лидирует просмотр телепередач как наиболее доступная, универсальная форма проведения свободного времени. По мнению исследователей, сильнейшее воздействие телевидения производится на формирование представлений о современном состоянии общества, об уровне существующей в нем справедливости и наиболее типичные характеристики современного представителя. В меньшей мере СМИ (а конкретнее телевидение) влияют на формирование разных граней общественного идеала, связанных с представлениями про идеальный способ жизни, идеальный общественный строй, идеал социальной справедливости и желанные качества человека.

Выходит, можно утверждать, что именно СМИ в лице телевидения, транслируют модели, стили и образцы сознания и поведения.

**Негативное влияние.** В наше время особой остроты обрела проблема телевизионного насилия. Практически во всех современных сериалах, фильмах и даже мультфильмах существует насилие. Термин «телевизионное насилие» давно используется в научном лексиконе и объединяет в себе демонстрацию нанесения повреждения или ущербов персонажам телевизионных программ или фильмов. Я считаю, что все же теленасилие есть причина последующей агрессии.

СМИ являются также источниками пошлой информации, порнографии. В телевидении транслируется множество эротических фильмов, которые развращают, опошляют современную молодежь. Страшно то, что эту пошлость, нечистоту мы видим не только по телевидению, но и в газетах, журналах, в сети Интернет - везде. И видите ли, если какой-либо видео ролик или же фильм не сопровождается какими-либо сексуальными актами, то это видео не продаваемо и не интересное.

Помимо негативного влияния СМИ на молодежное поведение, можно выделить несколько **позитивных моментов:**

- СМИ держат молодежь в курсе всех происходящих событий, таким образом удаляя «информационный голод»;
- средства массовой информации повышают общую, в том числе и политическую культуру населения;
- служат для взаимного информирования властей и населения;
- снимают социальную напряженность [3].

Но все выше перечисленные проблемы касаются подростков 13-15 лет, т.к. они являются всеядной телеаудиторией. В этом возрасте им все интересно, у них появляются кумиры (певцы, актеры, спортсмены), которым они подражают.

Но передач, адресованных молодежи, тем, кому от 17 до 25, на ТВ практически нет. Этому возрасту уже не интересны сопливые «звезды» с пирсингом на пупке или поцелуйные истории «Элен и ребят». И пока еще не интересны мыльные мелодрамы, стриптиз вокруг столба и сплетни про знакомых В. Вульфа и О. Пушкиной. Криминал и чернуха отторгаются в принципе - их в реальности достаточно. А что нужно?[4]

Действительно, а что нужно нам? Ответы на серьезные жизненные вопросы. Самая распространенная претензия (помимо, конечно, бесплодного негодования на рекламу): отсутствие познавательных программ. Устройство мира и место человека в этом мире; отношения индивидуума и коллектива; загадки и противоречия истинной любви; пути к семейному счастью и духовные горизонты несчастья - вот, что заботит нас больше всего. Нам необходимо реальное знание.

А не все эти реалити-шоу типа «Дом2» или же программы на «Муз-ТВ» с денежными выигрышами, они настолько выжиты и однотипны, построены на фальши и хотят, чтобы мы поверили в это. Но, к сожалению, все эти телепрограммы также смотрят и

дети, и подростки, а СМИ задают характерные для современной массовой культуры идеальные личностные образцы и нормы поведения, которые проецируются на молодежную субкультуру и тем самым присваиваются подростками, формируя их ценностные ориентации и реальное поведение. В этой связи особый интерес представляет анализ как позитивных, так и негативных моделей социального поведения, которые распространяются через каналы СМИ, поскольку это имеет прямое отношение к пониманию содержательного контекста и механизмов социализации подростков.

Можно проследить существенное противоречие в ценностных установках молодых людей: с одной стороны, на уровне сознания декларируется стремление к личной независимости, хорошим и стабильным межличностным отношениям, к созданию семьи и получению достойной работы; с другой стороны, по результатам факторного анализа просматривается четкая ориентация на западные стандарты жизни. Телевидение в данном контексте играет существенную роль в формировании ценностных установок молодых людей. Поскольку молодежь достаточно обособлена в культурном плане от старшего поколения, то телевидение, использующее в своих трансляциях западные передачи и фильмы, успешно продвигает западный образ жизни и восприятие мира [5].

Подводя итог моей статьи, можно сказать что влияние СМИ на поведение молодежи существует и оно достаточно существенное. Молодежь - это такая социальная группа, которая очень сильно поддается влиянию масс-медиа. Также мы выяснили, что существует позитивное и негативное медиа-воздействие на молодых людей, и все чаще сейчас говорят о негативном воздействии средств массовой

информации, которое выражается в их неадекватном поведении в обществе.

Я считаю, что социолог, обратившись к проблеме влияния СМИ на молодежь, должен изучать способы уменьшения влияния негативного рода информации. Иначе у нашего нового поколения сформируются неправильные ценностные установки и будет грустно смотреть на их образ жизни. Необходимо, по-моему, ввести цензуру на фильмы с элементами насилия и эротики, на порно-материалы в журналах, газетах, TV и т. д.

Эту проблему нужно решать, не смотря на то, что кому-то это будет не выгодно, и не смотря на то, что мы живем в демократическом обществе. Здоровый образ жизни, высокий реализованный интеллектуальный потенциал, глубина доброй морали должны, в первую очередь, характеризовать наше молодое поколение.

#### Литература:

- 1 Жилавская И. В. Влияние СМИ на молодежь // Медиаобразование: от теории - к практике / сост. И.В. Жилавская. - Томск: Изд-во Томск. ин-та информационных технологий, 2007.
- 2 <http://www.health.gov.ua/www.nsf/maindocs/homecir?opendocument>
- 3 Сафиуллин Л. К. Социология средств массовой информации.
- 4 Иконников-Галицкий А. Молодежь и СМИ: брак по расчету. Невское время.
- 5 Молодое поколение и телевидение / Никитина О.Н., Лыкова С.Н., Таскина Е.А., Ночевная Ю. С. (результаты и выводы из исследования в Краснодарском крае, 2003 г.).

Қазіргі таңда біздің өмірімізді бұқаралық ақпарат құралдарынсыз елестету мүмкін емес. Біз күн сайын теледидардан жаңалықтар тыңдап, баспасөздегі қызықты мақалаларды оқимыз, достарымызбен интернет арқылы сөйлесеміз. Өйткені қоғамның басым бөлігі - жастар және олар БАҚ-тың тұрақты қолданушылары, ал БАҚ өз кезегінде жастар аудиториясына эсер етеді. Сондай-ақ біз медианың жастарға жағымды және жағымсыз әсерін анықтадық және көп жағдайда жастардың қоғамдағы теріс мінез-құлықтары арқылы көрініс табатын БАҚ-тың кері әсері туралы айтылуда. Сондықтан медианың кері әсерін азайту үшін біреуге тиімсіз болатынына немесе қандай қоғамда өмір сүріп жатқанымызға қарамастан, цензураны енгізуді қажет деп есептеймін

In these days we cannot imagine our life without mass-media. We always watch news, read interesting articles in news-papers, and communicate with friends by the internet. So the majority of the population is youth and they are avid consumer of media, and mass-media have influence to young audience. Also we clear up that media influence can be positive and negative to young people, and now they say about negative effect of mass-media, which appear in their unequal behavior in society. And in order to negative impact will be less, I think that should to censor, independently whom it will be not profitable and although what kind of society we live.

Ж. Сланова

## Суретші тұлғасын дамытудағы академиялық пәндерден өзіндік жұмыстың маңыздылығы

Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 070

**Андатпа.** Жоғары оқу орнындағы жекелендіру оқу технологиясы арқылы тиімді түрде жүзеге асатын оқуды ұйымдастырудың негізгі формасы - өзіндік жұмыс мәселелері көтеріледі. Студенттердің өзіндік жұмысы идеясының тарихи дамуы және қазіргі кезде жоғары оқу орындарында оны тиімді пайдалану жолдарының бөлек қырлары көрсетіледі. Арнайы жоғары оқу орындарында негізгі пәндерден студенттердің өзіндік жұмысын ұйымдастыру оқу мен шығармашылық ісінде белсенділігін арттырудағы маңыздылығы ашылады.

### Академиялық сурет. Психология. Философия.

«Сурет - кез келген бейнелеу өнерінің қайнар бұлағы, жаны, кез келген ғылымның түп тамыры болып табылады. Оны меңгеріп, кере-меттей нәтижеге қол жеткізгенге, мен, ол адам аса бағалы қазынаның иесі, деп айта аламын» (Микеланджело) [1].

«Қандай да болсын бейінді суретшілер үшін кәсіби білім беру жүйесінің негізі «Академиялық сурет» пәні болып табылады» [2].

Қазіргі заманда студентті жоғары сапалы маман ретінде әзірлеу өзекті мәселе болып келеді. Осыған байланысты, Қазақстан Рес-публикасындағы білім беруді дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдар-ламасында келтірілген ұстанымдарды қарас-тырғанымыз жөн:

Қазақстандық білім беруді жаңғыртуды жалғастыруды қамтамасыз ететін Қазақстан Республикасындағы білім беруді дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағ-дарламасы (бұдан кейін - Бағдарлама) Қазақстан Республикасының мемлекеттік саясатын жүзеге асырудың ұйымдастырушылық негізі болуы тиіс.

Бағдарлама білім беру жүйесіндегі мем-лекеттік саясаттың ұйымдастырушы негізі ретінде білім берудің, басқару жүйесінің, білім беру қызметі субъектілерінің құқықтық-ұйымдастырушылық формаларының және экономикалық-қаржылық механизмдерінің құ-рылымындағы, мазмұны мен технологияларын-дағы өзгерістерді құрайтын ресурстары мен мерзімі бойынша бір-бірімен байланыстағы ша-ралар кешені болып табылады.

Қазақстан Республикасындағы мемлекет басшылығының адам капиталын дамытудың маңыздылығы мен қажеттілігін және білім беру жүйесін реформалауды бастау мен жүргізуге жан-жақты қолдау көрсетуінің нәтижесінде білім беруді прогрессивті дамыту мен модерни-зациялау мүмкін болып отыр.

Білім беру ұзақ мерзімді «Қазақстан - 2030» Стратегиясының негізгі приоритеттерінің бірі болып отыр. Қазақстандағы білім беру реформаларының ортақ мақсаты білім беру жүйесінің жаңа әлеуметтік-экономикалық ортаға бейімделуі болып табылады. Қазақстан Президенті әлемдегі бәсекеге қабілетті 50 елдің қатарына республиканы кіргізу туралы мақсат қойған болатын. Осы мақсатты жүзеге асыруда білім беру жүйесін дамыту маңызды рөл атқарады.

Жеке тұлғаның дамуының, мәдениаралық алмасулардың, пікірін еркін білдірудің, жаңа-шыл жобаларды, шығармашылық ойларды іске асырудың түпқазығы ретінде Қазақстанда қолайлы орта қалыптасқан. Бұл, өз кезегінде, жас ұлттың талаптары мен қызығушылығына ба-рынша жауап беретін білім берудің прогрессивті жүйесін қалыптастырумен анықталады. Осы-лайша, Қазақстанның қазіргі даму кезеңінде білім беру негізгі рөл атқарады.

Республикадағы орта білім берудің сапа-сы мен тиімділігіне кері әсер ететін факторлар - ескірген әдістемелік білім беру мазмұнын таңдау үрдісі, оқуға деген ынтаны төмендететін және оқушылардың денсаулығын нашарлататын ақпараттың шамадан тыс болуы, тұлғаның да-муына емес үстірт нәтижелер алуға бағытталу, оқу жетістіктерін бағалаудың ескірген жүйесінің сақталуы болып табылады [3].

Осылай, оқытушы алдында, студентті өзінің теориялық немесе практикалық жағынан бол-сын, көздеген нысанасына жетудегі қиын-шылықтарды шешу үшін, шығармашылық жол-дарын табуға ынталандыру мақсаты туындап тұр. Оқытудың және тәрбиелік іс-әрекет ұйым-дастырудың жаңа әдістері, студенттерге педа-гогикалық әсер етуін оңтайландыру, еңбекке шығармашылықпен қарау, студенттердің ойлау қабілетін дербестікке және



шығармашылыққа белсендіру, тұлға ретінде дамыту талаптары алдыңғы қатарға шықты.

Оқу іс-әрекеті барысында ескірген әдіс-тәсілдерді қолдану, бүгінгі таңда өз актуальдігін жойды.

Өзіндік жұмыстың студенттің кәсіби ма-ман ретінде қалыптасуындағы әсері, бұл білім жүйесі бөлімінің көп қызметтілігімен анық-талады және оқытудың жекелендіруін, шығар-машылық қабілетін жетілдіруін, оқытушы мен оқушының бірлескен іс-әрекетімен себепте-летін педагогикалық процестің стратегиясын айқындайды.

Философияда жеке даралық, деп «жеке индивидтің мәнін көрсететін айрықша сапа мен ерекше қасиеттердің жиынтығын» түсінеді.

Психология барлық индивидтерге тән психикалық қасиеттермен қатар, жеке-типологиялық қасиеттерді зерттейді. Бұл - танымдық, қызулық, ерікті психикалық процестердің кез келген дәрежесінің зерттеуінде есеп-ке алынады. С.Л. Рубинштейн жеке адамның психикалық қасиеттерін есепке алумен бірге, жеке психикалық қасиеттердің өзі, жеке алғанда, оқу процесінің барысында дамытынын ескереді: «Психикалық қасиеттер - бастапқыдан беріліп қойған нақты шындық емес; олар адамның қыз-метінің процестерінде қалыптасып дамиды».

Педагогикалық көзқараста, жекелендіру -бұл өсіп келе жатқан адамның өзін басқалардан ерекшелігі мен айырмашылығын тануға; руха-ни көзі ашылу үшін өз әлсіздігі және өз күші, өмірдің меншікті мағынасының дербес таңдауы үшін себепші болатын құралдардың жүйесі.

«Жоғары оқу орнындағы жекелендіруді өте тиімді түрде жүзеге асыратын оқуды ұйымдастырудың негізгі формасы өзіндік жұмыс бо-лып табылады» [4].

«Өзіндік жұмыс бәрінен бұрын басқа оқу жұмыс түрлерінің міндеттерін аяқтайды. Адамның ешбірбілімі, егер деол өзініңқызметінің объектісіне айналмаса, қажетті нәтиже бере ал-майды», - дейді Петровский. (1, 129 б). Өзіндік жұмыс жасай білудің негізі, алғашқы дағдысы мектепте қалануы тиіс. Мектептен жаңа оқу орнына келген студент, өз бетімен жұмыс жа-сау қабілеттілігі төменділігінен, жұмыс жасау тәсілдерін білмегендігінен көп қиналады.

Олай болатын болса, ғылыми негіздегі ұйымдастырылған студенттердің өздік жұмысы мен студенттердің оқу-танымдық әрекеттерін басқару

жұмысы олардың саналы белсенділігін, жоғары оқу-кәсіби мотивациясын, оқу процесінің сапасын қамтамасыз етеді [5].

Студенттердің дайындық дәрежесін жетілдіруін анықтайтын қоғамдық сұраныс пен қазіргі кездегі студенттердің даярлығы арасындағы қарама-қайшылық басты орын алып тұр. Осы қайшылықтың іс жүзінде пай-да болуының өзі студенттерді дайындау прак-тикасында аса ірі проблема болып табылады. Бұл проблеманы шешудегі СӨЖ-дің атқаратын қызметі зор.

Өзіндік жұмыстың студенттің кәсіби маман ретінде қалыптасуындағы әсері, бұл білім жүйесі бөлімінің көп қызметтілігімен анықталады және оқытудың жекелендіруін, шығармашылық қабілетін жетілдіруін, оқытушы мен оқушының бірлескен іс-әрекетімен себептелетін педагогикалық процестің стратегиясын айқындайды. Студенттердің өзіндік жұмысының басты ерекшелігі, өзінің ашық түрде бейнеленген жекеленген сипатынан көрініс табады. Ол студенттің жеке ерекшеліктері мен жан-жақты іс-әрекетін түрлендіріп, біріктіру мен қатар оның ішкі және сыртқы факторлары болып та-былатын үздіксіз өзгеру мен дамуды қамтамасыз етеді. Оқу үдерісін ұйымдастыру бойынша жүргізілетін шаралар барысында, оқушылардың жеке ерекшеліктерінің есепке алынуы әрбір оқушының потенциалдық мүмкіндіктерінің іске асырылуы үшін ұтымды шарттарды жасауға мүмкіндік береді. Жекелендіру жалпы есептер мен оқу мазмұны есептерін шешу нысанасымен ұжымдық оқу шеңберінде іске асады.

Оқушылардың жеке ерекшеліктерін есеп-ке алу мәселесі психология-педагогикалық ғылымдар үшін дәстүрлі болып келеді. Іс жүзінде практикалық оқыту үдерісі, негізінен оқуға қабілеттері орташа студенттерге бағдарланған, сол себепті, оқу барысында өз потенциалын асыра алу әр баланың қолынан келе бермейтін зат. Жекелендіріп оқыту - бағдарламалар анық-тайтын, оқу іс-әрекетінің деңгейі мен сту-денттердің шынайы мүмкіншіліктері арасын-дағы сәйкессіздікті жеңуге бағытталған. Сту-денттердің ерекшеліктерінің есепке алынуы кешенді сипатқа ие болады және оқытудың әрбір кезеңінде іске асырылады: мақсатты қабылдау кезінде, оқуды мотивациямен қамтамасыз ету-де, оқу мәселелерін шешуде, іс-әрекет жолдарын анықтау кезінде және тағы басқа. Тәрбие мен даму үдерістеріне байланысты ұйымдастыру жұмыстарының тиімділігін арттыру және бір жүйеге келтіру

мақсатында, жекелендірудің бөлек әдістерінің бірыңғай жүйеге интеграциялануы жүзеге асады. Студенттерді жаңа оқу материалын қабылдауға әзірлей отырып, оқытушы олардың дербес тәжірибесінен қандай білім мен хабар-мәліметтері қатыстырылуы қажет екендігін анықтайды.

Жекелендіру оқу материалын дифференциациялануын, орындау қиындығы және көлемі жағынан әртүлі тапсырмалар жүйесін әзірлеуін ұсынады. Оқу материалын жалпы (барлық оқушыларға арналған) және түрлендірілген (түрлі топтармен және бөлек студенттермен жұмыс істеуге арналған) деп бөліп көрсету орынды болады. Түрлендірілген материал және оның функциясы студенттің оқу іс-әрекеті бойынша алға қадам басуымен қатар өзгеріп тұрады: ол қосымша, көмекші және аралық бола алады. Жекелендірудің құралдары ретінде жеке және топтық тапсырмаларды қарастыруға болады. Әрбір тапсырма өзіне сәйкес іс-әрекет тәсілдерін бағамдайды, алайда олар шешілетін есепке әрдайым адекватты болмауы да мүмкін. Жекелендіру әрекеттер үлгісін көрсетуде, ашық көрсетуде іске асады. Кейін студенттер тапсырманы толығымен немесе жартылай өз бетімен орындайды. Студент алдында пайда болатын қиыншылықтарды оқытушы алдын ала болжауы керек және оларды жеңудің жолын көрсетіп, кеңес беруі қажет: бұрын талқыланып өткен материалды қайта оқып шығу, анықтама неме-се қосымша әдебиетке зер салып, ізденіс жасау және тағы сол сияқты. Оқытушы тапсырманы шағын бөлшектерге және кезеңдерге жиі бөледі.

Сонымен қатар студент үшін, әр келесі тапсырма тек қана алдыңғысы орындалу шартында ғана орындауға қол жетімді деңгейде болады. Мұндай тапсырмалар әлсіз студенттерге аудиторияның ұжымдық жұмысына жеңіл енуіне көмектеседі.

Кейбір студенттердің қабілеттері бүкіл курсқа қойылатын объективті тапсырыс деңгейінен жоғары болған жағдайларда, оқытушы жеке тапсырманың күрделілігін арттыра алады. Оқу тапсырмаларының күрделілігі, мазмұны мен іс-әрекет әдістері оқу формасының ұйымдасу формасын анықтайды: фронтальды, топтық және индивидуальды. Жалпы сынып (фронтальды) жұмыс түрі өзара алмасу, өзара байыту, эмоциялы «жұқтыру» мүмкіндігін жасау арқылы әр студенттің белсенділігін көтереді. Топтық жұмыс барысында оқытушы мен оқушы ара-сында жақынырақ байланысулар пайда болады,

эмоциялардың көрініс табуына, сұраныстардың ашылуына, қызығушылықтың дамуына жағдай жасалынады. Әрбір студентке мәлімет беру мазмұнының, әдістерінің түрлілігіне және көмек көрсетуге үлкен мүмкіндіктер береді. Оқу деңгейі мен бейімділігін есепке алу арқылы топ немесе курс студенттері бірнеше шағын топтарға бөлінеді. Барлық студенттер оқу тапсырмаларын зерттелетін тақырып аясында орындайды, бірақ жұмыс кезеңдері, іс-әрекет әдістері мен көмек беру мөлшері әртүрлі бо-лады. Жекелеген жұмыс оқу тапсырмасының мазмұны мен қиындық дәрежесін, іс-әрекет әдістерін дифференциациялауға мүмкіндік береді. Іс-әрекеттің жеке стилінің қалыптасуына қолайлы жағдай жасайды. Дербестік пен шығармашылықты қалыптастырушы көзі болып табылатын жекелендіру принципі студенттің өзіндік жұмысын дамытуда маңызы зор. Осын-дай қабілеттердің қалыптасқандығы нәтижесінде алынған ақпаратты қорытындылау, оны есте сақтаудың шығармашылық жолдарын іздестіру, кәсіби мәнділігі бар мағлұматтарды жинақтау және пайдалану іске асырылады.

Соңғы кезде, студенттердің өзіндік жұмысы жоғары оқу орнындағы оқу үдерісінде алатын орнына байланысты зерттеулердің саны едәуір өсіп кетті. Бар басылымдарда студенттердің түрлі сабақтардан өзіндік жұмыстың ұйымдасуынан алдыңғы қатарлы тәжірибесі туралы ақпарат жалпылай жиналған.

Студенттердің өзіндік жұмысы дамуының бөлек қырларына сонау Ежелгі Грекияда және Қайта өрлеу заманының өзінде біршама назар аударылған болатын. Бұл мәселе Сократ, Платон, Ф. Рабле, М. Монтен, Я.А. Каменский, Леонардо да Винчи жұмыстарында көрініс тапқан.

XVIII - XIX ғғ. И. Гербарт, А. Дистер-вег, Ж.Ж. Руссо, И.Г. Песталоцци, Л. Тэдд, Л. Пранг, Ж.-О.-Д. Энгр және Ресейлік А.И. Герцен, Н.Г. Чернышевский, А.А. Добролюбов, К.Д. Ушинский, К.П. Брюллов, П.П. Чистяков, А. К. Саврасов, И.Н. Крамской, В.Г. Перов, сияқты ғалымдар мен суретшілер осы проблема-ны шешу жұмысына үлесін қосқан.

XX ғасырда өзіндік оқу іс-әрекеті даму мәселесіне Д. Дьюи, Р. Кузине, С. Френэ, А.В. Чичерин, А.В. Луначарский, Н.К. Крупская, В.А. Сухомлинский, П.П. Блонский, С.Т. Шацкий, Д.Н. Кардовский, К.Ф. Юон деген ғалымдар аса көп назар бөлген.

Жоғары мектеп дидактикасында студенттің өзіндік жұмысын С.И. Архангельский, В.И. Загвязинский, И.Т. Огородников, Н.Д. Ни-кандров, В.А. Слостенин және басқа авторлар жұмыстарында қарастырған.

«Өзіндік жұмыс мәселесі бойынша біршама алыс және таяу шетел ғалымдары өз зерттеу жұмыстарының нысанасы еткен. Мәселен, Ю.К. Бабанский, И.Я. Лернер, П.И. Пидкаси-стый, Л.В.Усова т.б. өзіндік жұмыс түрлері мен мазмұнын жан-жақты зерттеген.

Жоғары оқу орындарында студенттердің өзіндік жұмысын ұйымдастырудың ерекшеліктерін Г. Ахметова, Н. Асанов, А.К. Сады-кова, К.Л. Гончарова қарастырды.

Сонымен қоса, жоғары мектеп дидактика-сының тұрғысынан студенттердің өзіндік жұмыстарын ұйымдастырудың мәнін ашуға А.Е. Абылқасымова, Н.А. Адельбаева, С.И. Архангельский, М.В. Буланова-Топоркова, М.Г. Га-рунов, И. И. Кобыляцкий, Р. А. Низамов еңбектері арналды.

«Өзіндік жұмысты оқу үдерісінде жүйелі түрде қолдану қажеттігі және жүйелік әдістің тиімділігі мен аспектілері У. Абдукаримова, В.К. Буряк, Т.Т. Галиев, Е.Я. Голант, К. Дүй-сенбаев, Б.П. Есипов, Р.М. Микельсон, Е.С. Саб-лик, М. Н. Скаткин еңбектерінде негізделді.

Жоғары оқу орындарындағы өзіндік жұмысты ұйымдастыруда туындайтын қарама-қайшылықтар және оны ұйымдастыру тиім-ділігінің төмендігі жайында О.А. Абдуллина, Н.Г. Бакрадзе, С.И. Архангельский еңбектерінде айтылады.

Педагогикалық әдебиеттерде алғаш өзіндік жұмыс мәселелері В.К. Буряк, Е.Я. Голант, Б. П. Есипов, Р.Г. Лемберг, Р.М. Микельсон, И.И. Пидкасистый, Е. С. Саблик, М.Н. Скаткин еңбектерінде зерттелініп, оқу үдерісінде білім алушылардың өзіндік жұмысын жүйелі түрде қолдану негіздері қарастырылды.

Л. И. Заякинаның пікірінше, ғылыми білімді игерудегі студенттің өзіндік жұмысы жоғары оқу орнының оқыту үдерісінің жетекші формасы болуы қажет, ал оны белсендіру, жүйелі түрде басқару және әдістемелік жағынан жетілдіру басты дидактикалық қағидалардың бірі болуы қажет, өйткені оны жүзеге асыру кәсіби даярлау сапасын арттыруға әсер етеді. Студенттің өзіндік жұмысын ұйымдастырудың мәнін дидактикалық тұрғыдан ашуға А.Е. Абылқасымова, Н.А. Адель-баева, С.И. Архангельский, М.В. Буланова-Топоркова, М.Г.

Гарунов, И.И. Кобыляцкий, Р.А. Низамов, П.И. Пидкасистый еңбектері ар-налды». [6].

Алайда студенттің арнайы пәндерді игеру-дегі өзіндік жұмысын ұйымдастыру теориялық және практикалық жағынан әлі де жеткілікті зерттелмеген сұрақ.

Арнайы пәндерден академиялық сабақтар студенттің біліктілігі мен білімділігін белгілі шамада арттырады. Бірақ бұл үлестің, оқыту үдерісінде студенттің өзіндік жұмысы жүйелі түрде ұйымдастырылғанда, әр қызмет түрінің өз орны нақты анықталып жүргізілетін кезде ғана мәнділігі ашылады.

Арнайы жоғарғы оқу орындарында негізгі пәндерден студенттердің өзіндік жұмысын ұйымдастыруға, оқу мен шығармашылық ісінде белсенділігін арттыруға арналған, ғылыми тұрғыдан дәлелденген, қаулылардың құрылуының айрықша маңыздылығына көз жеткізе аламыз.

Біздің замандасымыз, неміс ғалымы Д. Д. Роланд: «Пән бойынша жақсы білім деңгейі не-месе көп жылдық жұмыс болсын - еш қайсысы сәттіліктің кепілі емес. Ең маңыздысы -сабақтың әдістемелі түрде ұйымдастырылуы. Педагогикалық шеберліктің сынамалы тасы осында жатыр» деп сомдаған болатын.

Қазіргі кезде, барлық академиялық пән-дерден жүйеленген, бағытталған және жақсы ұйымдастырылған, студенттің өзіндік жұмысы үлкен мәнділікке бөленуі қажет. Сонымен қатар студенттің дайындық деңгейіне заманауи сұраныс сипаты суретші маманның кәсіби жетілдірілуінің жаңа жолдарын іздестіру қажет-тілігін анықтайды.

#### Әдебиеттер:

- 1 *Дажина В.Д.* Микеланджело. Рисунок в его творчестве. - М., 1986.
- 2 *Кравцов Д.В.* Академический рисунок как базовая основа профессиональной подготовки будущих художников традиционного прикладного искусства. - М., 1992.
- 3 Қазақстан Республикасындағы білім беруді дамытудың 2011-2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы. - Алматы, 2011.
- 4 *Шунайлова С.А.* Индивидуализация самостоятельной работы студентов на основе уровня их информационной культуры. - М., 1996.

5 *Нигметжанова Г.К.* Студенттің өзіндік жұмыстарын тиімді ұйымдастыру // ҚАЕУ хабаршысы. - Алматы. №1 - 2008.

6 *Исмаилова Р.Б.* Өзіндік жұмыс арқылы студенттердің кәсіби бағыттылығын қалыптастыру. - Қазақстан Республикасы. -Түркістан, 2010.

В статье автор рассматривает проблемы самостоятельной работы студентов как формы организации обучения в высших учебных заведениях с помощью технологии индивидуализации обучения. Показано историческое развитие идеи самостоятельной работы студентов и отдельные аспекты её организации в высших учебных заведениях, значимость самостоятельной работы для активизации учебно-творческой деятельности студентов.

The problems of independent work as an organization form of education in higher educational institution with the help of individualization are raised. Historical development of ideas of students' independent work and separate aspects of advantage organizing it in higher educational institutions are shown. The importance of organizing students' independent work in special higher educational institutions for activation educational-creative activity is opened.

И. Тургунбаев

### **Безопасность жизнедеятельности на полиграфических предприятиях**

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 002.2

**Аннотация.** Автор в своей статье рассматривает основы безопасности жизнедеятельности на полиграфических предприятиях. Детально разбираются санитарно-гигиенические требования к устройству и содержанию полиграфических предприятий, значения температуры, относительной влажности, скорости движения воздуха на рабочих местах, пожароопасность производства, анализируются травмоопасности технологического процесса, в таблице приводятся возможные травмы при выполнении операций технологического процесса.

#### **Полиграфическое предприятие. Пожаровзрывоопасность веществ.**

Санитарно-гигиеническое благоустройство и состояние территории полиграфического предприятия много значат в создании здоровых, безопасных условий труда и высокой культуры производства. Эти мероприятия играют также большую роль в защите населения от вредного воздействия производственных выбросов (газов, пара, пыли, сточных вод и т.д.), загрязняющих окружающую воздушную среду, почву и водоемы, а также с вредным воздействием шума и других неблагоприятных факторов [2].

Производственные здания предприятий, расположенные в промышленных зонах, допускается проектировать одноэтажными со сплошной застройкой, а здания предприятий, расположенных в пределах городской селитебной территории - многоэтажными. Объем производственных помещений и площадь на одного работающего должны составлять, соответственно, не менее 15 м<sup>3</sup> и не менее 4,5 м<sup>2</sup>.

Высота потолков выбирается в зависимости от характера технологического процесса. Для удаления избыточной теплоты, влаги и газов она должна быть не менее 3,0 м.

Необходимо изолировать или размещать в специальных помещениях производственные процессы, сопровождающиеся шумом, вибрацией, выделением пыли, вредных паров и газов. Также нельзя размещать конторские помещения и невредные цеха и отделения над вредными.

Ширина основных проходов внутри цехов и отделений должна быть не менее 1,5 м, а ширина проездов - 2,5 м. Ширина ворот на путях внутрицехового транспорта должна на 600 мм превышать ширину транспортных средств, а высота - на 400-500 мм их высоту.

Двери и ворота, ведущие непосредственно во двор, следует оборудовать тамбурами или воздушными (тепловыми) завесами. Ширина

тамбура должна быть больше ширины дверей на 300 мм, а ширина ворот - на 600 мм с каждой стороны.

Полы на полиграфических предприятиях должны быть износостойкими, упругими, теплыми, нескользкими, непылящими, плотными, гладкими, легко поддающимися чистке.

Важное значение для здоровых и безопасных условий труда имеют рациональное размещение основного и вспомогательного оборудования, производственной мебели, а также правильная организация рабочих мест. Порядок размещения оборудования и расстояние между машинами определяются их габаритами, технологическими требованиями и требованиями техники безопасности. Во всех случаях к оборудованию, имеющему электропривод, должен быть свободный подход со всех сторон шириной не менее 1 м со стороны рабочей зоны и 0,6 м - со стороны нерабочей зоны.

Для хранения в цехах материалов, полуфабрикатов и готовой продукции должны предусматриваться специально отведенные места.

В составе каждого предприятия имеются вспомогательные помещения, которые включают в себя: санитарно-бытовые помещения (гардеробные, душевые, умывальные, комнаты личной гигиены, курительные, туалеты и др.); помещения медицинского профиля (медпункты, здравпункты); помещения общественного питания (комнаты приема пищи, столовые); помещения культурного обслуживания (красные уголки, библиотеки); административные помещения (заводоуправления).

Санитарно-бытовые помещения следует размещать с максимальным приближением к рабочим местам, чтобы не было встречных потоков людей, а также переходов через производственные помещения с вредными выделениями, не отапливаемые части зданий и открытые пространства.

Душевые должны размещаться в комнатах, смежных с гардеробными, у внутренних стен.

Умывальные устраивают в смежных с гардеробными комнатах или в гардеробных. Расстояние между кранами должно быть не менее 0,65 м.

Туалеты размещают, как правило, на каждом этаже на расстоянии не более 75 м от наиболее удаленных мест.

Помещения для отдыха проектируют из расчета 0,2 м<sup>2</sup> на одного работающего в наиболее многочисленной смене, но не менее 18 м<sup>2</sup>. Они

оборудуются умывальниками, устройствами питьевого водоснабжения и электрокипятильниками.

Курительные размещаются, как правило, смежно с туалетами и на расстоянии от рабочих мест не более 75 м. Их площадь определяется из расчета 0,03 м<sup>2</sup> на одного мужчину и 0,01 м<sup>2</sup> на одну женщину, но не менее 9 м<sup>2</sup>.

Здравпункты размещают на первых этажах вспомогательных или производственных зданий. Расстояние от наиболее удаленных рабочих мест до здравпункта не должно превышать 1000 м [2].

Площади некоторых других вспомогательных помещений принимаются из расчета: рабочие комнаты управлений и контор - 4 м<sup>2</sup> на одного служащего, конструкторского бюро - 6 м<sup>2</sup> на один чертежный стол, залы заседаний вместимостью до 100 человек - на 1,2 м<sup>2</sup> на одно место, а вместимостью более 100 человек - по 0,9 м<sup>2</sup> на каждое место свыше 100.

Кабинеты по технике безопасности при сплочном числе работающих: до 1000 - 25 м<sup>2</sup>, от 100 до 2000 - 50 м<sup>2</sup>, от 3000 до 5000 - 75 м<sup>2</sup>, от 5000 до 10000 - 100 м<sup>2</sup>.

При выполнении производственных процессов и работе оборудования возникают опасные зоны. Опасная зона - это пространство, в котором возможно воздействие на работающего опасного или вредного производственных факторов [4].

При проектировании производственного оборудования конструктор выявляет все возможные опасные зоны и предусматривает соответствующие технические средства безопасности, исключающие возможность входа человека в опасную зону.

К техническим средствам, обеспечивающим безопасность труда при эксплуатации оборудования, относятся: ограждения, предохранительные и тормозные устройства, блокировки, сигнализация, дистанционное управление и специальные устройства безопасности.

Ограждения производственного оборудования предназначены для защиты работающих от опасности, создаваемой электрическим током, движущимися частями оборудования, изделиями, заготовками, брызгами химических веществ, растворов и т. п.

Ограждение, крепящееся на корпусе оборудования, должно составлять с ним органическое целое, не должно занимать лишней площади,

ограничивать технологических возможностей оборудования и тормозить работу.

Ограждения могут быть сплошными, сетчатыми, из прозрачных материалов и комбинированными. Предпочтительнее сплошные ограждения.

Ограждения рабочих зон машин, где необходимо наблюдать за процессом работы, например, на приемном столе печатной машины, выполняются из прозрачного материала - спецстекла [1].

Прочность ограждения устанавливается с учетом нагрузки, определяемой по усилиям воздействия на ограждение работающего, разрушающихся частей оборудования или возможного выброса вредных веществ. Ограждения изготавливают и устанавливают с точностью, исключающей перекося или смещение относительно положения, обеспечивающего его защитную функцию. Откидные, раздвижные и съемные ограждения в защитном положении не должны самопроизвольно перемещаться. Ограждения, открываемые вверх, должны фиксироваться в открытом положении.

Оборудование с элементами, требующими особого внимания, должно иметь ограждения с автоматической блокировкой, обеспечивающей работу оборудования только при защитном положении ограждения.

Ограждения, которые необходимо открывать вручную несколько раз в течение одной смены, должны иметь ручки, скобы и т. п.

Ограждения одновременно служат и экраном, исключая воздействие вредных излучений на работающих местах, а также устройством шумо- или теплозащиты и т. д. Ограждения служат средством технической эстетики, закрывая конструктивные элементы оборудования и придавая ему хороший внешний вид.

Предохранительные устройства служат для предупреждения аварий и поломок отдельных частей оборудования и связанной с этим опасности травмирования работающих.

Предохранительные устройства подразделяются на два вида: предупреждающие аварии, поломки и возгорания оборудования и связанную с ними возможность травматизма (это специальные реле, концевые выключатели, терморегуляторы и т.д.) и предохраняющие рабочего от попадания в опасную зону электронные и высокочастотные устройства,

блокировки, специальные приспособления для подачи материала в рабочую зону и др.

Предохранительные защитные устройства могут быть активными, которые автоматически, помимо воли человека, предупреждают возникновение опасности - предохранительные клапаны, терморегуляторы и т.д., и пассивные - световые и звуковые сигнализирующие устройства, манометры и т.п.

Предохранительные устройства не должны отвлекать внимания рабочего от технологического процесса, не отключаться самопроизвольно при рабочем ходе оборудования, исключать возможность включения машины при ее неисправности.

Специальные предохранители (автоматические выключатели, плавкие предохранители, реле и т. д.) предусматриваются в электрических цепях, питающих электроприводы станков, машин и служат для предупреждения несчастных случаев и возгорания. Автоматические выключатели отключают оборудование при повреждении изоляции электрических машин. Тепловые реле используют для предотвращения недопустимых перегрузок электродвигателей.

Пневмоконтракты применяются в оборудовании с пневматическим креплением обрабатываемых изделий (стереотипов и т.д.) для поддержания давления воздуха или жидкости не ниже установленного уровня, т. е. может включаться и выключаться в зависимости от давления и гидросистеме.

Терморегуляторы служат как для поддержания заданной температуры в нагревательных устройствах оборудования, так и для предупреждения образования вредных газов и паров при перегреве и возгорании.

Электроблокировки рекомендуется применять в виде контакта, расположенного на корпусе под крышкой или в дверцах ограждения, закрывающих опасную зону.

Механические системы блокировок для защиты от травм устанавливают перед травмоопасной зоной, где рука рабочего может находиться в какой-то части рабочего цикла машины. При соприкосновении упора с рукой включается тормозная система и машина останавливается.

Предохранительные козырьки следует устанавливать с целью защиты органов управления

(педалей) от включения при случайном падении тяжелых предметов.

Звуковая и световая сигнализация применяются для оповещения обслуживающего персонала о пуске оборудования, неисправностях или возникновении аварийных ситуаций при выполнении технологических процессов.

Световые сигнальные устройства следует располагать в местах, хорошо видимых с любого рабочего места.

Звуковые сигнальные устройства проектируют в случае, если световые сигналы не могут быть видны

обслуживающим персоналом с любого места на оборудовании.

Сигналы подаются автоматически перед возникшей опасностью и блокируются спусковыми или отключающими приспособлениями.

По статистическим данным, из общего числа несчастных случаев, происшедших при работе на полиграфическом оборудовании, около 50% приходится на печатные машины [3].

В таблице 1 приведены возможные травмы при выполнении операций технологического процесса.

Таблица 1

## Возможные травмы при выполнении операций технологического процесса

	Листовые ротационные машины	Рулонные ротационные машины
1	2	3
Операция технологического процесса	Цилиндры печатных аппаратов, регулировка красочного аппарата, чистка и наладка механизмов во время работы машины, зона самонакладки	Бумагопроводящая система, фальц-аппарат, зона зарядного и приемно-прессующего устройства
Возможные травмы	Травмы рук: ушибы, ранения, переломы, острые отравления, ожоги нагретыми частями оборудования	
Вредные выделения	Пары вредных веществ и материалов; керосин, бензин, спирт, противомарочные вещества	
Возможные профессиональные заболевания	Заболевания кожи, при воздействии на кожный покров вредных химических веществ. Заболевания опорно-двигательного аппарата (печатники, приемщики, резальщики). Близорукость (печатник, приемщик)	Поражение слухового аппарата
Предложения по повышению безопасности процесса	Создание соответствующего кондиционирования воздуха, замена вредных веществ безвредными, герметизация вредных процессов, снижение уровня шума и вибрации	Разработка безопасного оборудования, использование предохранительных приспособлений. Правильная организация, обучение и инструктаж по охране труда

На состояние человеческого организма большое влияние оказывает микроклимат в производственных помещениях. Микроклимат производственных помещений - это климат внутренней среды помещений, который определяется действующими на организм человека сочетаниями температуры, влажности и скорости движения воздуха, а также температуры окружающих поверхностей.

Микроклимат в производственных помещениях контролируется в рабочей зоне, т.е. в пространстве высотой до 2 м над уровнем пола или площадки, на которой постоянно или временно находятся места работающих.

Важный фактор, определяющий тепловое равновесие - это характер деятельности человека, в результате которого организм вырабатывает то или иное количество тепла. В зависимости от интенсивности труда работу подразделяют на легкую, средней тяжести и тяжелую.

Отдача тепла телом зависит от скорости движения воздуха и его влажности.

Печатный цех относится к категории работ средней тяжести - II б, т.е. работа, связанная с ходьбой и переноской небольших тяжестей (до 10 кг), энергозатраты составляют 232-293 Дж/с, относительная влажность порядка 90%. В холодный и переходный сезон года (среднесуточная температура воздуха от +10°C и ниже) температура воздуха на рабочем месте должна соответствовать 17-19°C со скоростью движения воздуха не более 0,3 м/с. В теплый сезон года (при температуре от +10°C и выше) температура на рабочем месте равна 20-22°C при движении воздуха 0,4 м/с.

Для создания комфортного микроклимата на рабочих местах необходимо обеспечить эффективную естественную и механическую вентиляцию, кондиционирование воздуха, отопление; термоизолировать и экранировать нагретые поверхности оборудования, механизировать и



автоматизировать тяжелые работы; применять технологические процессы, не требующие применения источников тепловыделения и др.

Регулировать значения физических параметров воздуха можно путем подвода или отвода тепла и влаги и замены загрязненного воздуха чистым. Системы отопления предназначены для поддержания в помещениях нормального теплового режима. Системы вентиляции удаляют загрязненный и подают в помещение чистый воздух. Эти системы могут состоять из устройств для нагревания и охлаждения, увлажнения или подсушки, а также очистки воздуха. Системы кондиционирования воздуха создают и автоматически поддерживают заданные параметры воздуха в помещениях независимо от изменения наружных метеорологических условий и количества вредных выделений в самом помещении.

В зависимости от характера технологических процессов и пожаровзрывоопасности веществ и материалов, производства в целом и даже отдельные технологические процессы значительно различаются по степени их взрывопожарной и пожарной опасности.

Согласно противопожарным нормам промышленное производство по степени пожароопасности разбито на шесть категорий. В полиграфических предприятиях наибольшую площадь занимает производство категории «Б». Это производства, связанные с применением горючих и трудногорючих жидкостей, твердых горючих и трудногорючих веществ и материалов, способных при взаимодействии с водой, кислородом воздуха только гореть.

В настоящее время существует несколько способов защиты горючих материалов от воспламенения - термоизоляция, огнезащитная пропитка, огнезащитное покрытие.

Термоизоляция достигается при оштукатуривании деревянных конструкций, обшивке кровельной сталью по войлоку в глине (противопожарные двери), обшивке кровельной сталью по асбесту.

Огнезащитная пропитка создается водными растворами антипиренов (например, жидкого стекла, фтористого натрия, хлористого кальция).

Огнезащитное покрытие - это окраска древесины специальными красками.

Основными причинами возгорания являются:

- неосторожное обращение с огнем, в первую очередь курение в цехах, складах и других поме-

щениях, где используются горючие материалы, несоблюдение правил пожарной безопасности;

- неисправность технологического режима при работе на оборудовании;

- возникновение электростатических разрядов;

- самовозгорание горючей пыли на отопительных приборах, складирование и сушка вблизи топок горючих материалов.

Во всех зданиях и помещениях на случай пожара должна быть предусмотрена своевременная и безопасная эвакуация людей через эвакуационные выходы (двери, проходы, коридоры, лестничные клетки и др.).

Для прекращения процесса горения используются различные способы.

Основными огнетушительными средствами являются: вода, химическая пена, пары химических жидкостей и т. д.

Средство пожаротушения выбирают в зависимости от очага возгорания.

Для тушения легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, твердых веществ, электроустановок, находящихся под напряжением используют углекислотный огнетушитель.

На красочных станциях, лаков, масел и т. п. используют пенные огнетушители.

Тушение очагов возгорания водой обеспечивает успешную борьбу с огнем. Но из-за хорошей проводимости ее нельзя использовать для тушения находящихся под напряжением электросетей и электрооборудования.

Системы отопления представляют собой комплекс элементов, необходимых для обогрева помещений. Тепло передается с помощью нагретой воды по теплопроводам.

На полиграфических предприятиях используются центральные водяные системы отопления низкого давления с температурой теплоносителя не выше 100°C.

В целях пожарной безопасности не разрешается прокладывать в одном канале с трубопроводами для горячей воды транспортирующие газ и легковоспламеняющиеся жидкости (краски и растворители). Неисправные отопительные устройства к эксплуатации в отопительный сезон не допускаются.

Водяное отопление низкого давления отвечает основным санитарно-гигиеническим требованиям, а именно: равномерность нагрева производственных помещений и поддержание температуры воздуха всегда на одном уровне, независимо от внешних климатических условий; отсутствие запаха гари;

поддержание относительной влажности воздуха на соответствующем уровне, исключение возможности ожогов от нагревательные приборы и пожарная безопасность.

Естественная вентиляция в помещениях происходит под влиянием теплового и ветрового напоров (при просачивании воздуха через неплотные наружные ограждения - стены, окна, двери).

Общеобменная вентиляция обеспечивает создание необходимого микроклимата и чистоты воздушной среды во всем объеме рабочей зоны помещений.

Механическая вентиляция имеет ряд преимуществ перед естественной - приточный воздух можно подвергать необходимой обработке (очищать, подогревать или охлаждать, увлажнять или подсушивать), а удаляемый - очищать от загрязнений и отводить в окружающую атмосферу чистым. Количество удаляемого или подаваемого воздуха можно изменять в любых пределах в зависимости от характера технологического процесса.

Воздухозаборные устройства нужно размещать в местах, где воздух не загрязнен пылью и газами. Они должны находиться не ниже 2 м от уровня земли, а от выбросных шахт вытяжной вентиляции по вертикали - ниже 6 м и по горизонтали - не ближе 25 м.

Приточный воздух должен подаваться на рабочие места рассеянным потоком для того, чтобы скорость движения его в зоне пребывания людей не превышала 0,3-0,5 м/с.

Искусственная вентиляция отвечает следующим санитарно-гигиеническим требованиям: создает в рабочей зоне соответствующий нормам микроклимат; удаляет из помещения вредные газы, пары, пыль; легко доступна для управления; не создает на рабочих местах сквозняков и резкого охлаждения.

Вентиляционные каналы могут способствовать распространению огня по отдельным частям здания,

поэтому вертикальные вытяжные воздуховоды устанавливаются отдельно на каждом этаже. Не допускается объединять вытяжные каналы, т. к. могут при смещении образовываться механические смеси или химические соединения, создающие опасность возгорания.

Запрещается монтировать на стенках воздуховодов или пропускать через них электропроводку, трубопроводы и т. д.

В печатном цехе используем приточно-вытяжную вентиляцию с общим притоком в рабочую зону и местной вытяжкой вредных выделений непосредственно от мест образования.

Местная вентиляция в виде местных отсосов широко применяется как наиболее эффективный способ удаления вредных выделений при эксплуатации красочных аппаратов, зон печатания и др.

Вытяжка во всех отделениях и цехах, в которых выделяются вредные газы, пары и пыль, должна быть на 10% больше, чем приток, чтобы вредные вещества не вытеснялись в смежные помещения с менее вредными выделениями.

В цехах и отделениях, где нет вредных выделений, вытяжка должна быть равной притоку (или может быть на 5% меньше притока).

#### Литература:

- 1 Сафонов М.Н. Охрана труда в организации: Справочное пособие / М.Н. Сафонов. - Мн., 1997.
- 2 Глебова Е.В. Производственная санитария и гигиена труда: учеб. пособие для вузов. - М.: Высш.шк., 2005.
- 3 Кукин П.П., Латин В.Л. Безопасность жизнедеятельности. Безопасность технологических процессов и производств. Охрана труда. - М.: Высшая школа, 2002.
- 4 Еремин В.Г. Обеспечение безопасности жизнедеятельности. - М.: Высшая школа, 2002.

Автор өз мақаласында полиграфиялық өндірістегі өмір қауіпсіздігін қарастырады. Полиграфиялық кәсіпорындардағы санитариялық және гигиеналық талаптарға, жұмыс орындарындағы талап қойылатын температураға, салыстырмалы ылғалдылыққа, ауаның қозғалыс жылдамдығына, өрт қауіпінің алдын алуға жүргізілетін шараларға, өртті сөндіруге қолданылатын заттарға сипаттама беріледі. Жарқат алудың негізгі себептері талданып, кестеде көрсетіліп, олардың алдын алу шаралары қарастырылады.

In the article the author observes life safety in printing industry. Sanitary and hygienic requirements to maintaining printing company, the temperature, relative humidity, air velocity on the workplace, fire hazard and the main extinguishing media such as water, chemical foam, a pair of chemical liquids, technical means to ensure safety during operation of the equipment such as fencing, safety

and braking devices, locks, alarm system, remote control and special security devices are analyzed in detail. Also examines the main causes of injuries at work and preventive measures of such injuries.

Б. Сәрсенғали

### Қазақ тілді ақпарат тарату жүйесіне жаңа медиатехнологияны енгізу мәселелері

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 004.738.5

**Андатпа.** Еліміздің егемендік алуы мен қазақ тілінің мемлекеттік тіл мәртебесіне ие болуына байланысты ана тіліміздің өз шешімін күтіп тұрған көкейкесті мәселелері жеткілікті. Қазіргі кезде күллі әлемге жайылып келе жатқан жаһандану үдерісі, әсіресе ұлттық ерекшелікті, ұлттық құндылықтарды сақтауға орасан кедергі келтіруде. Қазіргі біз өмір сүріп отырған ғасыр - ақпараттық технологиялар ғасыры. Елімізде жаңа медиа технология жедел дамып келеді. Жаңа медианы игеру - бүгінгі таңдағы өте өзекті тақырып. Технология күн санап дамыған заманда жаңа медиа технология мүмкіндіктерін пайдалана отырып, жаңалықтар мен мақалаларды берудің өзгеше көкжиегі ашылды. Өкінішке қарай, бұл бағыт қазақ тілді ғаламторда өте аз қолданылады.

#### «ҚАЗ» домені. Қазақ тілді ғаламтор.

Қазіргі біз өмір сүріп отырған ғасыр - ақпараттық технологиялар ғасыры. Алдағы екі-үш жылда ғаламторды тұтынушылар саны күрт артуы мүмкін. ҚазНетте қазақ тілді ре-сурстар саны жаңбырдан кейін шыққан саңырауқұлақтай күн санап өсіп келеді. Көптілділікті талап ететін ақпараттық ғасыр сананың бәсекеге қабілетті болуы үшін кез келген жағдайды жасауға қабілетті. Дегенмен қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдарында жаңа медиатехнологияның мүмкіндіктері өте аз қолданылатыны белгілі болып отыр. Еліміздің ақпараттық технологиялар және телекоммуникация саласын зерттеушілердің айтуынша, Қазақстанда ғаламтор қызметін пайдаланушылар саны жылдан-жылға көбейіп келеді. Мәселен, 2008 жылы ғаламтор аудитория көлемі 2007 жылмен салыстырғанда 14,8 пайызға ар-тып, 2,3 миллион адамды құраған. Ал өткен жылы бұл көрсеткіш 30 пайызға жоғарылапты. Тәуелсіз зерттеу компанияларының бірінің 2009 жылдың соңындағы мәліметтеріне сүйенсек, бүгінде Қазақстанда ғаламтор қызметін 3,16 миллион адам пайдаланатын көрінеді. Бұл республика халқының 19,8 пайызын құрайды. Ал 16 жасқа дейінгі балалар үлесі 12 пайызға тең. Соңғы жылдары жақсы дамып келе жатқан қазақ тілді блогтардың көбейгендігін айтып өткен жөн. Бүгінде дүниежүзі бойынша 1,4 млрд-қа жуық адам, яғни жер шарының әрбір төртінші тұрғыны Ғаламторға қосылған. Ғаламтордың көмегімен секунд сайын миллиардтаған ақпарат беріледі. Ғаламтор арқылы

біз бір-бірімізбен байланыста боламыз, білім аламыз, табыс та-бамыз. Бұл - бүгінгі тіршіліктің бір көрінісі, заман талабы, әлемдік көштен қалмаудың бір жолы. Өйткені ғаламтор - ақпараттың сансыз көп шоғырланған ордасы, сондай-ақ қазірде ол кез келген елдің ақпараттық, мәдени, сая-си және экономикалық өміріндегі қажетті факторға және олардың даму ортасына айнал-ды. Интернеттен керегіңіздің бәрін де табуға болады. Бұған бірден-бір себеп - ақпарат құралдарының жедел қарқынмен ғаламдық желіге көшуі, жаңа ақпараттық, сараптамалық, ойын-сауықтық, танымдық әртүрлі салалар бойынша көптеген сайт, порталдардың, жеке парақшалардың ашылуы.

Енді ғаламтор желісіндегі мекенжай жүйе-сінде ұлттық әліпбиді пайдалануға толық мүмкіндік туды. Қазақтың қолданысындағы кирилл әліпбиіне негізделген «ҚАЗ» атты жаңа домені ғаламторда іске қосылады деп күтілуде. Енді ұлт атауының басқы үш әрпінен тұратын ұлттық доменді пайдаланатын күн алыс емес. Өз ана тілімізде жұмыс істеуге толық мүмкіндік беретін «ҚАЗ» ұлттық доменін пайдалану төңірегінде мәселенің көтерілгеніне екі жылдың жүзі болыпты. Соңғы кезеңде, яғни 15 тамыздан бастап «ҚАЗ» доменін тіркеу ашық жүргізіле бастады. Кез келген азамат, кез келген заңды немесе жеке тұлға осы уақыттан бастап ұлттық әліпби әріптері пайдаланылатын сайттарды тіркеп, сонымен жұмыс істей алады. Тіркеу барысында қазіргі қолданыстағы ғаламтор

желісінің қазақстандық сегментінің домендік кеңістігін тіркеу, пайдалану және бөлу ережесі қолданылады. Мәселен, ғаламтор мекенжайды тіркеу барысында мынадай арнайы белгілеудегі домендік атаулар қолданылады:

МЕМ.ҚАЗ - мемлекеттік ұйымдар, мемлекеттік мекеме немесе кәсіпорынды тіркеу туралы куәлікті иеленушілерге;

БІЛ.ҚАЗ - білім беру мекемелері үшін, білім беру қызметін жүзеге асыруға лицензия иеленушілерге;

КОМ.ҚАЗ - коммерциялық ұйымдар үшін;

ҚАУ.ҚАЗ - коммерциялық емес ұйымдар және жобалар үшін;

ҚОР.ҚАЗ - Қорғаныс министрлігі үшін;

БАЙ.ҚАЗ - байланыс кәсіпорындары үшін [2].

Ескере кететін жайт, соңғы мәліметтерге сүйенсек, әлемде ICANN мақұлдауын алып, ұлттық доменін төл әліпбиімен қалыптастырған 45 ел бар екен. Ал «ҚАЗ» әлемдегі кириллица әліпбиіндегі үшінші домен болып табылады. Бұған дейін Ресей «РФ» доменін, сербтер «СРБ» доменін қатар қолданып келген.

**«kz^-тың орнын «ҚАЗ» баса ала ма?** деген сұраққа жауап.

Әлбетте, «ҚАЗ»-дың келуі «^»-тың құрдымға кеткенін білдірмейді. Екеуі қатар жүре береді. Десе де, «ҚАЗ», негізінен, қазақ-тілді ғаламторшыл қауымға арналатыны бел-гілі. Өйткені мұндай доменнің айналымдағы белсенділігі де, ең алдымен, қазақша оқып, қазақ тілінде жаза білетіндердің белсенділігімен байланысты болмақ. Ендеше «ҚАЗ» домені өз атауы айтып тұрғандай - казактілділер домені. Солай болса, мемлекеттік тілде іс жүргізетін мемлекеттік органдардың бүгінгі жағдайына көз жүгіртіп, ғаламторды ұлттандыруға атсалысатын азаматтардың, ұйымдардың санымен есептесек, «ҚАЗ» доменін пайдаланушылар саны қаулайды деуге ауыз бармайды. Екіншіден, «ҚАЗ» доменін пайдаланудың өзі белсенділікпен қоса, ниетке де байланысты. Өйткені «компьютерде қазақ қарпі жоқ, сол үшін қазақша жаза алмаймын» деген сылтауды бетке ұстаушылардың еркі өзінде. Ал сарапшылар алдағы уақытта «ҚАЗ» доменін пайдаланушылардың саны 7 мыңға жуықтаса қуанатынын айтады. «Қазіргі таңда 70 мыңға тарта

«kz» доменіндегі сайттар бар. Осының 10-15 пайызы «ҚАЗ» доменіне көшсе де жаман емес [3].

Мәселен, елімізде 32 680 орыс тілді, 4500 ағылшын тілді сайт тіркеуде тұрса, қазақ тілді сайттардың саны әлі күнге 4 мыңға да жетпепті. Яғни, орыс тілді сайттардың үлес салмағы 79,6 % болса, ағылшын тілінде 11%, ал қазақ тілді сайт 9,3 % пайызды құрайды [4]. Мемлекет тарапынан қазақ тілді сайттардың санын арттыруға жыл сайын арнайы қаржы бөлініп, жан-жақты қолдау көрсетілсе де, ана тіліміздегі тіркелген сайттар ағылшын тілді сайттардың са-нына жете алмай тұр. Жастар порталдарының бірінде «қазақша сайттарды қаншалықты жиі қолданасыз?» деген сауалнама жүргізген едім. Бес жүзден астам адамның тең жартысы «күн сайын» деп жауап берді. Аптасына бір рет кіретіндер 18 пайыз, ал ақпарат жоқтығынан қазақша сайттарды қолданбайтындар 12 пайызды құрады. Бұдан шығатын қорытынды: қазақ тілді ғаламтор пайдаланушылар жоқ емес, бар. Көп жастарымыздың айтуынша, күнделікті ғаламтор әлемін барлап, сайттардан ақпарат іздейді. Олардың айтуынша, ғаламторда қазақ тілінде ақпарат тапшы. Күнделікті жаңалықтар легі былай тұрсын, көп өзгере бермейтін академиялық мәліметті табу оңай емес.

Осы мәселені алдын алу мақсатында, елімізде де біраз жақсы жобалар қолға алынып жатыр. Газет-журналдар мен радио-теледидарлар, түрлі кәсіпорын-фирмалар мен қоғамдастық-бірлестіктер, оқу орындары мен билік органдары - өзін сыйлай білетін мекемелердің бәрі дерлік ғаламтордан өз беттерін ашты. Онда түрлі мәліметтер енгізіп, қазақ интернетінің дамуына кішкентай болса да үлестерін қосуда. Сондай-ақ жеке адамдардың, ерікті-энтузиастардың да әлемдік торда қазақ еліне, жеріне, халқына байланысты ақпараттың молаюына қосып жатқан үлесі ерекше. Бір кездері Қазақстан туралы материалды ғаламтордан қазақша былай тұрсын, ойып орын алған орыс-ағылшын тілдерінде де табу өте қиынға соғатын. Ал қазір бұл мәселе біртіндеп шешіліп келе жатыр және алдағы уақытта оның бір ізге түсері сөзсіз. Өйткені жаңа ашылып жатқан қазақтілді сайттардың даму қарқыны да, мән-мазмұны да, қолданушылары да күннен-күнге артуда. Сондай-ақ кез келген салада, әртүрлі тақырыпта көптеген порталдар мен блогтар да іске қосылып жатыр. Біреуі тек мәдениетті жазса, енді

бірі спортқа арналған, бірі дәмді тағамдарды жасау тәсілімен бөліссе, енді бірінен ғылымды үйренесіз. Мұндай белгілі бір тақырыпты арқау етіп, соның аясында ғана жұмыс істейтін жобалардың өз таңдаған тақырыбын жан-жақты ашуда, қолданушыға толық мәлімет беруде атқарар рөлі ерекше.

Алдағы уақытта мұндай сайттар мен порталдардың көбейіп, әлемдік ақпарат аренасында қазақтілді мәліметтің, ойып алар орны болатыны сөзсіз.

#### Әдебиеттер:

- 1 Нурпеисов А.К. Пути развития казахского языка в Интернете. <http://www.iak.kz>
- 2 Интернет-журналистика: учебное пособие. - Машкова С. Г. - Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн.универ., 2006 г.
- 3 <http://massaget.kz/tehnobilesiz-be/632> - сайты
- 4 Сөздіктегі ғылыми анықтаманың түрлері туралы // «Қазақ тілі мен әдебиеті және инновация мәселелері». Абай атындағы қазақ ұлттық педагогикалық университетінің 80 жылдығына арналған халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары. - Алматы, 2008. 74-77 бб.

В статье анализируется казахскоязычное интернет-пространство. До сих пор не разработаны обучающие программы на государственном языке по созданию сайтов, блогов, а также социальных страниц, что ограничивает активизацию пользователей Казнета на государственном языке. Если эти проекты будут правильно реализованы, то казахскоязычное интернет пространство станет шире.

The article analyzes the Kazakh-web-space. For example, there is still no approved terms in the state language. It is still not developed training programs in the official language for creating websites, blogs and social pages, which limits the activation of Kaznet users in the state language. Several years ago, the state embarked on a project to computerize villages. And now comes the Internet already up to distant villages. If these projects are properly implemented, then, of course, Kazakh-web space will be slightly wider. However, this is not so fast. And we, in turn, should use the Internet not only to obtain information, but must also pay its share of useful and necessary information on the Kazakh-internet. None of this does not prevent us, in our hands.

И. Тургунбаев

### Технология клеевого бесшвейного скрепления изданий и ее применение

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 002.2

**Аннотация.** Автор в своей статье рассматривает технологию клеевого бесшвейного скрепления изданий и ее применение. Детально разбираются основные технологические процессы изготовления изданий при клеевом бесшвейном скреплении, сущность склеивания, адгезии, оборудования для бесшвейного скрепления изданий при использовании клеев. Также рассматриваются основные виды клеев, используемых в клеевом бесшвейном скреплении изданий, и их свойства и компоненты, входящие в их состав.

#### Адгезия. Термоклей. КБС изданий.

В полиграфическом производстве бесшвейное скрепление применяется при изготовлении книг, брошюр, журналов и различных каталогов, в особенности таких массовых изданий, как карманные книги, каталоги для рассылки товаров по почте, и все больший интерес проявляют периодические журнальные издания.

Наибольшее распространение в мировой полиграфической промышленности получил способ бесшвейного скрепления с фрезерованием корешковых фальцев тетрадей без роспуска листов с дополнительным торшонированием корешка блока.

Технологический процесс этого способа скрепления включает следующие основные операции:

- 1) фрезерование корешка, подобранных тетрадей в блок;
- 2) заклейка корешка;
- 3) крытье блока обложкой;
- 4) сушка корешка или его охлаждение (при использовании термоклея) [1].

Последовательность обработки следующая: фрезерование корешка — удаление пыли — торшонирование — промазка корешка — присоеди-

нение к блоку обложки — обжим корешка или прессование.

При работе на автоматических линиях из сфальцованных тетрадей на листоподборном конвейере комплектуется блок, затем блок тетрадей поступает в машину КБС. Перед фрезерованием на сталкивающем столе блок сталкивается по голове, затем захватывается зажимными каретками и транспортируется в секцию фрезерования. Благодаря фрезерованию и торшониру-ванию листам придается большая площадь для склейки, т.е. клей качественнее скрепляет листами друг с другом. Глубина среза определяется объемом тетрадей, входящих в состав блока, и видом бумаги. Срез должен быть достаточным для удаления внутренних корешковых фальцев тетрадей (в среднем 3 - 6 мм).

На поточных линиях предусмотрено двойное фрезерование. Первый раз производится глубокое фрезерование - срезаются все корешковые фальцы. Вторичный срез служит для сглаживания поверхности корешка и удаления, крупных вырывов бумаги. Здесь глубина среза в 5-10 раз меньше, чем при первичном фрезеровании. В этом случае вместо фрезы на некоторых машинах используются специальные инструменты.

Следующая операция - удаление бумажной пыли для проникновения клея в поры бумаги и скрепления листов наилучшим образом. Клей наносится специальными валиками. Первый, наносящий клей, ролик устанавливается почти вплотную к корешку для лучшего смачивания поверхности. Второй помещается на некотором расстоянии, его функция - выровнять клеевой слой и снять излишки. Блок проклеивается сначала со стороны корешка, затем следует боковая проклейка.

Далее происходит вставка блока в обложку. Чтобы издание легко раскрывалось и им было удобно пользоваться, обложка предварительно подготавливается, завершающие этапы обработки блока - сушка (остывание клея) и трехсторонняя обрезка.

Ведущие производители машин и линий для бесшвейного скрепления изданий предлагают высокоавтоматизированные устройства и системы для обработки больших, средних и малых тиражей, в том числе минимальных тиражей. Среди них есть и универсальные устройства, на которых можно изготавливать разнообразную печатную продукцию (брошюры всех видов, книги, каталоги, журналы и пр.) с использованием различных клеев. Производительность некоторых моделей достигает

15 тыс. циклов в час. Современное оборудование для бесшвейного скрепления успешно интегрируется в цифровой рабочий процесс полиграфического предприятия. Среди производителей такого оборудования - компании Kolbus GmbH, Muller Martini AG, Heidelberg Druckmaschinen AG, Wohenberg Buchbindesysteme GmbH и ряд других.

Склеивание - метод создания неразъемного соединения элементов конструкции при помощи клея. Прочность клеевого скрепления обусловлена адгезионным взаимодействием склеиваемых поверхностей с клеевым слоем, а также когезионной прочностью этой прослойки и самих склеиваемых материалов. Процесс склеивания включает три основные стадии:

- 1) образование поверхности контакта между клеевым веществом (адгезивом) и склеиваемым материалом (субстратом);
- 2) возникновение сил адгезионного взаимодействия;
- 3) формирование когезионной прочности клеевого слоя.

Адгезия - связь между приведенными в контакт разнородными поверхностями. Она может осуществляться в результате механических факторов - затекания клея в поры и неровности субстрата и последующего отверждения клея. Однако для создания высокопрочного соединения необходимо присутствие в клее и на склеиваемых поверхностях полярных групп. То есть адгезия в значительной степени обусловлена действием Ван-дер-ваальсовых сил.

Для обеспечения адгезионного взаимодействия необходим непосредственный молекулярный контакт между молекулами адгезива и субстрата, поэтому необходима достаточная подвижность адгезива. Она зависит от вязкости клея в момент контактирования. В связи с этим клеевые вещества применяются в виде растворов, дисперсий, расплавов.

Образование клеевой пленки в зависимости от характера клеящего вещества может происходить в результате испарения растворителя, впитывания и испарения дисперсионной среды, затвердевания при охлаждении расплава или в результате перехода из жидкого состояния в твердое под действием химических реакций [3].

Известно, что наиболее прочно склеиваются материалы с развитой шероховатой поверхностью, так как они имеют большую площадь контакта для склейки с адгезивом, а острые вершины

макронеровностей, обладающие повышенным запасом свободной энергии, являются активными центрами притяжения молекул адгезива [2]. Фрезерование корешка направлено на увеличение площади склейки торцевой поверхности листов с клеевой пленкой и листов друг с другом за счет проникновения клея на некоторую глубину между листами. Общая площадь склейки листов блока при соблюдении режимов фрезерования возрастает в 4-7 раз [2]. Качество обработанной поверхности корешка характеризуется макро- и микрогеометрией поверхности бумаги корешка блока, полученной после фрезерования. Средняя глубина макронеровностей по рекомендациям технологических инструкций должна составлять 0,25-0,4 мм [1].

Качество блоков изданий после фрезерования корешка зависит от толщины блока и толщины составляющих его листов бумаги, ее композиции, объемной массы, степени проклейки, толщины и направлении раскроя. Другая группа факторов - концентрация, вязкость, температура и толщина клеевого слоя и расход клея на единицу поверхности корешка. Влияние состава бумаги по волокну на подготовку поверхности корешка и прочность КБС не однозначно. Как правило, все виды бумаги с относительно малой объемной массой (машинной гладкости), по сравнению с каландрированной и высококаландрированной, обеспечивают более высокую прочность КБС. Высокая степень проклейки офсетной бумаги оказывает положительное влияние на прочность, наибольшую прочность и стабильность результатов при КБС обеспечивает мелованная бумага.

Наилучшие показатели прочности и долговечности обеспечивают тонкие виды бумаги толщиной до 90 мкм и поверхностной плотностью до 70 г/м<sup>2</sup>. Использование бумаг с поверхностной плотностью 100 г/м<sup>2</sup> и выше рекомендуется только при условии долевого раскроя бумаги для изданий большого формата, рассчитанных на малый и средний срок службы и малую интенсивность использования. Такие бумаги вследствие их высокой жесткости оказывают силовое воздействие на клеевое соединение листов в корешке при использовании изданием, что приводит к ее быстрому разрушению.

Долевой раскрой бумаги блока обеспечивает наименьшее силовое воздействие на клеевое соединение листов, но при подборе концентрации, вязкости и расхода клея следует учитывать, что в

этом случае средняя глубина макронеровностей и их число по высоте блока всегда меньше, чем при поперечном раскрое. Поперечный раскрой бумаги допустим и рекомендуется технологическими инструкциями при применении тонких и малопрочных видов бумаги [4], [5].

Из водно-дисперсионных клеев для КБС используется поливинилацетатная дисперсия (ПВАД), которая получается при полимеризации винилацетата в водной среде в присутствии поверхностно-активного вещества (мыло, поливиниловый спирт и др.) и инициатора эмульсионного процесса (перекись водорода и др.). Водные дисперсии имеют целый ряд недостатков: малая стойкость к низким температурам, высокий расход энергии в производственном процессе по причине необходимости сушки, низкая прочность скрепления при склеивании мелованных бумаг.

К достоинствам дисперсионных клеев относится высокая эластичность клеевой пленки, что обуславливает хорошую раскрываемость издания. Кроме того, дисперсионные клеи лучше, чем термоклей, смачивают склеиваемые субстраты, что обеспечивает полное приклеивание всех свободных волокон бумаги, а также имеют лучшую по сравнению с термоклейми устойчивость к старению. Дисперсионные клеи применяются при изготовлении продукции, предназначенной для длительного использования.

Кроме того, дисперсионные клеи лучше, чем термоклей, смачивают склеиваемые субстраты, что обеспечивает полное приклеивание всех свободных волокон бумаги, а также имеют лучшую по сравнению с термоклейми устойчивость к старению, пластификаторам и ультрафиолетовому излучению. Дисперсионные клеи применяются при изготовлении продукции, предназначенной для длительного использования. При применении дисперсионных клеев производительность линии для бесшвейного скрепления может достигать 8 тыс. циклов в час.

Около 50 лет тому назад на рынке появились первые клеи из расплавов (термоклей). Поскольку при использовании термоклеев практически не требуется сушка, то они обеспечивают высокую скорость скрепления [6].

Различают 2 вида клеев-расплавов: на основе термопластичных полимеров и на основе терморективных полимеров. К первой группе относится этиленвинилацетатный клей (EVA) на основе сополимера винилацетата с этиленом. Ко

второй группе относится полиуретановый клей (PUR) и двухкомпонентные клеи.

Термоклей на основе сополимера винилацетата с этиленом при обычной температуре - твердодластичный материал. При нагревании он постепенно размягчается [температура текучести  $T = (55 \pm 5)^\circ\text{C}$ ] и переходит в вязкотекучее состояние, а при температуре  $150-170^\circ\text{C}$  наносится на склеиваемые поверхности. При охлаждении до комнатной температуры быстро затвердевает и образует пленку. Содержание винилацетата в полимере должно составлять 30%, этилена - 70%.

Для изданий в обложке термоклей практически вытеснил ПВАД на быстроходных поточных линиях благодаря отсутствию в его составе растворителей и быстрому формированию клеевой пленки. Достоинством термоклеев является также высокая липкость расплава, что обеспечивает скрепление различных видов бумаги и приклейку обложек, которые не могут быть приклеены ПВАД. Однако издания, скрепленные с использованием таких клеев, проявляют худшие потребительские свойства, чем при использовании ПВАД. А именно: ниже прочность скрепления, хуже раскрываемость, ограничена толщина блоков из-за повышенной жесткости пленки, пленки подвержены старению. Эти обстоятельства ограничивают применение термоклей для скрепления изданий, рассчитанных на длительное и интенсивное использование, в том числе для книг в переплетной крышке [3].

В 1988 году появились полиуретановые реактивные клеевые составы для бесшвейного скрепления. Полиуретан (PUR) является синтетическим полимером, содержащим в основной цепи микромолекулы уретановые группы  $-\text{NH}-\text{CO}-\text{O}-$ , которые синтезируются путем взаимодействия многоатомных спиртов с обладающими большой реакционной способностью диизоцианатами. Полиуретаны отличаются эластичностью и высокой механической прочностью на истирание; они стойки к воздействию масел и жиров, хорошо воспринимают и отдают жирную печатную краску. Исключительно высокие адгезионные свойства полиуретана позволили применять полиуретановые клеи для бесшвейного скрепления.

Первое поколение реактивных термоклеевых систем появилось на рынке в конце 80-х - начале 90-х годов. Такие клеи имели относительно высокую вязкость, а время их окончательного закрепления составляло от 3 до 6 дней. В конце 90-х годов было создано второе поколение подобных систем, которое

характеризовалось более высокой скоростью реакции: для достижения окончательной прочности требовалось уже менее 3 дней. В 2000 году были выпущены клеи третьего поколения, характеризующиеся еще более высокой скоростью химической реакции (от 6 до 16 часов). Эти клеи имеют низкую вязкость и отличаются очень высокой стабильностью.

Сшивание молекул в клеях на основе полиуретановых форполимеров с реактивными конечными группами начинается под воздействием влаги, содержащейся в воздухе и в бумаге. Полиуретановые форполимеры обладают хорошей адгезией к бумаге, что ведет к высокому качеству скрепления краев листов. Клеевая пленка после закрепления имеет высокую прочность, отличается высокой устойчивостью к жирам, содержащимся в печатных красках, а также устойчивостью к старению. Клеевое скрепление выдерживает температуру от  $-40$  до  $+120$  С без потери эластичности. Такие клеи технологичны с точки зрения утилизации макулатуры, так как высокая прочность клеевой пленки позволяет легко отделять ее от бумаги в процессе переработки.

Полиуретановые термоклей поставляются в специальных емкостях, опорожняемых с помощью так называемых барабанных расплавителей (drummelter). Барабанные расплавители, во-первых, обеспечивают длительную защиту клеев от влаги воздуха, а во-вторых, позволяют выполнять расплавление «по требованию», то есть плавить только то количество клея, которое необходимо для выполнения определенной работы. Поэтому и расход энергии относительно мал.

В настоящее время полиуретановые термоклей успешно применяются для склеивания бумаги с высокой степенью мелования, высоким содержанием наполнителей, отпечатков со значительной степенью запечатки поверхности и УФ-лакированием, а также при изготовлении печатных изданий, предназначенных для интенсивного использования (например, руководств по эксплуатации оборудования) или подвергающихся значительным перепадам температур (например, туристских атласов). При применении полиуретановых термоклеев производительность линии для бесшвейного скрепления может достигать 10 тыс. экз./ч.

Полиуретановые термоклей широко используются в промышленности: в настоящее время на их



долю приходится примерно 10% мирового потребления клеев. Однако существует ряд факторов, замедляющих внедрение таких термоклеев в нашей стране. Прежде всего, для их использования требуется переоснащение технологического оборудования: необходима установка новых клеевых аппаратов с клеевыми емкостями со специальным покрытием, облегчающим чистку, а также поддержание строго определенных температурных условий. Стоимость клея в три раза выше термоклея на основе сополимера винилацетата с этиленом. При плавлении таких клеев выделяются пары изоцианата, что требует обеспечения безопасности для рабочих и окружающей среды. И наконец, поскольку полиуретановые клеи закрепляются под воздействием влаги, в производственных помещениях необходимо поддерживать строго определенную влажность воздуха. Для выполнения всех этих условий нужны достаточно большие инвестиции [7], [8].

Основными компонентами клеев, применяемых для клеевого бесшвейного скрепления, являются полимеры. Поэтому свойства характерные для полимеров должны быть свойственны и клеям на их основе.

Полимерными, или высокомолекулярными, называют вещества, состоящие из молекул с большой молекулярной массой (от нескольких тысяч до миллионов). Гибкость цепи неодинакова в макромолекулах разной природы. Мерой гибкости цепи является величина сегмента. Если сравнить два полимера с одинаковой молекулярной массой, но с разной длиной сегмента, то наибольшей гибкостью будут обладать макромолекулы полимера с малой длиной сегментов. В таких макромолекулах число сегментов достаточно велико, что и обуславливает высокую эластичность типичных высокополимеров. Может оказаться, что в другом полимере с той же молекулярной массой, но с меньшим числом сегментов, гибкость макромолекул будет так мала, что он вовсе не будет обладать высокоэластичностью и из стеклообразного состояния сразу перейдет в вязкотекучее. Недопустимо использование такого полимера в качестве компонента для КБС изданий, так как клеевая пленка должна обладать эластичностью [7].

Изменение формы молекул под влиянием теплового движения или под действием внешнего поля, не сопровождающееся разрывом химических

связей, называется конформационным превращением. Формы молекул, переходящие друг в друга без разрыва химических связей, называются конформациями, или поворотными изомерами.

Способность макромолекулы к изменению формы зависит от внутримолекулярного взаимодействия и от взаимодействия ее с соседними молекулами, поэтому гибкость не характеризует полностью поведение молекулы в массе полимера. В реальных системах молекулы полимеров окружены другими себе подобными молекулами, поэтому между ними всегда существует тот или иной вид межмолекулярного взаимодействия, которое оказывает влияние на степень заторможенности вращения [7].

Выбор соответствующих видов клеев зависит от технологической направленности клеевого бесшвейного скрепления изданий.

Обобщая, можно сказать, что прочность и долговечность изданий, изготовленных способом КБС, зависит от физико-химических свойств бумаги; расположения машинного направления бумаги по отношению к корешку блока, качества подготовки корешка; формата издания, размера корешкового поля, физико-химических свойств клея; режимов его нанесения и формирования клеевой пленки, а также условий эксплуатации издания. Причиной низкой прочности клеевого скрепления часто является несоблюдение технологических режимов процесса скрепления. Однако даже в идеальных условиях невозможно обеспечение высокой прочности и долговечности изданий, если клей не отвечает эксплуатационным требованиям.

#### Литература:

- 1 *Борисова В.И.* Основы технологии брошюровочно-переплетных процессов. Свойства клеев для клеевого бесшвейного скрепления: учебное пособие / *В.И. Борисова, А.Н. Ефремова, Л.П. Зименкова.* - М.: Из-во МГ АП «Мир книги», 1994. - 32 с.
- 2 *Борисова В. И.* Клеи для брошюровочно-переплетных процессов: Конспект лекций для студентов ФТП / *В.И. Борисова, И.В. Черная;* М-во образования и науки РФ; Федеральное агентство по образованию, МГУП. - М.: МГУП, 2001. - 28 с.
- 3 *Борисова В. И.* Особенности технологии брошюровочно-переплетных процессов с учетом специфики материалов и техники развивающихся и социалистических стран: учебное пособие для вузов / *В.И. Борисова, А.И. Дуба-сов.* - М.: МПИ, 1988. - 52 с.

- 4 Гуль В.Е. Структура и механические свойства полимеров/ В.И. Кулезнев, В.Е. Гуль. - М.: Из-во «Высшая школа», 1979. - 352 с.
- 5 Воробьев Д.В. Технология брошюровочно-переплетных процессов: учебник для вузов / Д.В. Воробьев, А.И. Дубасов, Ю.М. Лебедев. - М.: Из-во Книга, 1989. - 392 с.
- 6 Лобау Д., Хайнце И. Промышленное брошюровочно-переплетное производство. - М.:

МГУП, 2007. - 422 с.

- 7 Воробьев Д.В. Технология послепечатных процессов: учебник для вузов / Д.В. Воробьев; М-во образования и науки РФ; Федеральное агентство по образованию, МГУП. - М.: МГУП, 2000. - 392 с.
- 8 Тагер А.А. Физико-химия полимеров / А.А. Тагер. - М.: Из-во «Химия», 1968. - 544 с.

Автор өз мақаласында баспа өнімдерін желімді тігінсіз бекітуді және оның қолданылуын талдайды. Желімді тігінсіз бекітудің технологиялық процесіне, желімдеудің мәнісіне, адгезияға, желімді тігінсіз бекіту үшін арналған жабдықтарға сипаттама беріледі. Сонымен қатар баспа ісінде қолданылатын желімдердің түрлері, оның ішінде поливинилацетатты дисперсия, терможелімдер, полиуретанды желімдер және олардың құрамына кіретін полимерлер, олардың физикалық және химиялық ерекшеліктері қарастырылады.

In the article the author analyzes the technology of perfect binding - common method of binding edition in printing industry at the present time. The technological processes and operations of perfect binding, technological modes of bonding process, the perfect binding machines, the nature of sticking, adhesion are analyzed in detail. Also the kinds of glues used in printing industry such as PVA dispersion, hotmelt, polyurethane adhesive and their components such as polymers, their basic physical and chemical characteristics are observed.

А. Абсеитова

### «Аруна» баспасының балаларға арналған басылымдарының танымдық маңызы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77(094); 070(094)

**Андатпа.** Мақалада жас ұрпаққа білім және тәрбие берудегі Қазақстан балалар басылымдарының рөлі және проблемалары сарапталады. Ғылыми мақаланың нысаны ретінде «Аруна» баспасы өнімдерінің жанрлық және мазмұндық ерекшелігі талданады. Автор балалар басылымдарын шығару проблема-ларын шешу жолдарын көрсетеді, бүгінгі балалар басылымдарына баға беріп қана қоймай, олардың полиграфиялық сапасымен баға саясаты мәселесін де қамтиды.

#### Энциклопедиялық балалар әдебиеті.

Кітап мұрасы дүниежүзі халықтарының көп ғасырлық мәдениеті мен тарихын, тілі, дәстүрі мен әдет-ғұрпын бейнелеп қана қоймай, ұжымдық естеліктің басты бөлігі болып есептеледі. Осы асыл мұраларға байланысты біз бүгін көп қырлы көп ғасырлық дүние жүзілік өркениеттің даму тарихын терең зерттеп, барлық адамзаттың пайдаланған таптырмас тәжірибесін пайдалана аламыз «Аруна» баспасы 2000 жылдың мамыр айында ашылды. Баспаның ашылуына демеуші болған адамдар - Иманәлиев Бауыржан және Райымбеков Қазбек[1].

Қоғамымыз түбегейлі өзгеріп, жаңа бетбұрыс алып, жан-жақты өркендеу кезеңінде өмір сүріп

жатырмыз. Осы жағдайдың жеткіншек ұрпақтарымыздың дамуына өз үлесін қосатыны баршамызға мәлім. Заман талабына сай кішкене бүлдіршіндеріміз ерте жетіліп, олардың сұраныстары, білім алуға деген құлшыныстары артып қана қоймай, талғампаздық қасиеттері де күн өткен сайын өсіп келеді.

Жалпы, балалардың кітапқа деген қызығушылығы ерте жастан байқалады. Ең алғаш қолдарына тиген кітаптары олардың есейген шақтарына дейін естерінде қалады. Сондықтан баланың тұңғыш рет қолына алып отырған кітабы қызғылықты, көркемсуретті, сапасы жоғары болғаны

дұрыс. Егер алғашқы кітап баланың көңілінен шықса, онда оның бала өміріне тигізетін ықпалы да мол болмақ. Мысалы, кітапты сүйеге, қадірлеуге баулып, кітап оқуға деген талпынысын арттырады.

«Аруна» баспасының ашылуына себеп-кер болған жағдайдың бірі жоғарыда айтылған мәселелер еді. Екінші себеп - балаларға арналған мағынасы және маңызы зор өзіміздің мемлекетімізде шығаратын төл кітаптардың аздығы. Ал баспаның ең басты мақсаты көркемсуретті, жоғары сапалы полиграфия үлгісіне орындалған танымды және қызғылықты, отаншылдық сезімді оятар әдеби шығармалар шығару.

Қазіргі балалар оқып жүрген кітаптардың басым көпшілігінің мазмұны ескірген және олардың сапасы бүгінгі өмір талабына сай келмейді. Ал кітап дүкендерінің көбіне көр-кемсуретті, полиграфиялық орындалу сапа-сы жоғары, бағасы тұтынушылардың ойынан шығарлық Ресей өнімдерін жиі көреміз. Бұл Қазақстанда балаларға арналған осындай сапалы кітаптар шығарумен айналысатын баспалардың жоқтығынан емес. Еліміздегі қазіргі заман талабына сай баспа жабдықтарының жетіс-пеушілігінен, қағаз өнімдерінің тапшылығынан, кітап таралымының аздығынан. Мұның бәрі өнім сапасы мен құнына кері әсерін тигізбей қоймайды.

Оқырмандар Қазақстан тарихының тақыры-бын қамтитын қазақ тіліндегі балалар әдебиетіне сусап-ақ отыр. Болған күннің өзінде олардың саны өте аз. Осы кемшіліктердің орнын тоолты-ру мақсатымен «Аруна» баспасы көркемсуретті, энциклопедиялық, қызықты балалар әдебиетін шығарып жатыр. Тарихымыз бен мәдениетімізге, ұлттық дәстүрімізбен салтымызға көңіл бөлу, балалар әдебиетін тартымды етіп шығару -баспаның алға қойған мақсаты. Кітаптардың балалардың жас ерекшеліктеріне сай, жеңіл жазылған танымдық мәтіндер мен бояуы қанық көркем суреттері бір-бірін толықтыра отырып, баспа өз өнімдерінің сапасын жоғарғы деңгейге жеткізді.

10 жылдың ішінде баспадан шыққан кітап-тардың саны 1000-ға жуық болды. Бұл үлкен жетістік. Осыншама көлемдегі кітаптар «Ару-на» баспасының көмегімен жарық көргенімен, қазіргі таңда «Аруна» баспасының жеке баспа-ханасы жоқ. Баспахана ашу қымбат тұрады. Сондықтан да кітаптарды Қазақстанда тұрақты келіскен баспаханада бастырады. Баланың тұңғыш рет қолына алып отырған кітабы қызықты,

көркемсуретті, сапасы жоғары бол-ғаны дұрыс. Алайда, өкінішке қарай, кітап, полиграфия өндірісі Қазақстанда кең жолға қойылмаған. Қағаз да, бояу да Республикамыз-да өндірілмейді. Барлығын баспа шеттен са-тып алады, ол өте қымбатқа түседі. Баспахана-ларда кітаптың өзіндік құны қымбат болатыны сондықтан. Сондықтан кейде кейбір кітаптарды Қытайда басып шығаруға тура келеді. Мұның себебі - Қытайда арзан бағаға басып шығарады және кітаптың сапа жағы да жақсы. Бірақ оның кемшілігі басылып шыққан кітаптар кеденде көп уақыт тұрып қалады және бұл көп уақытты қажет етеді. Ал «Аруна» баспасы үшін ең бас-тысы - кітаптың бағасын қымбаттатпау болып табылады.

Баспаның шығаратын кітаптары балаларға арналғандықтан, оның безендірілуі мен дизайны өте маңызды рөл атқарады. Бала жаңа акпараттың барлығын көру арқылы қабылдайды. «Аруна» баспасында *Иманалиев Бауыржан*, *Козлова Елена*, *Королек Елена* сынды суретшілер қызмет атқарып, әртүрлі идеяларды туындатып отыр. Алайда кейде авторларға қарағанда қаламақыны молдау алса да суретшілермен жұмыс істеу қиындау. Себебі, негізінен, олардың көбісі басқа ұлттың өкілі немесе қазақтардың өзі орыстілді болып келеді. Салт-дәстүрді білмейді. Қазақ баласының жандүниесін, ішкі әлемін дәл бере алмайды. Мұндай жағдайда шығармаларды орыс тіліне аударып беруге тура келеді. Бірақ баспа қазіргі таңда бұл қиыншылықты дизайнерлер мен безендірушілердің фантазиясының арқасында жеңе отырып, үздік кітаптарды дүниеге әкеліп отыр. Мысалы, «Наркомания қасіреті» атты кітапта әрбір әңгіменің басы үлкен қаріппен беріліп, ал келесі жолда ол одан кішірек, ал келесі жолда одан да кішірек қаріппен жазылған.

Мұндай тың идеяны бас көркемдеуші редактор Козлова Елена бұл баланың назарын аудар-тып, шығарманы тез оқып оған тез еніп кеткізуі үшін жасалған деп түсіндірді. Расында да бұл оң нәтиже берді, өйткені аталған кітап 80 мың данамен таралды. Бұл баспа үшін қомақты та-быс болып табылады. Кітапты безендіруде баспа дизайнерлері оның қарпіне байқағанымыздай үлкен мән береді. Көбінесе баспада дайын қаріп пайдаланылады.

«Мәдени мұра» Мемлекеттік бағдарламасы Қазақстан Республикасы Президенті Н. Назарбаев бастауымен құрылған. 2003 жылы мемле-кет Басшысы Қазақстан халқына Жолдауын-да Қазақстанның үлкен мәдени мұрасын, мемлекеттік

тілде гуманитарлы білім қорын, тарихи-мәдени және сәулет ескерткіштерін қал-пына келтіруді, ұлттық әдебиет пен жазудағы көпғасырлы тәжірибені біріктіруді зерттеудегі бірыңғай жүйе қалыптастыруға бағытталған бағдарлама жасауды бұйырды.

Бағдарламаны жүзеге асыру 2004 жылы басталған болатын және екі жылға есептелген. Кейін тағы екі кезең құрылды: 2007 жылдан 2009 жылға дейін және 2009 жылдан 2011 жылға дейін.

«Мәдени мұра» Мемлекеттік бағдарламасы мәдениетке деген мемлекеттік қозғалысын анықтаған рухани және білім беру істерінің даму саласындағы негізгі құжат, стратегиялық ұлттық жоба болып кетті. Мұншалықты үлкен жоба-ны іске асыруды ТМД елдерінің ішінде алғаш бастаған - Қазақстан.

«Мәдени мұраның» мақсаты - елдің тарихи-мәдени мұрасын зерттеу, қалпына келтіру және сақтау, тарихи-мәдени дәстүрлерді қайтару, шет елде Қазақстанның мәдени мұрасын үгіттеу.

«Аруна» баспасы да соңғы жылдары «Мәдени мұра» бағдарламасын іске асыруға ат-салысып, тендерде жеңіп алған лоттар бойын-ша бірнеше энциклопедиялық анықтамалықтар шығарды. Атап айтқанда, «**Қазақ мәдениеті**» энциклопедиялық анықтамалығында еліміздің мәдени өміріндегі оқиғалар мен құбылыстар, бейнелеу және қол өнері, театр мен кино өнері, көне заманнан келе жатқан сәулет өнері және археологиялық ескерткіштер, өнертану терминдері камтылды. Сондай-ақ мұндағы төл мәдениетіміздің дамуына зор үлес қосқан тұлғалар: сәулетшілер, суретшілер, мүсіншілер, актерлер, киногерлер, сазгерлер, әншілер, күйшілер туралы өмірбаяндық мақалалардың да танымдық-тағылымдық маңызы мол деп айта аламыз.

Ал «**Қазақ әдебиеті**» энциклопедиялық анықтамалығында қазақ әдебиетіне қатысты ұғымдар, барлық ақын, жазушы, жыршы, жыраулардың, әдебиеттанушы ғалымдардың қысқаша ғұмырнамасы жүйеленді. Сонымен бірге қазақ ауыз әдебиетінің, поэзиясының сан ғасырлық тарихи даму сатыларын паш ететін ежелгі әдеби нұсқаларға, XV-XVIII ғасырлардағы жыршы-жыраулар шығармаларына, ертегі аңыздарға, батырлық, ғашықтық жыр-дастан-дарға, түркі поэзиясының нұсқаларына да назар аударылған. XVIII-XIX ғасырларда, XX ғасырдың бас кезі мен

біздің заманымызда қазақ поэзиясының, жазба әдебиетінің қарқынды өркендеуі, жетістіктері мүмкіндігінше толық әрі ашылып көрсетілген. Оқырман кітаптан қазақ әдебиетіне қатысты толық мағлұмат ала алады.

Осыдан басқа, «Аруна» баспасының «**Қазақстан тарихы**» энциклопедиялық анық-тамалығында өткен үлкенді-кішілі оқиғалар қазақ халқының мүддесіне және тарихи тағдырына қатысты жүйелі баяндалады. Кітапта түркі тай-палары құрған мемлекеттер, Қазақ хандығының тарихы, қазақ халқының өз жеріне көз алартқан жат жерлік басқыншылармен шайқастары, Ресей империясының бодандығында болған жылда-ры, тәуелсіз Қазақстанның жаңа тарихы түгел камтылған.

Назар аударарлық энциклопедиялық анықтамалықтың бірі - «**Жеріңнің аты - еліңнің хаты**». Онда Қазақстан аумағындағы топонимдер (жер-су атаулары) тұңғыш рет толық көлемде топтастырылды. Республиканың 14 облысы бойын-ша тізілген 17 мыңнан астам табиғи нысандар мен елді мекендердің жалқы атаулары қысқаша тарихи-географиялық мол мағлұматтармен өрнектеле берілген. Кітап Қазақстан табиға-тының әсем суреттерімен безендірілген, түрлі-түсті карталармен жабдықталған.

Баспа балаларға арналған үш томдық «**Ежелгі Қазақстан мифтері**», «**Ежелгі Қазақстан аңыздары**» және «**Ежелгі Қазақстан әпсаналары**»[2] басылымы оқырманға ұсынып отыр. Қазақ және орыс тілдерінде шыққан бұл кітаптарда ерте заманнан атадан балаға мұра болып, халық жадында сақталған, ертедегі бабаларымыздың арман-қиялынан туған аңыз-әңгімелер топтастырылған. Ежелгі Қазақстан жерінде өмір сүрген халықтардың өмірі мен мәдениетін, салт-дәстүрін баяндайтын, аты аңызға айналған жерлермен, адамдармен таныс-тыратын осынау томдарда халық ауыз әдебиеті бір жүйеге келтіріліп, балалар дүниетанымына лайықталып баяндалған. Авторы - «Алаш» сыйлығының лауреаты Орынбай Жанайдаров.

Ал «**Шығыстың ұлылары**» топтама-сы балалар мен ересектерге арналып қазақ және орыс тілдерінде шығып жатқан бұл топ-тама күні бүгінге дейін көркем әдебиетте нақтылы айтылмаған ұлы тұлғалар туралы дерек береді. Балалардың туған жеріне, халқына деген сүйіспеншілік сезімдерін

оятып, ұлы ата-бабаларының асыл мұраларын құрметтеуге бау-лиды.

Топтамада ірі тарихи оқиғалар, мемлекет-аралық қарым-қатынастар және қағандардың, батырлардың, ғалымдардың, ұлы ойшылдар мен ақындардың өмірі, іс-әрекеттері қамтылған. Атап айтқанда, бұларда атақты қолбасшы Әмір Темір, қазақ даласында исламның нығаюына зор ықпал жасаған ғұлама Қожа Ахмет Яссауи, ғұндардың алып империясын құрып, тарихта өшпес атын қалдырған тұлға Мөде қаған, аса ірі мемлекет қайраткері, қазақтың ұлы ханы Абылай, әлемдік тарихта өзіндік орнын иеленіп, есімін өшпес даңққа бөлеген толағай тұлға Шыңғыс хан, көшпелілердің көне мемлекеті - Түрік қағанатын құрған және оның бірінші билеушісі болған Бу-мын қаған және басқалардың бейнелері әсерлі сомдалып, оқырманға жол тартты.

Қазақ халқының елімен, жерімен, тари-хымен және атақты тұлғаларымен танысты-ратын 20 томдық **«Қазақстан балалар энциклопедиясы»** топтамасының алғашқы **«Ежелгі Қазақстан», «Алтын Орда», «Қазақ хандығы», «Қазақстанның ежелгі қалалары», «Қазақстанның мифтері мен аңыз-әңгімелері»** томдары жарық көрген.

Тарихи-этнографиялық тақырыпты қамти-тын мектеп жасындағы балаларға арналған қазақ және орыс тілінде жазылған 160 кітапты қамтитын **«Сен білесің бе?»** топтамасы жинақталып, толықтырылып үлкен энциклопедия түрінде жарыққа шықты. Ол жасөспірімдер әлеміне аттанып, көптеген құпиялардың сырын ашады. Көркем тілмен қысқа әрі нұсқа жазылған мәтіндер олардың ой-өрісін дамытып, Отанына деген сүйіспеншілігін оятады. Ата тарих, салт-дәстүр, мәдениетімізбен әрі ұлы тұлғалармен таныстырады.

Кішкентай балдырғандар үшін баспа-дан **«Әліпби. Анаммен оқып үйренемін»** топтамасының алғашқы **«Үй жануарлары», «Қоршаған орта», «Құстар», «Ғажайып буын-дар», «Ойыншықтар», «Ата-бабам мұрасы», «Әйбәт әліппе»** кітаптары жарық көрді. Бұл кітаптар 42 әріппен таныстырып қана қоймай, буынға бөлініп берілген мәтінді жаңадан оқып үйреніп жүрген балалар үшін оқу дағдысын үйренуге септігін тигізеді. Сонымен қатар өз беттерімен оқуға арналған **«33 мысал», «Бақыт құсы», «Қызғылықты қылықтар»** атты оқулық кітаптары да өз оқырмандарын қуанышқа бөлеуде.

Баланың оқыған кітаптарын дұрыс түсініп қабылдауына көмектесетін **«Әңгімелеу өнері»** топтамасына енген **«Ақ көбелек», «Еркеме -ертегім», «Туған топырақ», «Наурыз көже», «Бауырлар»** кітаптары да дүкен сөрелерінен өз орындарын тапты. Бұл кітаптар баланың оқыған мәтіндерінің мазмұнын өз бетімен дұрыс айтуы-на мүмкіндік туғызады.

Баланы мектепке жан-жақты дайындау -әрбір отбасы үшін жауапты іс. 5-6 жастағы балдырғандарға әріптерді тану, оқу және жаза білу қиын да қызықты. Сондықтан сауаттарын ашуға көмектесетін **«Сиқырлы әріптер», «Ды-быстар әлемі», «Ғажайып буындар»** кітаптары ойлау белсенділігін арттырумен қатар, әріп, ды-быс, буын, сөз, сөйлем туралы мағлұмат береді. Буынға бөліп оқуға, үзбей оқуға жаттықтырады.

**«Қазақ ертегілерінің антологиясы»** топтамасы да өз жалғасын табуда. Топтамаға енген **«Өнегелі ертегілер», «Ерте, ерте, ертеде...»** томдары жуық арада жарыққа шығады. Соны-мен қатар **«Ерлік ертегілер», «Ертегім неткен... мұратына жеткен»** томдары жарық көрген. Бұл топтаманың негізгі өзегі адамгершілікті бағалау, тарихи тағылым және имандылыққа тәрбиелеу болып табылады. Ертегілер балалардың ой-өрісін дамытып, белсенділігін, есте сақтау қабілетін арттырады, жаман мен жақсыны ажы-ратуды үйретеді.

Баспаның жоба жоспарынан әлем ертегілері де тыс қалмаған. 2007 жылдың басында жарық көрген **«Ең қымбат нәрсе»** томына қосымша даярланған орыс халық ертегілерінің екі томдық жинақтары жарық көрді.

Балалар ақын-жазушыларының шығарма-лары, оның ішінде **«Менің әлемім»** - баланың тіліне сай жазылған жануарлар туралы өлеңдер жинағы. Олар жасөспірімдерге жануарлар әлемі туралы мағлұмат береді. Қоршаған әлеммен, табиғаттағы кездесетін жұмбақтармен таны-стырады. Ал **«Ормандағы оқиғалар»** ертегілерін қолына алған оқырман бала кейіпкердің іс-әрекетін таразылап, жақсылық пен адамгер-шіліктің сабақтарын алады.

Сонымен қатар **«Аруна»** баспасы оқулықтар, оқу бағдарламасына енген шығармаларды, көмекші құралдарды да шығарды. Оқушыларға арналған сөздіктер, оқу-әдістемелік кешендер, 5-6 сыныптарға арналған **«Қазақстан тарихы туралы әңгімелер», «Ежелгі Қазақстан», баста-уыш сыныптар үшін «Ақпарат мәдениетінің негіздері», «Жазбаша сөйлеу»**

өнері», «Өмір қауіпсіздігін сақтау негіздері» мен жұмыс дәптерлері жарыққа шығып, Білім және ғылым министрлігінің қолдауына ие болды. «Самоучитель казахского языка» - қазақ тілін өз бетінше үйренемін деушілерге арналған көмекші құрал. Кітапқа 45 сабақ енген. Әр сабақ ауызекі сөйлесуге жетелейтін ережелермен, кестелермен, бекіту тапсырмаларымен, жаңа сөздермен және фразеологиялық сөз тіркестерімен толықтырылған.

«Аруна» баспасының оқулықтары, көмекші құралдары мен оқу-әдістемелік кешендеріне тоқталып кететін болсақ:

**«Саралап деңгейлеп оқытудың педагогикалық технологиясы» топтамасы** негізгі оқулыққа көмекші құрал. Бұл жұмыс дәптерлері өз бетімен білім деңгейлерін көтеруіне көп көмегін тигізеді. Оларды оқуға ынталандырады. Ойларын жинақтап, тұжырымдауға дағдыландырады. Алған білімдерін рейтинг жүйесінің көмегімен әділ бағалауға мүмкіндік береді.

**Оқу - әдістемелік кешен 1-4 сынып оқушыларына арналған «Ақпараттық мәдениет негіздері»** - балалардың ойлау, тұжырым жасау қабілеттерін дамыту мақсатымен информатика сабағына негіз және қалай үйрету туралы өзекті мәселелерді қарастырады. Пән де ғылым сала-сы ретінде зерттеу ақпараттық технологияларды оқытумен негізделген. Оқу кешеніне енген әрбір бөлім белгілі бір жобаны зерттеп, оқушының өз бетінше де, топпен де жұмыс істеуіне мүмкіндік береді.

**«Қоңырау» топтамасы** - сапалы оқытудың жаңа әдістерін қамтып, бүлдіршіндерді мектеп-ке даярлаудың негізгі құралы. Оның мазмұны дидактикалық ойындар мен балалардың ақылойын, танымын дамытатын тапсырмаларға бай. Кешен балалардың Отан, тарих, мәдениет, ата дәстүр туралы деректермен сусындап өсуіне ықпал етеді. Отбасында да пайдалануға қолайлы осы кітаптардың тәрбиелік мәні зор.

Кешендер әліппе-дәптерден, дидактикалық материалдан, хрестоматиядан және әдістемелік нұсқаудан тұрады.

**«Көркем әдебиет»** бұл оқу кешені бала-ларды көркем әдебиеттің ғажайып әлеміне саяхатқа шақырады. Ертегілер, жаңылтпаштар, жұмбақтар, мақал-мәтелдер, нақыл сөздер, акын-жазушылардың шығармалары оқырманды өзіне тарта түседі.

**«Алақай»** - орыс тілді балалардың қазақ тілін жеңіл игеруіне көмектесетін құрал. Негізгі мақсаты ауызекі сөйлеуге үйрету, дыбыс және әріптермен таныстыру. Олар танымын дамыта-тын ойындар арқылы жүзеге асырылады.

**«Бейнелеу өнері»** бейнелеу өнерінің оқу-әдістемелік кешені балалардың эстетикалық талғамы мен шығармашылық қабілетін арттырып, ойқиялын дамытады.

**«Тіл дамытудың ғажайып әлемі»** бала-лардың тілін дамыту үшін сөздік қорын байыту, дұрыс сөйлеуге, ойын толық жеткізуге дағдыландырады. Олар өлең, әңгіме, ертегі ойындар мен танымдық жаттығулар арқылы жүзеге асырылады.

**«Боямақ» топтамасында** әсем суреттер мен балалардың танымдық қабілетін арттыратын тәрбиелік маңызы бар ертегілер, санамақтар, өлеңдер жинақталған.

**«ӨКСН»** - бұл елімізде тұңғыш рет жарық көрген *Өмір Қауіпсіздігін Сақтау Негіздері* кітабы. Кітапта баланы табалдырықтан не күтіп тұр. Тіпті үйдің ішінде қандай қауіп бар. Тазша баланың басынан кешкен оқиғалар арқылы ав-торлар осы мәселелердің алдын алуға, қауіп бола қалған жағдайда дұрыс шешім табуға үйретеді.

**«Балақай» топтамасы.** Бұл - бүлдіршіндерге арналып шығарылған қазақ тіліндегі танымдық кітапшалар. Топтамаға енгізілген өлеңдер, тақпақтар, жаңылтпаштар, санамақтар, қысқаша ертегілер балалардың жас ерекшеліктерін ескере отырып жинақталған. Топтама көркем безендірілген.

**«Әй-Әй» топтамасы (картон-кітапшалар)** - атына сай бүлдіршіндерді әсем әрі қанық бояуларымен, көркемдігімен, әсерлі мазмұнымен қуантады. Балалар жұмбақ дүниеге саяхат жа-сап, кітап әлемінің сиқырлы сырына қанық бола-ды. Бала қоршаған ортамен танысып, көптеген сұрақтарына жауап алады.

**«Сырсандық» топтамасы.** Бұл топтама халық ауыз әдебиетіндегі танымал кейіпкер Алдар Көсенің басынан кешкен қызықты оқиғаларына толы. Мұндай ертегілер жақсы мен жаманды, қайырымдылық пен қатыгездікті ажырата білуге баулиды.

**«Ғажайыптар әлемі»** - балаларға арнап құрастырылған орыс тіліндегі хрестоматия. Бұл оқулық бүлдіршіндерді мектепке даярлау ісінде көп көмегін тигізеді. Хрестоматия ата-аналарға және тәрбиешілерге арналған. «Аруна» баспасында

көптеген кітаптар мен оқулықтар, көмекші құралдар мен оқу-әдістемелік кешен-дер жарық көрді.

- 1 Қазақстан баспагерлері мен полиграфистері. - Алматы: Білім, 2005 ж.
- 2 [www.Aruna.kz](http://www.Aruna.kz)

#### Әдебиеттер:

В статье исследуются проблемы детского книгоиздания Казахстана, роль литературы в образовании и воспитании молодого поколения. На примере анализа продукции издательства «Аруна», жанровой и содержательной моделей литературы для детей автор предлагает пути решения некоторых проблем детского книгоиздания республики. Предлагается комплексная оценка детского издания, включающего не только качество полиграфии бумаги, но и ценовую политику.

In this article we research the problems of child publishing in Kazakhstan, and the role of literature in the education and upbringing of the younger generation. By the example analysis of publishing production of «Aruna», models of genres and contents of children's literature, the author suggests ways to solve some problems of children's book publishing of the country. Proposed that a comprehensive assessment of children's publishing, which includes not only the quality of printing and paper, but also price policy.

А. Тілепберген

#### Авторлық құқықтың маңыздылығы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

УДК 316.77:001.12/.18; 070:001.12/.8

**Аңдатпа.** Бұл ғылыми мақалада, автор, авторлық құқықтың тарихына тоқталып, оның біздің өмірімізде алатын орны туралы жазған. Авторлық құқықтың біздің елде дұрыс сақталмауын, олардың аяқ асты-на тапталуын жазады. Авторлық құқық неден, қандай ережеден тұратынын толығымен түсіндіруге тырысады. Олардың қорғалуы қолға алынса екен деген арманы бар. Авторлық құқықтың сақталуы, оның орындалуы біздің елде әлі де шалыс калуда, осыны ойды жете түсіндіруге тырысқан.

#### Авторлық құқық. Санаткерлік меншік.

Егеменді ел болып, тәуелсіз туымыз көк аспанда желбірегеннен бастап, еліміздің рухани асыл қазыналарын көзіміздің қарашығындай қорғап, олардың қадір-қасиетін жоғалтпай, ке-лер ұрпаққа сол қалпында жеткізу - біздің басты міндеттеріміздің бірі. Елімізде тамыры тереңге жайылған көне жәдігерлеріміз аз емес. Мұның барлығы - халқымыздың теңдесі жоқ рухани байлығы, ұлттық мұрасы.

Қай кезде де болмасын, әр туындының өз авторы, яғни, иесі болғаны хақ. Сонау бағзы за-манда, автордың туындысына қатысты қандай да бір даудамай туа қалса, сол дауды тез арада сол елдің билері шешіп отырған. Осы сияқты қазіргі таңда да автордың құқығын жерге таптал-пай, мемлекеттік іс жүзінде, түрлі заңнамалық акт ретінде қарастырып келеді. Қазақстан Республикасы қолданысындағы заңнамада автор-лық құқықты деп автордың мүліктік және жеке мүліктік емес құқықтары түсініледі. Ал автор - өз кезегінде шығармашылық

еңбе-гімен ғылым, әдебиет, өнер туындысын жасаған жеке тұлға, олардың бәрі міндетіне, мазмұнына және қасиетіне олардың білдіру әдістері мен нысандарына байланысты емес, зияткерлік меншіктің объектілері бо-лып саналады. Қазақстан Республикасында авторлық Қазақстан Республикасының Конс-титуциясымен, Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексінің 971-984 баптарымен, Қазақстан Республикасының 1996 жылғы 10 маусымдағы N 6-І «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» Заңымен (бұдан әрі - Заң), 1942 жылғы 6 қыркүйектен Дүниежүзілік (Женева) авторлық құқықтар туралы Конвен-ция нормаларымен (Қазақстан оны бұрынғы КСРО-ның халықаралық міндеттемелерін және келісімшарттарын заңды мұрагері ретінде таныған болатын), 1996 жығы желтоқсанның 20-нан авторлық құқықтар және орындау және фонограммалар бойынша Дүниежүзілік зияткерлік меншік ұйымының Женевадағы келісім шарттын

ережелерімен (Қазақстан оларға 2004 жылғы сәуірдің 16-нан №545 және №546 Заңдарымен қосылды) және тағы басқа Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық актілерімен реттелінеді[1].

Қазақстан Республикасының авторлық құқық саласындағы заңнамасы басты мақсаттарға және міндеттерге жетуіне бағытталған. Біріншіден, авторлық құқық ғылым, әдебиет және өнер туындыларды жасау бойынша қызметін ынталандыруы қажет. Осы мақсаттарда авторлық құқық шығармашылық еңбекпен айналысуға жағдай жасап мүмкіндік туғызады, жет-кен шығармашылық нәтижелерінің қорғауын, құқықтық тануын және авторлардың соңынан олармен жасаған туындыларды қолдануына құқықты бекіту және табысты алуын қамтамасыз етеді. Екіншіден, авторлық құқық қоғамның мүдделерінде туындылардың кең қолдануына жағдай жасайды. Басқа сөзбен айтсақ, авторлық құқықтың қорғауын күшейтуі және оны бұзғаны үшін жазаның қаталдануы адамның күнделікті өмірінде авторлық құқықтардың объектілерін қолдануға ешқандай бөгет жасамауға тиіс.

ҚР АҚ 3т. 963 бабында, зияткерлік меншік ережелеріне қатысты және «Авторлық құқық» тарауына өз қолданысын тарататын, автордың құқығы ажыратылмайды және берілмейді, тек қана шығармашылық еңбекпен зияткерлік шығармашылық қызметімен нәтижені жасаған тұлғаға тиесілі болуға мүмкін екенін анықтайды. Авторлық құқық идеяларға, қағидаларға, принциптерге, әдістерге, жүйелерге, процестерге және фактілерге өз ықпалын таратпайды. Егер туынды екі немесе бірнеше жеке тұлғалардың бірлескен шығармашылық еңбегімен жасалған болса, олар өзара тең авторлар болып саналады және бірдей құқықтары бар. Тең авторлардың әрбірі өз қалауы бойынша онымен жасалған туындының дербес мағынасы бар бөлігін қолдануға құқылы, егер бағасы олардың арасындағы келісіммен қарастырылмаған болса. Тең авторларға туындының толық қолдану құқығы бірлесе жатады. Заңды тұлғалардың соңынан авторлық құқық мойындалмайды, олар заңнамамен көзделген немесе авторлық келісім шарт негізінде туындыны қолдануға алғанда тек қана құқық иеленушілер ретінде бола алады.

Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексіне және Қазақстан Республикасының авторлық құқықтар туралы Заңның 7-бабына сәйкес авторлық құқық объектілері мыналар бо-лып табылады:

- 1) әдеби туындылар;
- 2) драмалық және музыкалық-драмалық туындылар;
- 3) сценарий туындылары;
- 4) хореография және пантомима туындылары;
- 5) мәтіні бар немесе мәтіні жоқ музыкалық туындылар;
- 6) дыбыс-бейне жазу туындылары;
- 7) кескіндеме, мүсіндеме, графика және бейнелеу өнерінің басқа да туындылары;
- 8) қолданбалы өнер туындылары;
- 9) сәулет, қала құрылысы және бау-саябақ өнері туындылары;
- 10) суретке түсіру туындылары және суретке түсіруге орайлас әдістермен жасалған туындылар;
- 11) карталар, жоспарлар, нобайлар, безендірулер және географияға, топография мен басқа ғылымдарға қатысты үш өлшемді туындылар;
- 12) ЭЕМ-ге арналған бағдарламалар;
- 13) өзге де туындылар.

Авторлық құқық объектілеріне мыналар да жатады:

- 1) туынды шығармалар (аудармалар, өңделген дүниелер, аннотациялар, рефераттар, түйіндер, шолулар, инсценировкалар, музыкалық өңдеулер және басқа да ғылым, әдебиет пен өнер шығармаларын өңдеу);
  - 2) жинақтар (энциклопедиялар, антологиялар, деректер базалары) және материалдарының іріктелуі және (немесе) орналасуы жағынан шығармашылық еңбектің нәтижесі болып табылатын басқа да құрама туындылар.
- Авторлық құқық объектілерінің авторлары оларға өте мәнді мүліктік (айрықша) және жеке мүліктік емес құқықтары бар, авторлық құқық автордың бүкіл өмірі бойына және ол қайтыс болғаннан кейін, автор қайтыс болғаннан кейінгі келесі жылдың бірінші қаңтарынан есеп-тегенде, жетпіс жыл бойы күшінде болады. Бүркеншік атпен немесе жасырын атпен алғаш рет жарыққа шыққан туындыға авторлық құқық туынды жарыққа шыққаннан кейінгі жылдың бірінші қаңтарынан есептегенде жетпіс жыл бойы күшінде болады. Туындыға авторлық құқықтың қолданылу мерзімі



біткеннен кейін ол қоғамның игілігіне айналады. Қоғамның игілігі болып табылатын туындыларды кез келген тұлға авторлық сыйақы төлеместен еркін пайдалана алады. Дегенмен бұл орайда авторлық құқық, автор есіміне құқық және туындыға қол сұқпаушылық құқығы сақталуға тиіс, өйткені осы құқықтар ҚР АҚ 6 т. 982-бабына сәйкес авторлық, автордың есімі және туындыға қол сұқпаушылық мерзімсіз қорғалады.

Айрықша авторлық құқық иесі өз құқықтары туралы мәлімдеу үшін туындының әрбір данасына салынған және үш элементтен:

- 1) қоршауға алынған латынша «С» әріппен;
- 2) айрықша авторлық құқықтар иесінің есімімен (атауынан);
- 3) туындының бірінші жарияланған жылы-нан тұратын авторлық құқықты қорғау белгісін пайдалануы мүмкін.

Авторлық құқықтың және сабақтас құқықтардың объектілерін пайдаланатын жеке және заңды тұлғалардың қызметін бақылайтын уәкілетті мемлекеттік орган - Қазақстан Республикасы Әділет Министрлігінің Зияткерлік меншік құқықтары жөніндегі Комитет, ал авторлардың және орындаушылардың құқық-тарын белсенді қорғайтын ұйымдар - олар «Қазақстандық авторлық қоғамы» РҚБ және «Авторлық және сабақтас құқықтарды қорғау жөніндегі қазақстандық ассоциациясы» ЗТБ.

Одан басқа, Қазақстан Республикасы №1141 2003 жылғы қарашаның 13-і күнгі Қаулысымен Қазақстан Республикасы 2001 жылы 11 мамырында бекітілген Зияткерлік меншік саласында құқық бұзушылықтарды жолын кесу бойынша ынтымақтастық туралы Келісімді орын-дауды міндетті органдардың тізімін бекітті, олар: Қазақстан Республикасының Әділет Министрлігі, Қазақстан Республикасының Ішкі Істер Министрлігі, Қазақстан Респуб-ликасының Бас Прокуратурасы, Қазақстан Республикасының Қаржы полициясы және Ке-ден органдары.

Сонымен, жоғарыда айтылғанның қорытындысын шығарсақ, келесіні айту қажет, авторлық құқықтарды және сабақтас құқықтарды заңсыз пайдалануы үшін азаматтық (ҚР АҚ норма-лары), әкімшілік (ҚР ӘҚБК 129-бабы) және қылмыстық (ҚР ҚК 184 бабы) жауапкершілік көзделген[2].

Қазіргі уақытта зияткерлік меншікті қорғау мәселесінің өзектілігі күннен-күнге артып келеді. Қазақстандағы авторлық құқықтың қалыптасу

тарихына келсек, 1917 жылы 29 желтоқсанда «Мемлекеттік баспа туралы» заң қабылданды. Осылай төңкерістен кейін одақ құрамындағы елдерде автор құқығы азды-көпті қорғала баста-ды. 1928 жылы арнайы заң кодексі қабылданды. 1977 өмірге келген БАҚ жөніндегі агенттіктің ҚазКСР-да арнайы бөлімі ашылды. Оны Әнуар Әлімжанов, Сағат Әшімбаев, Қалдарбек Най-манбаев сияқты қайраткерлер басқарды. Одақ тарап, аталған мекеме заңдық күшін жойған соң, 1991 жылдан Қазақстан авторларын қорғайтын мемлекеттік агенттік сол кездегі жүйеге орай, бірнеше министрлік қарамағына өтіп отырды. 1996 жылы авторлық құқықты қорғайтын заң қабылданған соң, елде «Қазақстан Республикасы Мемлекеттік органдарын топтастыру туралы» заңы қабылданып, мекеме Әділет министрлігі қарамағына өтті. Ол қазір санаткерлік меншік жөніндегі комитет деп аталады. Қызметі -авторлық меншік нысандарының жалған данала-рын жасаушы алаяқтармен күрес. Оны Нұрғайша Сахипова басқарды. Ал Қазақстан Авторлары Қоғамы 1997 жылы наурыз айында құрылды. Оны қазірге дейін Марал Ысқақбай басқаруда.

ҚР Әділет министрлігінің санаткерлік меншікті қорғау комитеті белгіленген тәртіп бойынша мекемелерді мемлекеттік тіркеуден өткізеді, оларға тіркеу куәлігін береді. Санаткерлік меншікті қорғау заңына сәйкес, оны бұзған азаматтар әкімшілік, азаматтық, қыл-мыстық жауапкершіліктерге тартылады. 1996 жылғы 10 шілдеде қабылданған ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқық туралы» заңына сәйкес және халықаралық міндеттерді орындау мақсатында санаткерлік меншіктерді қорғау жүктелген.

Құқықтарды қорғау - ол тек бұзылған құқықтарды қорғаудан тұрмайды. Соны-мен қатар жай авторлық құқық субъектілері үшін күнделікті жүзеге асыру барысында да қорғалуы қажет деп көрсеткен. Құқықтарды қорғау жүйесі азаматтар мен ұйымдардың субъективті құқықтарын жүзеге асырудан құралады. Жарияланған құқықтар тек олардың жүзеге асырылуына кепілдік бергенде ғана шы-найы болмақ. Құқықтарды қорғау жүйесінің негізгі бөліміне - субъективті құқықтарды бұзу орын алған жағдайда, оларды қорғау шараларын қолдану кіреді.

1996 жылғы 10 шілдеде қабылданған ҚР «Авторлық құқық және сабақтас құқық туралы»

заңның 1-бабында аталмыш заң ғылым, әдебиет және өнер туындысына қатысты хабар тарату-шы ұйымдардың хабарларын құрумен байла-нысты болатын санаткерлік меншік арасындағы қатынастарды реттейді делінген. Бірақ бапта қандай қатынастар авторлық құқық пәні болып табылатындығы анықтап көрсетілмеген.

Осы бапқа сай азаматтық заңдар мен тауар ақша қатынастары және қатысушылардың теңдігіне негізделген өзге де мүліктік қатынастарға байланысты мүліктік емес қаты-настар реттеледі. Авторлық құқыққа автордың шығармашылық нәтижелерін пайдаланатын тұлғалар мен автордың арасындағы өзара қатынастардың шартты нысаны негіз болып табылады. Бұл құқықтық құрылым автордың мүліктік және жеке мүліктік емес құқықтарын жүзеге асыруды және қорғауды қамтамасыз етеді.

Авторлық құқық - Азаматтық құқықтың құрылымдық бөлімшесі. Ал авторлық шарт азаматтық құқықтық шарттың бір түрі. Қазақ-стан Республикасы Азаматтық кодексі бойын-ша, азаматтық құқықтық шарт бұл екі немесе одан да көп адамның азаматтық құқықтар мен міндеттерді белгілеу, өзгерту немесе тоқтату ту-ралы келісімі (378-баптың бірінші бөлімі) [3].

Мемлекетімізді, әлеуметтік-экономикалық жағдайды дамытуға байланысты жүріп жатқан ре-формалар қоғамдық қатынастардың өзгеруін, ең алдымен, құқықтық қатынастардың, оның ішінде авторлық құқық және сабақтас құқықтар саласын жаңаша бағалауға және құруға бағыттайды. Өйткені Қазақстан Республикасының ұлттық заң кесімдерінен өзге авторлық құқық және сабақтас құқықтардың республикадағы заң негіздері халықаралық шарттардан құралатындығын ес-тен шығармауымыз керек.

Біздің елімізде, шығармашылық жұмыс-тармен айналысуға толықтай кепілдік бе-рілген. Ол Қазақстан Республикасының Не-гізгі Заңы - Конституциясының 20-бабын-да «Сөз бен шығармашылық еркіндігіне ке-пілдік беріледі. Цензураға тыйым салына-ды» деп тұжырымдалған. Дей тұрғанмен сөз бостандығын місе тұтып, ойдан шыққан мағы-насыз жай сөз тізбегіне әуен қосып мез болып жырлап жүрген халқымыз да аз емес. Қазіргі таңда басылымдарымыз да, өзге де туындылары-мыз да цензурадан өтіп жатқан жоқ. Баспаларда келген қолжазбаға табыс көзімен

қарайды да, еш тексерусіз баса береді. Өйткені баспаларда тапсырыс аз, олардың қолжазбаларды тексеріп, саралап басатын жағдайы болмағандықтан осы-лай істеуге мәжбүр. Ал телеарнадан беріліп жатқан анайы бейне баяндар, радиолардан ай-тылып жатқан сапасыз әуендер еш кедергісіз, еш мүлтіксіз халыққа таратылып жатыр. Олардың қайсысы цензураға тексеріліп өтіп жатыр дейсіз? Ешқайсысы. Қазіргі тілмен айтқанда, «Танысы бардың, шансы бар» дегендей, та-ныс пен ақша маңызды рөл атқаратын біздің заманға баяғы қабылданған заңдардың орын-далуы қажет. Тағы да айта кететін бір жайт, ол біздің авторларымызға қаламақының төленбеуі. Көптеген даулар осыдан бастау алып отыр, шет елдегідей авторға, туындыны орындаушыға радиодан, телеарнадан соның туындылары жа-рияланып жатса қалам ақысы төленіп отырады, ал бізде ондай жоқ. Тіпті автор көз жұмғаннан кейін де 70 жыл бойы соған қаражат бөлініп тұрады. Осыған байланысты осы жылдың сәуір айында «Заң» газетінде жарияланған, Алтынай Жолдыбекованың «Авторлық құқық мәселесі -әлі өзекті» мақаласына тоқталып өтсем.

**Алматы қаласы Әділет департаментінің зияткерлік меншік құқығы бөлімі «Заңдық және жеке тұлғалармен ойын-сауық орталықтарында музыкалық шығармаларды және әуендерді пайдалану жұмысының өзектілігі» тақырыбында жиын өткізді.**

Шараны Алматы қаласы Әділет департаменті бастығының орынбасары Ардақ Қантарбаев ашты. Сонымен қатар жиынға әділет саласының, қаладағы мейрамханалар мен кафелердің басшы-лары, авторлық құқыққа қатысты бірлестіктердің өкілдері қатысты. Онда заңды және жеке тұлға-лармен ойын-сауық орталықтарында музы-калық шығармаларды және әуендерді пайда-лану жұмысында туындаған өзекті мәселелер төңірегінде әңгіме қозғалды. Қазақстан бой-ынша жеті авторлық қоғам бар дейтін болсақ, ойын-сауық орталықтарының басшылары өздері қалаған авторлық қоғамдармен келісімшартқа тұруы қажет. Алайда кейбір жоғарыдағы орталықтар тарапынан бұл шартты орындамай-тындар бар көрінеді. Оған дәлел, өткен жылы авторлық құқықтың бұзылуына байланысты 244 тексеру жүргізілсе, соның ішінде 50-ден астам кафе-мейрамхана заң бұзушылық жасап, әкімшілік жауапкершілікке тартылыпты.

Аталған кәсіпкерлер қалаған авторлық қоғамдармен келісімшартқа тұруы қажет болса, орталық иелері шығармаларды пайдаланғаны үшін, авторларына келісімшартта көрсетілген көлемде қаржы төлеуі тиіс. Ал келісімшартта оның көлемі нақты көрсетілген. Біздің жиын-нан байқағанымыз - қалада әлі күнге дейін жоғарыдағы кәсіп иелері тарапынан тиісінше міндетін орындамай жүргендердің бар екендігі. Ардақ Қаңтарбаев: «Жалпы бұл құқықтық түсін-діру жұмысы түрінде жүргізіліп отырғандықтан, келген қонақтар көкейінде жүрген толғақты сұрақтарын қойып, тиісті жауаптарын алды деп ойлаймын», - деді.

Ал «Ұлытау» мейрамханасының әкімшісі А. Рамазанованың «Мейрамханамызда үлкен теледидар орналасқан. Теледидарда айтылған әндер үшін де ақша төлеуім тиіс пе, мейрамхана-да орындалған әндер мен музыкалық әуендерге төлеп жатырмыз ғой» деген сауалына «Абы-рой» қазақстандық авторлық қоғамының өкілі Темірлан Төлегенов: «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» заңның 12-бабы-на сәйкес, төлеуіңіз тиіс», - деп жауап берді[4]. Мәселенің көтеріліп отырғаны дұрыс. Кез кел-ген автор өз шығармасының қаламақысын алып отыруы заңды. Шетелде бұл жүйе ашық әрі өз деңгейінде нәтижелі жұмыс атқарып жатыр. Егер біздің елімізде де дәл солай жұмыс жүргізілсе, құқығым бұзылды деген әңгіме естілмес еді.

В статье автор рассматривает причины неправильно понимаемых в нашей истории проблем авторского права, на которые до этого никто не обращал внимания. Делается попытка анализа авторского права и особенностей его становления. Результаты этого исследования открывают большие перспективы в профессиональной деятельности.

In this paper, the author examines the reasons misunderstood in our history, copyright issues, which until then no one paid attention. An attempt to reveal what is in copyright, where there was, and especially its development. The results of this study unexpectedly holds great promise in their professional activities. The preservation and implementation of copyright in is still in our country. The author tried to explain this idea.

Ж. Досхожина

### Техника информационного воздействия в конвергентных масс-медиа

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** Актуальность данного исследования в том, что в современном мировом информационном пространстве зарождается и развивается конвергентная журналистика, которая привлекает к себе пристальное внимание как одна

Дөңгелек үстелде көтерілген мәселелер, жауабын таба алмай келеді. Осындай дөңгелек үстелдер көптеп өтіп жатқанымен, әкелер пайдасы аз. Қаншама мәселелер көтеріліп, сол жерде қалып қойып жатады. Осының шешімі тезірек табылса екен деймін. Автормен толықтай келісуіме болады. Расында да, автор-лар өз қаламақысын уақытымен алып отырған жағдайда ғана, келеңсіз жайттар туындамас еді.

Ойымды қорытындылай келе, «Авторлық құқық» саласының ісін әрі қарай жетілдіру үшін, осы саладағы олқылықтардың орнын толтыру біздің, яғни жас ұрпақтың міндеті. Бар жүкті М. Ысқақабай басқарып отырған «Авторлар Қоғамына» артып қоймауымыз керек. Құқық бұ-зылған жағдайда оны тез арада реттеуіміз керек. Өз құқығын білмейтін авторларымыз көп, оны жасырып қайтеміз? Сондықтан құқық саласынан өз сауатымызды аша түсейік. Сонда ғана, өзімізге-өзіміз сенімді әрі нақты жауап бере аламыз.

#### Әдебиеттер:

- 1 Қазақстан Республикасының Конституциясы
- 2 «Азаматтық кодекс», 50-тарау. Авторлық құқық
- 3 [www.Google.ru](http://www.Google.ru)- авторлық құқық
- 4 Алтынай Жолдыбекова // «Авторлық құқық мәселесі әлі өзекті» - Заң газеті. - 04/2012 жыл.

из важных особенностей перестройки в СМИ. Конвергенция технологий, приводящая к существенному «перераспределению ролей» в традиционных СМИ, изменяет роль и аудитории, и самих передатчиков информации. В связи с этим изменяется вещательная политика и становятся многообразными средства доставки информации и, конечно, видоизменяются манипулятивно-пропагандистские техники и технологии воздействия на аудиторию.

### **Конвергенция. Десубстанциализация речи.**

Но для начала рассмотрим определение термина «конвергенция». **Конвергенция** (от лат. *convergere* - приближаться, сходиться) - термин, принятый в биологии, этнографии, языкознании для обозначения аналогичных процессов схождения, взаимоуподобления. С 1970-х годов это понятие все чаще употребляется для обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических устройств - компьютеров, телефонов, телевизоров. Дальнейшее развитие термин получил в ходе дерегулировании телекоммуникационного рынка в США и вещательного рынка в Западной Европе в 1980-х годах. Но только в 1990-х годах быстрое внедрение Интернета в повседневную жизнь миллионов людей придало дискуссиям о конвергенции широкий практический смысл.

Конвергенция занимает обязательное место в современных дискуссиях о будущем СМИ. Чаще это понятие становится синонимом в разъяснении магистральных преобразований в медиа и информационно-коммуникационной сферах. Ближайшим к конвергенции СМИ понятием является «слияние».

Во-первых, это слияние технологий. Во-вторых, это слияние прежде различных и разобщенных медиа, и наконец, конвергенция - это слияние рынков медиаструктур.

В конвергентной журналистике меняется стиль работы информационной редакции и журналистов. Это принципиально новая схема организации редакционных коллективов по круговому принципу, когда все сидят вместе и создают информацию, а редакторы ведут не отдельные СМИ, а разные темы - каждый свою. В данном случае главные редакторы управляют не редакцией, а контентом. Самым важным элементом здесь становится распространение этого самого контента. Редакторы каждые полчаса разбирают, что и в каком формате, на какой платформе будет размещено. Разные форматы (печатный, онлайнный, мобильный, вещательный) продвигают друг друга с помощью кросс-промоушна, обмениваясь рекламными площадями, информацией, анонсами, ссылками на материалы. Процесс выстраивают по

особому порядку, а рядовых журналистов настраивают на оперативную плановую работу.

Мировым лидером в развитии конвергентных технологий по праву считается компания Yahoo. Она заключает контракты с ведущими информационными компаниями, телеканалами, газетами и новостными агентствами, которые предоставляют Yahoo News свои материалы. Например, телекомпания CBS каждые сутки поставляет интернет-порталу около 60 минут видеоматериалов. Другой, безусловно, яркий пример слияния онлайн и традиционных СМИ - корпорация BBC, которая была одной из первых компаний, осознавших важность онлайн-медиа, и стала первым поставщиком мультимедийного контента. Washingtonpost был одним из первых, кто внедрил новейшие цифровые технологии на сайте издания. В число первопроходцев в этой области вошел и Financail Times. В России попытку создать конвергентную журналистику осуществляет газета «Комсомольская правда», в Казахстане - холдинг «31 канал».

Конвергентная журналистика сама по себе становится мощной структурой и чрезвычайно гибкой технологической цепью для развития многоканальных манипулятивно-пропагандистских техник и технологий управления аудиторией. Если она будет продолжать свое развитие в массивной информационной обработке аудитории, не учитывая ответной реакции потребителей, конвергентная журналистика не будет востребована и принята обществом. Поэтому ей необходимо развивать продуктивный диалог в двустороннем движении. Так как становятся очевидными несостоятельность устаревших форм воздействия на аудиторию, как авторские монологи, идеологические призывы, начальствующие распоряжения и коммуникативные практики - «подмена тождеств», «ложное обоснование» и др. Ситуация конвергентной журналистики, все стремительнее охватывая мир, создает ситуацию глобального мирового диалога между источниками информации и ее потребителями. Всякая диалогическая речь создает и сохраняет конкурентную борьбу между говорящими. Диалог

неистребим при нахождении новой целостности и новой структуры обсуждаемого предмета. Все это область человеческого мышления, и она не должна исчезнуть в электронном диалоге конвергентной журналистики. Это будет все тот же оперативный простор мысли, когда новая целостность проблемы обретает собственный мотив. Такое мышление является следствием ясного ума.

Конвергентной журналистике, учитывая реалии глобализирующегося современного мира, необходимо избрать в своем общении с аудиторией демократическую форму мышления, найти взаимопонимание в массах, обозначить общие идейные и мировоззренческие точки соприкосновения с помощью управления - «новое мышление».

Для этого рассмотрим десубстанциализацию речи и попробуем разобраться, почему она претендует на роль краеугольного камня самой конвергентной журналистики.

Еще французские сенсуалисты в 60-х годах прошлого века обратили внимание на способность диалога к кооперации, которая логично вытекает из аристотелевского «парадокса лжеца» - десубстанциализации речи. Над нашим сознанием довлеет мощная аристотелевская традиция, связанная с понятием «субстанция». Слушающий нас партнер на наши доказательства зачастую задает принципиальный вопрос: «Да, что вы говорите? Неужели это так? Вы правду говорите?». Партнер ставит под сомнение все наши доказательства. Его действия радикальны

- он ставит под сомнение нашу систему доказательств в целом, вместе с ситуацией, в которой она существует. Нам не отделаться шуткой или неопределенностью. От нас требуют ответа: «Да» или «Нет». Сам вопрос «Это правда?» может иметь различную степень радикальности. Он может относиться к *ситуации*, в которой находится говорящий и слушающий, но которая, возможно, является частью, более охватывающей ситуации. Слушающий в этом случае пытается «вписать» данную ситуацию в удобный лично для него контекст. Но это подтверждает его готовность продолжать начатый диалог. В целом, он нам *доверяет*.

Но если мы скажем: «Я правду говорю», наш партнер будет обязан продолжать диалог в рамках

наших начальных условий, даже если он понял, что все, сказанное нами, - *ложь*.

В этом случае он будет обязан заставить с помощью менее радикальных вопросов говорящего перейти к новым «начальным условиям», то есть представить в диалоге ложь явно, поскольку сама постановка им вопроса предполагает доверие. Если же он сам попытается изменить ситуацию или оставить ложь необнаруженной, то ответственность за прекращение исходного диалога будет лежать на нем. Если же последовал ответ: «Я говорю неправду», то слушающий, получив разрешение на изменение ситуации, должен новыми вопросами заставить говорящего партнера не только дать правильное представление о ситуации, но также объяснить, почему он лжет. Если он это не сделает, тогда это будет значить, что ему известны основания лжи и он лишает говорящего доверия. В противном случае, разрыв диалога будет его ответственностью.

В случае мощной атаки остается один способ продолжить диалог - вы обязаны согласиться: «Да, я лгу». Если же вы скажете: «Нет, это - правда», то это будет равнозначная контратака, которая вероятно не будет партнером услышана, так как она будет все же воспринята как ложная.

Но следует ответить: «Да, я согласен - это ложь». Таким ответом мы передаем инициативу партнеру, он сам встраивает свой ответ в представляющую систему ситуации, своим согласием он открывает основания своего поведения: он лжет не потому, что он лжет, а потому что он находится в ситуации, которая лжет, то есть является ложной. Иными словами, слушающий наш партнер лишен всяких рациональных оснований действия: ситуация в действительности ложна, поскольку она представляет себя как ложная, она в действительности истинна; но если ситуация в действительности истинна, то поскольку она себя представляет как ложная, она ложна.

Таким образом, наш собеседник оказывается в ситуации «парадокса лжеца». Но так как вопрос диалога остается открытым, он обязан продолжить беседу уже в менее радикальной манере. Он вам скажет: «Хорошо. Давай дальше разбираться». Это будет означать, что представляющая система в целом и ситуация нами выведены из-под удара партнера. Диалог продолжается. «Парадокс лжеца» - это защитный механизм нашей речи, предохраняющий ее непрерывность. В стремлении

доказать свою правоту и противостоять от натиска лжи или подделки собственно разворачивается борьба человеческих интересов.

Это вопрос чрезвычайной важности в нашем современном мире и в конвергентной журналистике, в частности. Аристотелевская подсказка о традиции субстанции - учиться принимать позицию партнера натолкнуло общество на модернизацию феномена «парадокс лжеца» в новый вид управления, которые современные политологи, а после журналисты в общественных дискуссиях ввели в широкий оборот под термином - «новое мышление». Так, управление «парадокс лжеца» логично превратился в современную коммуникативную практику «новое мышление» и становится мощнейшей манипулятивной технологией в конвергентных масс-медиа.

Действительно, человеческое мышление вообще и принципы «нового мышления» как вида управления, в частности, предлагают современной личности научиться видеть шире проблемные ситуации, в которых он живет, энергичнее входить в них - успешно их преодолевать и находить общие точки соприкосновения на самые разнообразные вопросы бытия. В итоге, такой вид управления, как «новое мышление», образует диалогическое сотрудничество, которое возможно, если коммуникация между партнерами этически ориентирована.

Таким образом, десубстанциализация речи между источником и потребителем в конвергентной журналистике, на наш взгляд, будет центральным местом управления и антиуправления - манипуляцией и пропагандой, допускаемой каждой стороной. Однако управление «новое мышление» все больше становится центральной идеологией развитого общества, ибо она позволяет каждой стороне сохранять свои позиции.

Но в то же время конвергентная журналистика широко и комплексно использует известный набор манипулятивно-пропагандистских методов и приемов. Таких, как: отбор информации, актуальность и новизна, выбор информационных тем, который уже сам по себе есть акт влияния на аудиторию, разработка драматургии сюжета, которое включает в себя интригующее начало, «завязку» драмы, основное противоречие и акценты, заключение. Все это несет смысловую нагрузку, влияющую на восприятие. Порядок подачи

информации. Это первый шаг в создании пропагандистских мифов. Интонация ведущего или журналиста, их стиль формируют отношение к информации. Также конвергентная журналистика модернизирует манипулятивную пропаганду - одну из жестких, агрессивных воздействий на людей с целью резкого изменения их мировоззрения, разложения их сознания, изменения их социального поведения. «Чтобы обеспечить эффективное воздействие манипулятивной пропаганды, - пишут Э. Макаревич и О. Карпунин, - нужно сначала нарушить связи человека с традиционными ценностями и структурами, т. е. лишить его корней, превратить в «массового» человека. «Массовый» человек податлив, он наилучший объект для средств массовой информации, используемых манипулятивной пропагандой. Надо помнить, пропаганда эксплуатирует, прежде всего, человеческие инстинкты: страх, ненависть, зависть, стремление к обладанию, чувство самосохранения. Она манипулирует символами, стремится привить человеку примитивные взгляды, идеи, потребности, побуждающие к определенным поступкам» [1, с. 107].

Анализ организации и направленности пропагандистских акций, осуществляемых в процессе проведения психологических операций, позволяет выделить некоторые черты в качестве общих правил или определенных принципов:

- осуществление информирования по всем возможным каналам, которые достигают объектов психологических операций;
- использование в пропагандистских акциях любых аргументов и доводов, которые могут служить достижению целей проводимых психологических операций;
- постоянное составление (формирование) и распространение сообщений с искаженной, ложной или специальным образом подобранной информации, в том числе в виде слухов, исходя из того, что «что-нибудь, да останется»;
- дифференцированный подход к объектам пропагандистских акций по возрастному, национальному, профессиональному и другим признакам;
- изменение содержания пропагандистских материалов, способов и средств их подачи в зависимости от обстановки: от незаметного и

скрытого манипулятивного воздействия, до прямых побудительных призывов к активным действиям;

- постоянный учет психологических особенностей и состояний людей для того, чтобы расширить аудиторию объектов пропагандистских акций путем использования специальных приемов манипулятивного воздействия.

Одной из эффективных техник информационного воздействия на большие группы людей является инициирование вторичной информационной волны. Суть его заключается в проведении пропагандистской акции такого характера, что она заставляет осветить ее в ряде средств массовой коммуникации. Возможен вариант, когда не содержание самой акции, а ее освещение в некоторых средствах массовой коммуникации делается таким образом, что это заставляет достаточно большое количество средств массовой коммуникации комментировать первоначальные сообщения, тем самым многократно усиливая мощность информационно-психологического воздействия. Происходит распространение информационного сообщения в других СМИ. Конвергентная журналистика имеет возможность освещать одну и ту же новость в разных форматах, тем самым создавая своеобразную вторичную информацию. Все это позволяет достичь и усилить эффект информационно-психологического воздействия на целевые аудитории.

Могущество конвергентных масс-медиа заключается, прежде всего, в их *комплексности, системности, масштабности и целенаправленности*, что связано со следующими причинами. Во-первых, информационные сообщения готовятся специалистами, прошедшими соответствующую подготовку и ориентирующимися на особенности восприятия той или иной информации. Использование определенных механизмов психики людей позволяет во многом предвосхитить необходимую реакцию аудитории. Во-вторых, время сообщения информации, канал ее распространения и другие особенности «доставки» адресату не являются случайными, а диктуются определенным расчетом, который осуществляется соответствующими специалистами. В-третьих, коммуникатор готовится к общению, чтобы вызвать у аудитории симпатию, желание слушать (смотреть, читать) именно его, а не другого человека.

Необходимо отметить, что конвергентная журналистика имеет массу положительных моментов, так как обладает отличительным качеством - она ищет обратную связь с аудиторией, то есть создает диалог от частного обмена мнениями до развития дискуссий планетарного масштаба. От того, как конвергентная журналистика будет использовать и развивать этот диалог, зависит, насколько журналистика продвинется в своем истинном назначении - в создании подлинной коммуникации между СМИ и аудиторией. Так, общение свободных индивидов великий философ прошлого века Карл Ясперс характеризует как высшую ступень коммуникации. Любая коммуникация, с его точки зрения, направлена к разуму, а значит к истине. Такая позиция, надеемся, в будущем будет сближать массовую коммуникацию с подлинной коммуникацией.

Во избежание отчуждения, господствующего в мире и описываемого многими течениями в современной философии как отношение между субъектом и его функцией, складывающиеся в результате разрыва их изначального единства, необходима истинная коммуникация. Вот, что писал об отчуждении немецкий философ и психоаналитик Эрих Фромм: «Конкретные связи одного индивида с другими утратили ясный человеческий смысл, приобрели характер манипуляций, где человек используется как средство... Не только экономические, но и личные отношения между людьми приобрели тот же характер отчуждения, вместо человеческих отношений они стали напоминать отношения вещей. Личность ощущает себя во всех отношениях чужой, она становится отчужденной от себя самой. Она не чувствует себя центром своего мира, создателем своих собственных действий. В наши дни средства словно превратились в цель, и не только «Бог умер», как утверждал в XIX веке Ф. Ницше, но и человек умер, а живы только организации и машины» [2, с. 106-107].

Именно особым способом понятая коммуникация, общение и диалог рассматриваются в качестве альтернативы отчужденному миру. Исходя из этого философского положения, можно сказать, что конвергентная журналистика в начале нового XXI века обнадеживает тем, что она способна создать в глобализирующемся мире посредством «нового мышления» диалог со всей планетой. Возможно, конвергентная журналистика возвысит

роль каждого в отдельности журналиста и даст ему шанс познать концепцию Иммануила Канта - «звездное небо надо мной и моральный закон во мне». Ведь журналист даже при самой изошренной эксплуатации его может и остаться все же свободным в творческом мышлении. Потому что у каждого журналиста есть свободный выход во всемирную сеть, где он может высказать свое личное слово и получить ответ, тем самым создавая диалог - один из важнейших моментов истинной коммуникации.

#### Литература:

- 1 Макаревич Э., Карпунин О. Игры интеллигентов, или Социальный контроль масс. - М.: Эксмо, 2003. - 480 с.
- 2 Фромм Э. Бегство от свободы. - М.: Прогресс, 1990. - 271 с.

- 3 Ясперс К. Введение в философию: пер. с нем / под ред. Михайлова А.А. - Минск: Изд-во ЕГУ ЗАО «Пропилеи», 2000. - 191 с.
- 4 Кант И. Основы метафизики нравственности // Кант И. Сочинения в 6 т. Т. 4. ч. 1. - М.: Мысль, 1965.
- 5 Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: пер. с англ. - М.: Мысль, 1980.
- 6 Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ / Е.Л. Вартанова. - М.: Информ. О-во, 1999.
- 7 Санжар Н. Коммуникативная практика - «новое мышление» как современный вид управления // Философский альманах «Современность: мир мнений». №2. - 2007. - 151 с.
- 8 Володина Ю. Гигантомания на медиарынке [Электронный ресурс]: учеб. пособие - М.: Независимая рос. исслед. Компания, 2007. - Режим доступа: <http://www.romir.ru>

Бұл ғылыми мақалада автор ақпараттық техниканың конвергенттік Масс-медияға ықпалын жан-жақты зерттеп жазған. Ақпараттың түрлі құлық іс-әрекетін талдап, соңында қоғамның миын басқаруға ықпал ететінін де назардан қалдырмаған.

In this research work author analyses basic techniques of the information influence, in particular, in convergence mass-media. The author discloses the essence of manipulation's mechanisms, such as a control and an anti-control. The researcher comes to the conclusion that convergence in mass-media widens and redoubles the information influence.

Г.С. Тольқбаева

### Қазақстандағы білім, ғылым саласында ақпараттық технологияның мәні, білім деңгейін көтерудегі рөлі

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.  
УДК 316.77(4/9)

**Аңдатпа.** Бүгінгі таңда елімізде білім мен ғылым салаларында жүйелі өзгерістер жасалып жатқандығы шығарманың өзекті мәселесі болып табылады. Осындай соны өзгерістер мен ақпараттардың қарқынды ағыны заманауи іргелі пәндік білім мен ғылым салаларында да мән-мазмұны жағынан сан түрлі сипаттарымен танылып, білім беру мен ғылымдағы мақсаты сандық көрсеткіштен сапалы арнаға бет бұрыс жасауда. Білім алушылар бойында қоғамдық өмірге белсенділік таныту мен өзін-өзі іске асыра білу мақсатында өздігінен білім алу, ақпараттарды саралау және тиімді пайдалану білігін қалыптастыру бағдары айқын танылып отырғандығы мақалада сараптала сөз етілген. Қазақстанда білім берудің ұлттық жүйесі өте маңызды, қарқынды өзгерістердің сатысында тұрғандығы ізденушінің бұл туындысында анық айтылған.

#### Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар. Электронды оқулықтар.

Бүгінгі таңда елімізде білім мен ғылым салаларында жүйелі өзгерістер жасалып жатыр. Осындай соны өзгерістер мен ақпараттардың

қарқынды ағыны заманауи іргелі пәндік білім мен ғылым салаларында да мән-мазмұны жағынан сан түрлі сипаттарымен танылып, білім беру мен



ғылымдағы мақсаты сандық көрсеткіштен сапа-лы арнаға бет бұрыс жасауда. Білім алушылар бойында қоғамдық өмірге белсенділік таныту мен өзін-өзі іске асыра білу мақсатында өздігінен білім алу, ақпараттарды саралау және тиімді пайдалану білігін қалыптастыру бағдары айқын танылып отыр. Қазақстанда білім берудің ұлттық жүйесі өте маңызды, қарқынды өзгерістердің сатысын-да тұр. Сондықтан әр оқытушының ең үлкен мұраты, міндеті - рухани толыққан, жан-жақты дамыған жеке, дарынды тұлға қалыптастыру және өз пәнінен білім беріп қана қоймай, әр оқушының мүмкіндігін ашу, оны шығармашылық тұлғаға жетелеу. Адамзат баласының өз ұрпағын оқыту, тәрбиелеудегі ең озық, тиімді ізденістерін, тәжірибелерін жалғастырып, тағы да тың жол-дар іздеу, классикалық педагогиканың озық үлгілерін жаңа заман талабына сай дамыта отырып еңбектену жалғаса бермек.

Қазақстан Республикасының «Білім туралы» Заңында [1], ҚР білім беру жүйесінің даму Тұжырымдамасында [2] еліміздегі сапа-лы білім беруді дамытудың бір тармағы білімді ақпараттандыру болып табылады. Ақпараттық технология - ақпараттық ресурстарды пайдалану үдерісіндегі еңбек шығынын азайту және ақпараттың сенімділігін, жылдамдығын арттыру үшін технологиялық үдерістермен біріктірілген, ақпараттарды жинауды, сақтауды, өңдеуді, шығаруды, таратуды қамтамасыз етуші әдістердің, өндірістік үдерістер мен бағдар-ламалық техникалық құралдардың жиынтығы.

Бүгінде қоғамдық өмірдің түрлі салаларын-да ақпараттық технологияға қатысты көптеген анықтамалар берілген. Бірқатар ұғымдарды сара-лай келе білім беру және оқыту саласына қатысты ақпараттық технология деп компьютерлік техника мен өзге де ақпараттық-коммуникациялық құралдар арқылы адамның білім алу және оқу қызметін қамтамасыз ететін ақпараттық қызмет көрсету түрі деген анықтама жасауымызға бо-лады. Әрбір оқытушыға ақпараттық технология жүйесінен ақпаратты іздестіру құралы, оны өңдеу әдісі ажыратылуы қажет. Осы жағдайда ақпараттық құралдар техникалық және бағдарламалық деп екіге бөлінеді. Мұның техникалық құралдарына аудио-, бейнеқұралдар, компьютерлік техника, офистік техника, байла-ныс құралдары, телекоммуникациялық желілер және т.б. жатса, ал

бағдарламалық құрал-дарға техникалық құралдарды қамтамасыз етуші бағдарламалар, әмбебап бағдарламалық өнімдер, электронды оқу құралдары, модельдеу бағдарламалары жатқызылады [3].

Қазіргі таңдағы өзекті мәселе - компьютерлік техникалық құралдарды оқыту процесінде пайдаланудың тұжырымдамасы, компьютермен өткізілген сабақтарды ақпараттандырумен қатар, әдістемелік құралдар жасау. Қазіргі кездегі компьютерлік технологияның даму деңгейі дәуірдің телекоммуникация мүмкіндіктері мен артықшылықтарын көрсететін, толыққанды, сапалы және бәсекеге түсуге қабілетті білімді қамтамасыз ететін нақты алғы шарттары болып табылады.

XXI ғасырда адам қажеттілігін қанағат-тандыру үшін білім беру саласында төмендегідей міндеттерді шешу көзделіп отыр. Олар: білім сапасын көтеру, компьютерлендіру, Интернет, компьютерлік желі, электронды және телекоммуникация, электронды оқулықтар даярлау. Бұлар білім алушылардың қазіргі заман талабы-на сай білім алуына, білім сапасын көтеруге әсер етеді. Жаңа электронды оқулықтардың дүниеге келуімен берілетін білім мазмұны да өзгеретіні сөзсіз. Болашақта әр білім алушы компьютерлік технология арқылы, Интернет, электронды пош-та арқылы дүниежүзілік білім әлеміне еніп, онда өзінің қажетін өтейтін білімді толығымен алуға, қажетті ақпараттық мәліметтерді, ғылым саласына байланысты озық тәжірибелерді, осы мәселенің шетелдегі жағдайымен танысуы-на толық мүмкіндік туады. Мұның өзі оқыту үрдісіндегі жаңа тенденция екенін көрсетеді.

Жалпы білім саласында педагогикалық техно-логия ұғымы бүгінгі күні оқыту аясына тұрақты еніп болды. «Педагогикалық технология» де-ген ұғымның эволюциясы туралы тарқатып айтар болсақ, алғашқы кезең - XX ғасырдың 40-50 жылдарын қамтиды. Мұнда «Білім беру технологиясы» термині, негізінен, оқыту ба-рысында қолданылатын көру-есту құралдарын білдірді. Екінші кезең - XX ғасырдың 50-60 жылдары. Бұл кезеңдегі «білім беру техноло-гиясы» дегеніміз программалап оқытуды та-нытатын еді. Үшінші кезең - XX ғасырдың 70-жылдарын қамтиды. Мұнда бұл термин ал-дын ала айқын белгіленген мақсаттарға жету үшін ұйымдастырылған жобалық оқу процесін білдіретін болды. Төртінші кезең - XX ғасырдың 80-жылдарынан бастап, осы кездегі «білім беру технологиясы» оқыту үдерісінде компьютер

мен ақпараттық құралдарды пайдалану барысын танытады.

Батыстық білім беру кеңістігін жасау жоғары білімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру проблемасын өзектейді. Сонымен қатар ақпараттық технологиялардың аса жоғары қарқынмен дамуы мұғалімнің кәсіби іс-әрекетін өзгертуді, яғни болашақ мұғалімдердің өз қызметінде жаңа ақпараттық технологияларды қолдана білуге дайындығы мәселесін алға қойып отыр. Сондықтан педагогикалық мамандықта білім алып жатқан студенттердің ақпараттық технологияны меңгеруге дайындығы ақпараттық қоғам талаптарының көкейкесті проблемаларының бірі ретінде өте маңызды.

Жаңа дәуірде еліміздің білім беру саласында жаңа ақпараттық технологияларды меңгерген мамандарға деген сұраныстың артуы және оларды даярлаудағы кәсіптік әрі ақпараттық білімділігі мен қабілеттілігі, біліктілігінің қазіргі талаптарға сай болуы өте үлкен маңызды жұмыстарды атқаруды талап етеді және болашақ педагогтардың кәсіби даярлығын білім беру стандарттарына, білім мазмұнына сай жетілдіру көкейкесті мәселе болып отыр.

Негізінен көптеген зерттеушілердің еңбектерінде ақпараттық ортаның даму тенденциясына көңіл бөлінеді, сонымен қатар бірдей ақпараттық орта шекарасыз, интеллектуалды және ақпараттық адам ресурстарын, бірінші ретте, ауқымды білім базасын құру қарастырылады. Бұл өзіндік білім алуға шектеусіз мүмкіндігі бар ақпараттың болуын қамтамасыз етеді.

Жоғары оқу орындарында оқу үдерісін ақпараттандыру және коммуникация құралдарымен қамтамасыз ету болашақ мұғалімнің кәсіби-дидактикалық күзінділігін қалыптастыруда маңызды болып табылады. Оқытудың компьютерлік технологиясы - педагогикалық оқыту технологиясының құрамдас бір бөлігі. Компьютерлік технология белгілі бір педагогикалық технологияның оқу үдерісіне енгізілуіне қолайлы жағдай жасап, студенттердің оқуға деген ынта-сын арттыруға, оқу үдерісін тиімді басқаруға мүмкіндік береді.

Жаңа ғасырдағы адамзат «бесінші ақпарат-тық революцияны басынан өткерумен қатар, түрлі ақпараттық-коммуникациялық желілердің қалыптасуы мен дамуына байланысты ол жүйенің

әрбір үйге еніп, әрбір адамға, жалпы халықтарға әсер етіп отырғанынан хабардар. Сонымен қатар бағдарламалық-техникалық құралдардың, байланыс және телекоммуникация құралдарының, ақпараттық қорлар не-месе білім қорының бірдей ақпараттық және телекоммуникациялық инфрақұрылымы ретінде бір ақпараттық кеңістікте интеграциялануы бүгінгі білім беру жүйесінде жаңа философиялық қатынастың қажет етіп отырғанын заман талабы деп санаймыз.

Бүгінгі күнге дейін технология ұғымы тек қана өндіріс пен өнеркәсіп салаларына байланысты қолданылып, нақты бір өнім түрлерін шығарудың түрлі амал-тәсілдерінің өзара байланысқан жүйесін құрады. Ал білім мен ғылым саласындағы ақпараттық үдерістерге қатысты ақпарат-тық технология қазіргі компьютерлік және басқа да техникалық құралдардың негізінде ақпаратты жинақтау, тарату, жинау, өңдеу, сақтау, беру мен қолданудың әдістері мен тәсілдерінің жүйесі болып табылады. Ақпараттық үдеріс-тердің әртүрлілігіне байланысты оны жинау, тарату, жинақтау, өңдеу, көрсету мен қолдану технологиялары да сан түрлі болып келеді. Нақты бір ақпараттық технологияны іске асыру үшін қажетті техникалық құралдардың кешені, кешенді техникалық құралдардың жұмысын қамтамасыз ететін сәйкес бағдарламалар кешені, белгілі бір басқару функциясының аясындағы нақты ақпараттық кешендердің пайдаланылу нысанына сәйкес барлық техникалық құралдар мен қызметкерлердің жұмыстарын біріктіретін ұйымдастырушылық әдістемелік қамтамасыз етілуі секілді бірқатар алғышарттары орында-луы керек.

Білім беруді дамытудың қазіргі заманғы кезеңі - оқытудың дәстүрлі түрінен жаңа педагогикалық технологияға ауысатын өтпелі кезең. Дарыны-мен ерекшеленген білім алушыларға неғұрлым жайлы орта жасайтын және әр тұлғаның даму мүмкіндігінің оқыту жүйесін құруға берік негіз болатын технологияларды басты тірек етіп алу керек. Сондай-ақ жаңа педагогикалық технологияларды дамыту мен қолдану - дербес компьютерлер мен телебайланыс жүйелерінің мүмкіндіктерімен байланысты. Компьютерден хабары бар білім алушының логикасы жақсы дамиды. Ақпараттық технологияны пайдалану енді-енді қалыптасып келе жатқаны рас. Компьютермен өткізілген әрбір сабақтан соң білім алушы тест, бақылау жұмыстары арқылы өз білімдерін бекітеді. Ол өз білімін өзі

тексере ала-ды. Бұдан соң білім алушының өз бетінше оқуға қызығуы артады, өз білімін көтеруге ұмтылады.

Сонымен қатар компьютерлер арқылы түрлі суреттер, бейнекөріністер көрсетіп, ды-быс пен музыка тыңдауына да болады. Қазіргі ақпараттар ағыны дәуірінде оқушы одан ха-бардар болуы тиіс. Компьютер көмегімен олар электронды кітапханаларға шыға ала-ды, электронды кітаптар оқиды, электронды беттерді парақтайды. Компьютермен жұмыс жасау тек мамандандырылған пәндерде ғана емес, психологиялық-педагогикалық, гумани-тарлық пәндерде де қолданылады. Сондықтан студенттерді ақпараттық технологияны қол-дануға даярлау дәріс, практикалық және лабораториялық сабақтарда, студенттердің өз бетімен жұмысында, педагогикалық практика кезінде үздіксіз жүргізілуі тиіс.

Еліміздегі білім мен ғылым саласын-да оқытудағы ақпараттық технологияларға коммуникацияның техникалық құралдары мен осы салада қолданылатын цифрлық технология арқылы жеткізілетін барлық хабарларды жатқызуға болады. Коммуникативтік техно-логиялар білім алушыға ғана емес, сонымен қатар білім берушіге де әсер етеді. Сондықтан да ақпараттық-коммуникациялық технология-ны оқу үдерісінде қолдануды сол технология-ны жан-жақты тану арқылы ғана тиімді іске асыруға болады. Ақпараттық-коммуникациялық технологияның оқыту, тәрбиелеу және да-мыту үдерісінде қолданудың маңызы зор. Оқыту құралы ретінде оқу үдерісінің әртүрлі кезеңдерінде қолдануға болады: мотивациялық кезеңде теледидар және бейнематериалдар түрлі дискуссия ұйымдастыруда, оқушының эмоциялық күйін көтеруде т.б. қолдануға бо-лады. Ал ақпараттық кезеңде оқытушының ақпаратына қосымша реңк беруде қолданылса, бақылау мен бағалауда студенттердің өз бетінше орындайтын тапсырмалардың көзі ретінде пай-даланылады.

Интернеттің кез келген тұтынушысы кез-дестіретін проблемалардың бірі - ақпаратқа қол жеткізу проблемасы. Ол, ең біріншіден, ақпарат көлемінің өте толықтығынан көрініс табады. Қазіргі уақытта интернет ресурстарын пайдалану оқытудың дәстүрлі түрінен жаңа педагогикалық технологияға ауысу және технологиялық процестерді негізінен өзгерту фактісінің бар екенін жоққа шығармайды. Жалпы қоғам да-муы мен жаңа технологияны енгізу

сапалылығы елдегі білім беру ісінің жолға қойылғандығы мен осы саланы ақпараттандыру деңгейіне келіп тіреледі. Экономикасы күшті дамыған елдердің тәжірибесі білім беру жүйесін ақпараттандыру экономика, ғылым және мәдениеттің қарқынды дамуының негізгі кілті екендігін көрсетіп отыр. Ендеше қазіргі заманның ақпараттық технологи-ясын игеруге міндеттіміз.

Бүгінгі күннің ғаламдық ғылым бәсекесінің талабына сай жаңа ақпараттық технологияларды экономикалық білім беру үрдісінде қолданудың басты мақсаты - білім алушылардың пәнге деген қызығушылығын, белсенділігін арттыру арқылы интеллектуалдық қасиеттері, экономикалық құбылыстарды сезіну қабілеті, оларды тануы, экономикалық теорияның түсініктерін игеруі, оны практика мен экономикалық өмірде бағдар ұстана білуге үйрету.

Ақпараттық-коммуникациялық технология бойынша білім берудің бірінші принципі -бұл оның әмбебаптылығы. Бұл жүйе оқытудың компьютерлік желілік технологиясы ретінде кең түрде қарастырылады: біріншіден, жүйенің осы қасиеті оқушылардың өздік жұмысты орындау тиімділігін арттырудың және оған белсенділік танытудың қуатты құралы, екіншіден, кез келген пәнді оқытуда бұл жүйенің өрісі өте кең бо-лып табылады. Үшіншіден, бұл жүйе қазір бізге белгілі болып отырған кез келген компьютерлік оқытудың әдістері мен технологияларды қол-данудың барша мүмкіндігін береді: оқыту және аттестациялық тестілеу, электрондық оқулықтар, сөздіктер мен анықтамалар, виртуалды зертха-налар, ассинхронды және синхронды қарым-қатынас құралдары [4].

Екінші принципі - бұл жүйенің ашықтығы. Программалау және басқа да компьютерлік технологиялардан хабары жоқ кез келген білім алушыға кез келген пәндерді оқуға мүмкіндік береді. Үшінші принципі - бұл стандартты желі құралдарын қолдану және әмбебап кіріктірілген мәліметтер базасы негізінде жүйені құрастыру болып табылады. Осындай үш принципті қамтитын ақпараттық есептеу техникасы мен компьютерлік жүйелер құралдарын қолдану арқылы жүзеге асатын білім беру технологиясы білім берудің ақпараттық және коммуникациялық технологиясы деп аталады. Мультимедиа тех-нологиясы компьютерді тең дәрежедегі әңгіме-дүкен құрушыға айналдырып қана қойған жоқ, білім алушыға аудиториядан (үйден)

шықпай-ақ үлкен ғалымдар мен педагогтердің дәрістеріне қатысуына, өткен және қазіргі тарихи оқиғаларға куә болуына, әлемнің ең белгілі мұражайлары мен мәдени орталықтарына, жер шарының ең алыс және қызық түкпірлеріне сапар шегуіне мүмкіндік жасады.

Телеканалдық технологиялау білім алушы-лар мен оқытушылар үшін жаңа мүмкіндіктер ашты. Жүргізілген мониторингтік бақылаулар бойынша, компьютерлік жүйемен жұмыс білім алушылардың әлеуметтік қоғамның мүшесі болу қажеттілігін арттыра түскені, телекоммуникациялық байланыс арқылы білім алушылардың жақсарғаны, олардың оқуға деген қызығуының артқаны, үлгерімдерінің біршама жоғарылағаны байқалады.

Ақпараттық-коммуникациялық техноло-гиялар, ЮНЕСКО-ның анықтамасы бойынша, ақпаратты өңдеу және сақтаумен айналысатын адамдардың еңбегін тиімді ұйымдастырудың әдістерін зерттеуші өзара байланысқан ғылыми технологиялық пәндердің кешені ретінде, тілді оқыту әдістемесін құраушы маңызды компоненті бола алады.

Ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдаланудың негізгі артықшылықтары мынадай:

1. Олар білім алушыларға тақырып шеңберінде немесе белгілі бір уақыт аралығында айтылуға тиіс мәліметтер көлемін ұлғайтады.
2. Білімге бір-бірінен үлкен ара қашықтықта орналасқан әр түрлі оқу орнында отырып қол жеткізуге болады.
3. Оқыту жүйесінің көп деңгейлі жетілдірілуі олардың таралымдалуы мен оқу материалының сапасын арттырады [5].

Жоғары оқу орындарында гуманитарлық пәндерді мультимедиалық оқытуда қолданыла-тын құралдар біз жоғарыда атап өткен ақ-параттық технологиялар жүйесімен оқыту қағидаларына сәйкес айқындалады. Пәндерді ақпараттық технологиялар жүйесімен оқыту үдерісіне енгізілген мультимедиалық, теледи-дарлық, компьютерлік оқу құралдары арқылы оқу материалының білім алушылар тарапы-нан игерілуі екі-үш есе артатыны айқындалды. Оған әсер ететін басты фактор синкретикалық оқытудың іске асуы екендігі анықталды. Яғни білім алушы үшін бір мезгілде мате-риалды көру, есту, арқылы қабылданып, ол материалдың кез келген мезетте қайталануына мүмкіндіктің болуы және интерактивті режим-дегі

білім алушының оқу қызметінің ұйым-дастырылуының жүзеге асуы.

Еліміздегі оқытушы ұстаздардың ақпарат-тық іскерліктерін дамыту, оқу үдерісінде ақ-параттық технологияны қолдануға даярлау туралы мәселелері бірқатар ғалымдардың, атап айтқанда, Ж.Ж. Жаңабаев, Г.О. Тәжіғұлова және т.б. ға-лымдардың кітаптарында кеңінен талданады.

Дегенмен білім беру мен ғылымды дамыту жүйесінде білімділік және ақпараттық техноло-гияларды іс жүзінде үйлестіре қолдануда бірқатар кемшін тұстары да жоқ емес. Сонымен қатар ақпараттық технологияның тез жаңаруы мәселені қиындата түседі. Жағдайды жақсарту үшін білім беру технологиялары мен ақпараттық қарым-қатынастық технологияларды кіріктіру қажет, сонда педагог өзі білетін, жақсы меңгерген, бейімделген техникалық құралдарды сабақта тиімді қолданады. Компьютер және ақпараттық технологиялар арқылы жасалып жатқан оқыту процесі оқушының жаңаша ойлау қабілетін қалыптастырып, оларды жүйелік байланыстар мен заңдылықтарды табуға итеріп, нәтижесінде - өздерінің кәсіби потенциалдарының қалып-тасуына жол ашуы керек.

Қорытындылай келе, жоғары оқу орын-дарында оқу үрдісінде жаңа ақпараттық тех-нологияны пайдалану білім алушы оқушы, студенттердің шығармашылық жұмысының өнімділігін, білім сапасын көтеруге өз ықпалын тигізетінін айтқымыз келеді. Дегенмен естен шығармау қажет, қандай озық технология бол-масын оқытушының орнын баса алмайтыны ақиқат. Жаңа дәуірде білім жүйесіне жаңа формат, құрылым жасау үшін телекоммуникация жүйелерімен толықтырылуы қажет-ақ, сондай-ақ білім үрдісіне ақпараттық-коммуникациялық технологияларды үйлестіруде білікті мамандар-дың ат салысқаны абзал.

#### Әдебиеттер:

- 1 Білім туралы Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі №№319 Заңы // «Егемен Қазақстан». - 2007 ж. - 15 тамыз. - №254-256.
- 2 Қазақстан Республикасының білім беру жүйесінің даму Тұжырымдамасы. - Астана, 2003. - 45 б.
- 3 Морев И.А. Образовательные информационные технологии. - Владивосток, 2004. -521 с.

4 Доллинер Л. Ақпараттық коммуникациялық оқыту технологияларының мәселелері және болашағы // Информатика негіздері ғылыми-әдістемелік журналы. - 2008 ж. - №1. - 4 б.

5 Мұхамбетжанова С.Т., Мелдебекова М.Т. Педагогтардың ақпараттық - коммуникациялық технологияларды қолдану бойынша құзырлылықтарын қалыптастыру әдістемесі. - А: ЖШС Дайыр Баспа, 2010. - 45 б.

Актуальностью исследования являются системные изменения в отраслях знания и науки в нашей стране. Такие изменения и поток интенсивной информации в отраслях современного фундаментального предметного знания и науки в области содержания имеет различный характер. Цель образования и науки меняется с численного показателя на качественный. В статье рассматриваются самообучение, отбор информации и навыки эффективного использования знания, чтобы показать активность учащихся в общественной жизни.

Topicality of research is systemic changes in branches of knowledge and a science in our country. These changes and the stream of intensive information in branches of modern fundamental subject knowledge and a science in the field of content maintenances various character, the purpose of education and science is changing from the numerical indicator to the qualitative. The article deals with self-study, the selection of information and skills for effective use of knowledge in order to show the activity of students in the social life and self-realization. The national education system in Kazakhstan is very important, the researcher clearly underlines that we are on the ladder of intensive change.

К. Б. Тоганбаева

### Дискурс ток-шоу: стратегические и тактические приемы организации дискурса ток-шоу

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 654.197

**Аннотация.** На нынешнем этапе ток-шоу относятся к числу самых рейтинговых передач, поэтому их авторы заинтересованы в поддержании и сохранении аудитории. Для достижения этой цели часто используются способы манипулятивного воздействия ток-шоу на телезрителей. В развитии современного телекурса, не ориентированного на традиции советского периода, выделяется следующая тенденция: в тех передачах, к основным жанровым особенностям которых относится активная роль их участников, данная активность по преимуществу конфликтная.

#### «Дискурс». Метатекст.

П. Серию выделяет восемь значений термина «дискурс»:

- эквивалент понятия «речь» (по Ф. Соссю-ру), т.е. любое конкретное высказывание;
- единица, по размерам превосходящая фразу;
- воздействие высказывания на его получателя с учетом ситуации высказывания;
- беседа как основной тип высказывания;
- речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции (по Э. Бенвенисту);

- употребление единиц языка, их речевую актуализацию;

- социально или идеологически ограниченный тип высказываний, например, феминистский дискурс;

- теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста [1, с. 23].

В.Г. Костомаров и Н.Д. Бурвикова противопоставляют дискурсию (процесс развертывания текста в сознании получателя информации) и дискурс (результат восприятия текста, когда вос-

принимаемый смысл совпадает с замыслом отправителя текста) (Костомаров, Бурвикова, 1999, с. 10). Такое понимание соответствует логико-философской традиции, согласно которой противопоставляются дискурсивное и интуитивное знания, т. е. знания, полученные в результате рассуждения и в результате озарения [2, с. 68].

Суммируя различные понимания дискурса, М. Л. Макаров показывает основные координаты, с помощью которых определяется дискурс: формальная, функциональная, ситуативная интерпретации. Формальная интерпретация - это понимание дискурса как образования выше уровня предложения [3, с. 82].

Функциональная интерпретация в самом широком понимании - это понимание дискурса как использования (употребления) языка, т.е. речи во всех ее разновидностях.

Ситуативное (точнее - культурно-ситуативное) понимание дискурса раскрывается в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» и содержится в работах Н. Д. Арутюновой, для которой дискурс - это речь, «погруженная в жизнь». Дискурс - это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей, в механизмах их сознания (когнитивных процессах). В отличие от термина «текст», термин «дискурс» не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [4, с. 136].

Дискурс как комплекс ограничений рассматривается как нормативная система «этикет» (Формановская, 2002): внутренние правила дискурса обобщаются на основании материала семантического уровня с привлечением экстралингвистических данных социальной истории в категории тезауруса; внешние правила дискурса определяются деятельностными экстралингвистическими характеристиками [5, с. 45].

С позиций лингвистики речи дискурс - это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи, отсюда внимание к степени спонтанности, завершенности, тематической

связности, понятности разговора для других людей. При этом существенную роль играют понятия *адресата* и *адресанта*, поскольку наравне с «речевой волей» адресанта «существенным (конститутивным) признаком» высказывания является его *обращенность* к кому-либо, его *адресованность*: кому адресовано высказывание, как говорящий (или пишущий) ощущает и представляет себе своих адресатов, какова сила их влияния на высказывание - от этого зависит композиция и, главное, стиль высказывания, - с этой социолингвистической позиции дискурс может быть описан либо как персональный (лично-ориентированный), либо как институциональный (общественно-ориентированный) (работы П. Грайса, Дж. Остина, Дж. Серля, Д. Гордона, Дж. Лакоффа, Дж. Поттера, М. Уезерела, Н.И. Формановской, В.Г. Касевича, В. С. Кубряковой, Г.Г. Матвеевой). Говорящий в персональном дискурсе раскрывает свою *личность*, в институциональном дискурсе - *статус и роль* в определенном общественном институте. В институциональном дискурсе говорит не «я», а «институциональный голос», отстраненный от носителя голоса и связанный с должностью или ролью.

Нами принято, в том числе и понимание *дискурса* как «системы ограничений, которые накладываются на неограниченное число высказываний в силу определенной социальной или идеологической позиции», которое было разработано и описано Д.С. Лихачевым и корреспондирует с концепцией Л. Витгенштейна. Данное понимание дискурса как системы правил в определенной коммуникативной ситуации отсылает нас к анализу идеологии - одновременно к лексикону, содержащему мотивы, установки, цели и интенциональности действий и к проблеме «нормированности» дискурса в виде категории «литературный этикет».

Этикет (в терминологии Д.С. Лихачева - идеологические ограничения) представляет собой систему. Идеологические ограничения касаются, в частности, выбора тем и подтем дискурса, которые влияют на его ход и развитие.

Тактические приемы, организующие дискурс на коммуникативном, структурном, тематическом уровне, реализуют и вспомогательные стратегии, а именно диктальную стратегию. Эти приемы направлены на упорядочение не только внешних,

структурных показателей оформленности дискурса, но также и внутренних его компонентов: смысловое членение информации, номинационный характер семантических компонентов блока, актуальность временных границ высказываний и др.

Метатекст является одним из важнейших тактических приемов организации дискурса на структурном уровне, поскольку метатекстовые организаторы являются вехами, маркирующими начало и завершение отдельных информационных блоков или передачи в целом. Метатекст как часть коммуникации, направленная на саму себя, выполняет множество разных функций в дискурсе, цель которых будет зависеть от типа передачи и установки автора [6, с. 29-32].

Наиболее распространенными метаорганизаторами ток-шоу являются конструкции, указывающие на формальную, линейную организацию речи, а именно:

1) метаорганизаторы, указывающие на порядок следования частей:

*Начну я с вопроса/...;*

Сюда же могут быть отнесены метаорганизаторы *Сегодня в программе..., После рекламы вас ждет*, которые вводятся в начале или середине передачи с последующим перечислением, событий в том порядке, в котором о них будет рассказано. Иногда порядок следования отдельных блоков может отличаться от порядка, в котором они были упомянуты в заголовках. Это делается в том случае, если ведущий хочет акцентировать внимание зрителей на важности события;

2) метаорганизаторы, которые представляют ведущих и канал, на котором идет передача. Их функция двояка, так как они еще сигнализируют о начале или завершении самой передачи. Чаще всего данные метаорганизаторы употребляются вместе с фразами этикетного типа:

*Добрый вечер, в эфире программа «Времена»/ Я/ Владимир Познер//;*

3) метаорганизаторы, указывающие на начало и завершение программы. Данная функция может быть выражена эксплицитно:

*А я на этом прощаюсь с вами//До свидания/;*

*Эти вопросы хотелось бы обсудить/ и не только эти вопросы/с нашими гостями/это политологи/ и я хотел бы их представить/...*

Помимо самой распространенной вышеперечисленной группы, в информационных про-

граммах встречаются также метаорганизаторы, подводящие к итогу рассуждений; поясняющие метаорганизаторы (*Как видите/ чуть-чуть разные точки зрения//;* конструкции, указывающие на предположенную или общеизвестную информацию (*Напомню/что на прошлой неделе .../...;* выделяющие наиболее значимые отрезки в тексте (*Теперь о главном европейском событии//;* а также связанные со спецификой телевизионного общения, - это такие текстовые конструкции, которые поясняют видеоряд, это могут быть фразы, используемые ведущим в случае неполадки с техникой или возникновения помех, фразы, произносимые при перерыве на рекламу и после нее, а также анонсы последующих передач.

Цель информационной речи состоит в том, чтобы помочь понять и усвоить, а это достижимо лишь при условии, что речь прозрачна и ясна, чему и способствуют метатекстовые конструкции. Метаорганизаторы, указывающие на линейную и формальную организацию речи, используются чаще всего с целью сегментации информации.

Кроме того, метатекст не только структурирует текст на уровне отдельных блоков, но и объединяет эти блоки в единый дискурс. Метаорганизаторы выполняют также роль информатора, т. е. реализуют диктальную стратегию, способствуя облегчению восприятия непрерывного потока информации и адекватному ее прочтению.

В дискурсе ток-шоу не наблюдается единой тематической целостности, так как сюжеты не связаны между собой по смыслу. Тем не менее можно проследить смысловое единство в пределах одного тематического блока и, что немаловажно, выявить номинационный характер тематических цепочек.

Тематическая цепочка - это вся совокупность номинаций, относящихся к одному референту, понятию, которое и является предметом речи.

Структура ток-шоу отличается тем, что в передаче может быть представлена только одна тема. В этом случае мы выделяем один тематический блок, разбитый на несколько дискурсивных блоков (речь ведущего и гостя студии, ведущего и зрителя студии, репортаж корреспондентов и т.д.).

Наряду с коммуникативной задачей, объединяющей дискурс ток-шоу в единое целое, есть еще одна категория, связывающая все тематические

блоки программы между собой, - это категория временной локализованности.

Многие ученые сходятся во мнении, что категория временной отнесенности свойственна всем текстам и высказываниям [7, с. 64-67]. При этом действия могут быть локализованными и нелокализованными во времени в рамках одного и того же временного плана.

Выделяются абсолютное и относительное время в зависимости от того, выступает ли в роли временного дейктического центра момент речи (абсолютное время) или какой-либо иной момент (относительное время).

В ток-шоу последовательное описание событий не является первостепенным и встречается гораздо реже, чем пространное обсуждение проблемы (рассуждения об общем положении вещей, о социально-культурном опыте в целом). Для таких типов передач характерно употребление настоящего неактуального абстрактного или потенциального времени:

*...Но память избирательна//плохое забывается быстро//;*

Мы рассматриваем принципы реализации выделенных нами тактик с позиции прагматики, то есть теории речевого акта и коммуникативного хода, поскольку именно они являются одними из самых явных показателей преобладания той или иной тактики в дискурсе.

Понятие хода используется для характеристики функции речевого акта относительно продолжения дискурса [8, с. 34-39], т.е. коммуникативный ход можно рассматривать как один из приемов реализации той или иной тактики.

В целом, в информационных передачах доминирует речевой акт представления информации, в пределах которого мы выделяем такие коммуникативные ходы, как сообщение, объяснение, описание, дополнение, уточнение, обобщение, суждение, прямое оценивание, вывод, предположение (пресуппозиция), импликация, представление, стилистические тропы и некоторые другие.

Вместе с развитием публицистики в отечественных СМИ категория модальности становится более значимой. Передачи с преобладающей модальной стратегией строятся по принципу субъективного и объективного оценивания информации. Здесь рассматриваются открытые

*У нас все смеются над законодательством, но плачут от законов//.*

В ток-шоу часто встречаются различные обстоятельства времени или упоминаются конкретные даты, указывающие на принадлежность действия к тому или иному временному плану: *сегодня, вчера, завтра, только что*. Именно эти обстоятельства времени подчеркивают связь событий с моментом говорения.

Таким образом, все события, описываемые в ток-шоу, относятся к прошедшему или настоящему временному плану. При этом дискурс построен так, что прошедший план событий помещен в рамку настоящего (момента говорения).

Среди способов реализации вспомогательных стратегий в качестве основных выделяем следующие тактики: информирование, комментирование, разъяснение, иллюстрирование, саморепрезентация и оценивание.

Диктальная стратегия, являющаяся базовой в исследуемом нами жанре, представлена тактиками информирования, комментирования, разъяснения и иллюстрирования.

способы выражения оценочности, производимые за счет экспрессивных средств субъективной модальности. Сюда входят лексические средства (экспрессивная лексика и фразеология); морфологические средства (усилительные частицы, эмоциональные междометия, вводные слова с эмоционально-оценочным содержанием); синтаксические средства (инверсия, субъективно-оценочные конструкции); собственно текстовые средства (повтор и другие стилистические фигуры).

Поскольку целью ток-шоу является не только информирование зрителей об основных аспектах ситуации, но и формирование определенных точек зрения по данному вопросу, в речи ведущего наблюдается большее разнообразие оценочной лексики и экспрессивных конструкций:

1. Прямая оценка явления через экспрессивную лексику и фразеологию:

*Причем этот вопрос/давний/ имеющий многовековую историю/...; Сильно сказано//.*

2. Субъективно-оценочные конструкции:

*Рано говорить об итогах.../но зато можно говорить о том что...; Потому что это определяет/ как мне кажется/...;*



*... У меня такое впечатление, что мы считаем/....*

3. Вводно-модальные конструкции:

*Ну что ж, все-таки, хорошо..., и др.*

4. Инверсия, инверсия + повтор:

*.../очень широко обсуждался вопрос взаимоотношений России с Западом/Запада с Россией//;*

*.../между Западом и Россией//между Россией и Западом//.*

5. Ирония:

*То есть мало того, что Вы обижаете французов/ так еще и Хантингтона решили обидеть//;*

*Потому что/ вот/мы такие большие/ что мы разрушим НАТО?/Мы молодцы такие//.*

6. Гипербола:

*Много позже/ Декюстль/ искавший оправдания абсолютистской власти и приехавший в Россию/ уехал вообще хватаясь за голову//.*

7. Аппликация:

*Ну так/ некоторые бы сказали не в бровь, а в глаз вообще!//.*

8. Метафора:

*Что она (Россия) была/так сказать/на коленях - не на коленях/...;*

*...вот нам надо культурно развестись с Западом/ как будто мы женаты вообще-то говоря/ гм/ мы будем разводиться, на Ваш взгляд, с Западом?//;*

*Будем ли мы жить в пятизвездочной гостинице?/ Общей?/ Или мы будем жить в своей пятизвездочной гостинице?//.*

В ток-шоу также представлен репортаж. В речи репортера встречается еще большее количество образных сравнений и метафорических высказываний:

*Россия и Запад прошли довольно длинный путь от медового месяца в начале девяностых к охлаждению отношений/... ;*

*...Советская Россия в кольце врагов/...;*

*...Парад цветных революций приветствуется на Западе/... ;*

*Означают ли эти процессы/ что у России во всем мире/ как и в XIX веке по-прежнему есть только два союзника/ но на этот раз это/ нефть/ и газ//.*

В аналитических программах и ток-шоу, помимо тактики оценивания, в качестве основной можно выделить тактику саморепрезентации. Эта тактика способствует тому, что говорящему удается оптимальным образом довести свою точку зрения до зрителей и вызвать у них понимание.

Кроме речевых ходов представления, согласия, благодарности и похвалы, данная тактика находит

свое выражение в различных способах применения «я-линии». «Я-линия» представляет собой ряд языковых средств, отражающих индивидуальность и личный опыт говорящего (события, явления, факты жизни и пр.) и представляющих в процессе коммуникаций позицию и оценку этого говорящего.

Традиционно организаторы «я-линии» делятся по двум основным признакам: по тематической направленности и по способу выражения.

По тематической направленности выделяют «я-линию», совпадающую с предметно-логической темой, и «я-линию», входящую в состав ме-татекста.

По способу выражения «я-линия» может быть выражена эксплицитно или имплицитно. Эксплицитно выраженная «я-линия» содержит «я-компонент» (личное местоимение первого лица единственного числа и его производные). Имплицитно выраженная «я-линия» опирается на неявные способы выражения точки зрения говорящего, при котором происходит оценка говорящим факта речи.

Предметно-логическая «я-линия» в исследуемом нами жанре проявляет себя, по большей части, в фактах оценивания того, о чем говорится в тексте.

Создавая дискурс, оратор должен руководствоваться планом, некоторые пункты которого были рассмотрены в данной работе. Используя приемы, наиболее подходящие в существующих условиях коммуникации, говорящий сможет достичь максимального воздействия на реципиента и, следовательно, удачно провести коммуникацию.

#### Литература:

- 1 Серю П. Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. - М.: ИЗД-ВО «ЯЗЫКИ СЛАВ.КУЛЬТ», 2002. - 342 с.
- 2 Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. - Спб., 2001. - 608 с.
- 3 Макаров М. Л. Проблемы структуры дискурса // Вестник Тверского государственного университета. №1. - Тверь, 2005. - Серия: Филология. Вып. 2: Лингвистика и межкультурная коммуникация. - С. 80-96.
- 4 Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. - М., 1990. -С.136.
- 5 Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. - М.: ИКАР, 2007. - 433 с.
- 6 Фирстова Л.А. Стратегическое и тактическое целеполагание в рамках телепублицистического дискурса [Текст] / Л. А. Фирстова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - Волгоград,

2008. - Сер. «Филологические науки». - №2(26). - С. 29-32.

7 *Фирстова, Л.А.* Стратегии и тактики создания институционального дискурса (на примере телепублицистики) [Текст] / Л. А. Фирстова // *Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире - 2:*

сб. ст. - Волгоград : ФГОУ ВПО ВАГС, 2008. - Т.1. - С. 64-67.

8 *Фирстова, Л.А.* Характеристика феномена массовой коммуникации на примере телепублицистики [Текст] / Л. А. Фирстова // *Социально-экономические проблемы и перспективы развития России и ее место в мире.* - Саратов, 2008. - С. 34-39.

Қазіргі кезеңде ток-шоу рейтингі жоғары бағдарламалардың қатарында, сондықтан оның авторлары белгілі бір аудиториямен қарым-қатынасты қалыптастырып, соны сақтауға тырысады. Мұндай мақсатқа көбінесе ток-шоу телекөрсетімдеріне манипулятивтік әсер арқылы жетуге болады. Кенес дәуірінің дәстүріне жүгінбейтін заманауи телекурс дамуы келесі тенденцияға бөлінеді: бұл бағдарламалардың негізгі жанрлық ерекшеліктері ретінде қатысушылардың белсенді рөлі есептеледі, бұл белсенділіктің басымдылығы жанжал тудырады.

At this stage, talk show host are among the most popular programs, so the authors are interested in supporting and maintaining an audience. To achieve this goal is often used methods of manipulative influence on the talk-show viewers. In the development of modern television, not based on the traditions of the Soviet period, stands next trend in those programs, the main features of the genre which is the active role of participants, this activity was primarily a conflict.

А.И. Скрипникова

### Психолингвистические аспекты профессии журналиста (результаты социологического опроса)

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

УДК 070

**Аннотация.** В статье приведены статистические данные, полученные в ходе проведения социологического опроса среди казахстанских журналистов. Все результаты представлены в процентах. Исследование практически полностью отражает положение, в котором находится современная журналистика Казахстана. Собранные факты позволяют прогнозировать дальнейшие тенденции развития этой профессии. Достаточно высокие процентные показатели недостатка квалифицированных специалистов в области журналистики - свидетельство того, что условия, создаваемые для их работы в РК, не отвечают принятым нормам.

#### Популярность журналиста. Гонорар. Шоу-бизнес.

Журналист - профессия весьма интересная и непростая, профессия, которая имеет свою богатую историю (в народе она даже получила название «вторая древнейшая») и специфику. Историческим пластам журналистики посвящено множество научных изысканий. А что происходит с ней на современном этапе? Этот вопрос и лег в основу данного качественно-количественного исследования. Часть вопросов анкеты была связана с психологией, т.е. направлена на самоанализ. Часть - посвящена лингвистике, т.к. язык - основное орудие труда журналиста.

В опросе приняли участие 50 профессиональных журналистов, работающих в республиканских СМИ, - 10 мужчин и 40 женщин. Выборка респондентов производилась случайно. Анкеты заполнялись в период с августа по декабрь 2011 года. Участникам было предложено ответить на 25 вопросов, после каждого была предусмотрена пустая графа для собственного письменного ответа. Среди вопросов были как закрытые, так и открытые,

составленные для качественного и для количественного анализа. Анкетирование проводилось не анонимно, что само по себе явилось своеобразной проверкой на смелость.

Первый вопрос касался использования псевдонима. 48% журналистов ответили, что вообще никогда им не пользуются. 52% - используют вымышленные имена. Причем, только 16% из них берут псевдонимы так или иначе связанные со своим реальным именем. Среди причин, по которым журналисты используют псевдонимы, они отметили: в случаях, когда приходится работать на несколько СМИ одновременно; для подписи рекламных материалов; в случаях, когда в один номер (выпуск) идут сразу несколько авторских материалов. Опираясь на полученные данные, можно говорить о нехватке специалистов.

Далее был задан вопрос: «Состоите ли вы в какой-либо журналистской организации?». 18% дали положительный ответ. Среди профессиональных организаций были названы: Союз журналистов РК,

Казахская коммуникативная ассоциация, НОЖ (Национальное Объединение Журналистов). 36% респондентов не состоят в профессиональных объединениях, но хотели бы состоять. 46% - не состоят в подобных организациях и состоять не хотят. Вывод: большинство журналистов не верит, что членство в профсоюзах может открыть перед ними какие-либо перспективы, оказать помощь, содействие в профессиональной деятельности, защитить профессиональные и личные имущественные права (в том числе и в ходе судебных разбирательств).

Третий вопрос затрагивал публикацию журналистских текстов. 38% участников опроса не предъявляют никаких претензий к собственным материалам после их опубликования (выхода в эфир). 62%, это большинство, чаще всего недовольны своим опубликованным материалом. Причем, 38% из них не высказывают никаких претензий редактору (руководству), хотя и считают, что материал «пострадал» от редакторской правки. Нежелание вступать в открытые дискуссии с начальством - типичная ментальная черта казахстанских журналистов.

По мнению 68% респондентов, труд журналистов на территории Республики Казахстан оплачивается недостойно. Эти цифры - свидетельство того, что корреспонденты средств массовой информации затрачивают гораздо больше усилий на получение и обработку информации по сравнению с размером материальной компенсации их труда. 22% опрошенных заявили, что заработная плата журналиста зависит от него самого и от области журналистики, в которой он работает. Например, у работников, занятых в сфере шоу-бизнеса, достаточно высокие гонорары (за счет заказных материалов). Меньшинство, 10%, считает, что их труд в финансовом плане оценен по достоинству.

На вопрос «Есть ли у вас «кумир» в журналистике?» 30% участников ответили, что его нет. Достаточно высокий процент говорит о том, что современным журналистам, тем более начинающим, не с кого брать пример. Журналисты, имеющие «ориентир» в профессии, среди достойных подражанию коллег назвали: Андрея Малахова (Первый канал), Артура Платонова (телеканал КТК), Айгуль Мукей (телеканал «Ел арна»), Тимура Неталиева (газета «Экспресс-К»), Екатерину Андрееву (Первый канал), Владислава Листьева

(ныне покойный). Каждый из вышеперечисленных журналистов набрал по 6% голосов. 4% журналистов симпатизируют: Майе Веронской (телеканал «Казахстан»), Леониду Парфенову (автор нескольких проектов, в том числе документальных фильмов, телеведущий), Айсулу Бектембаевой (телеканал КТК), Ираде Зейналовой (Первый канал). Остальные упоминались в анкетах единожды. То, что среди «кумиров» оказались исключительно казахстанские и российские журналисты, - еще одно подтверждение того, что Казахстан существует в достаточно ограниченном медиа-пространстве с рабочими медиа-шлюзами.

52% опрошенных признались, что пользуются служебным положением в личных целях. 48% журналистов стараются этого избегать. Априори учитывая специфику работы, цифры свидетельствуют лишь о том, что для большинства журналистов сугубо личные дела часто трансформируются в служебные.

На вопрос «Предлагали ли вам когда-нибудь работу по специальности за рубежом?» 84% журналистов ответили отрицательно. 16% ответили положительно, отметив, что предложения поступали, в основном, из России и Киргизстана, - стран, непосредственно граничащих с Казахстаном. Предложений работать в СМИ в странах дальнего зарубежья не получал никто.

40% участников опроса обозначили, что не занимаются никакой другой творческой работой, помимо журналистики. Большинство же, 60%, совмещает журналистскую деятельность с другой профессией или хобби. 14% увлекаются либо профессионально занимаются фотографией. 12% заняты в сфере художественной литературы (рассказы, романы, поэзия). 8% журналистов занимаются изобразительным искусством (анимация, шаржи, коллажи к собственным материалам). 4% журналистов преподают в вузах. 4% - увлекаются танцами, 4% - музыкой. Столько же журналистов занимаются любительскими видеосъемками и участвуют в волонтерских движениях. В остальных анкетах упоминались также: спорт, художественный перевод, вышивание, организация различных проектов, актерство и издательская деятельность.

Далее, 72% журналистов признались, что им приходилось писать материал по пресс-релизу, не присутствуя на мероприятии. Тем не менее, готова

материал по пост-релизу, журналисты обозначили, что стараются взять «живые» комментарии. У 28% опрошенных подобных прецедентов не было.

В одной из строк опросника участникам было предложено записать слово или выражение, которое они чаще всего употребляют в своих материалах. 24% затруднились с ответом. Остальные журналисты выделили следующие слова: «сегодня», «вчера», «следовательно», «в итоге», «впечатление» - 4%. «Несмотря на», «действительно» - 6%. Множество других слов упоминалось в анкетах единожды.

Большинство практикующих журналистов (54%) заявило, что современным представителям этой профессии не нужно журналистское образование. 46% респондентов с ними не согласны и считают, что для корреспондентской работы специализированное образование просто необходимо. Уместно будет заметить, что вся базовая теория по журналистике сейчас находится в открытом доступе в сети Интернет, поэтому многие считают нецелесообразным тратить четыре года на обучение журналистскому ремеслу в вузе. Тем более, что работодатели при приеме на работу сотрудника не ставят во главу угла наличие диплома. Приоритетными являются стаж работы и количество публикаций.

Журналистов попросили ответить, как сказывается работа на их личной жизни. Лишь 9% считают, что занятие журналистикой оказывает положительное влияние на личную жизнь, в частности, постоянно расширяется круг знакомых. Большинство (48%) ответило, что журналистика не оказывает практически никакого влияния на семейную жизнь и романтические отношения. Оставшиеся 34% заметили отрицательное влияние профессиональной деятельности на личную жизнь. Среди причин семейных ссор участники опроса назвали: нехватку свободного времени, ненормированный рабочий график, длительные командировки, финансовую нестабильность, нежелание второй половинки мириться с тем, что иногда придется работать в так называемых «злых» местах, много общаться со «странными людьми» (в эту категорию попали экстрасенсы, овидцы НЛО, сектанты, фанатики и т.д.).

Так как журналисты почти всегда работают в команде (совместно с оператором или фотографом), в ходе исследования им было предложено

определить, кто в паре должен играть главенствующую роль. 52% опрошенных считают, что это журналист. 16% ответили, что это оператор/фотограф. 32% убеждены в том, что необходимо работать в тандеме, тесном и сплоченном союзе, в котором нет и не должно быть лидеров.

По результатам опроса, всего 4% опрошенных не видят серьезных недостатков у казахстанских журналистов. Остальные 96% респондентов назвали среди своих основных недостатков: отсутствие или нехватка образования - 12%; использование чужих материалов (плагиат) - 8%; трусость - 8%; неспособность выступить против власти - 6%; неумение обращаться с техникой и аппаратурой - 4%; смирение с цензурой - 4%. Многие недостатки упоминались в анкетах единожды. Это - лень; отсутствие объективности; узкий кругозор; стеснительность; безынициативность; нежелание самосовершенствоваться; незнание законов РК; малограмотность; нулевое влияние в сфере международной журналистики; низкая оперативность; неумение доводить начатое до конца и т.д.

32% опрошенных считают, что у казахстанских журналистов нет преимуществ перед зарубежными коллегами. 68% смогли выделить сильные стороны. Среди прочих были названы: владение несколькими языками - 8%; дружелюбие - 8%; патриотизм, дань традициям, преемственность - 6%; достоверность предоставляемой информации - 4%; знание PR-технологий, умение и желание агитировать - 4%. Другие качества, как то: любознательность, терпимость, ответственность, оптимизм, презентабельный внешний вид, готовность жертвовать временем, отсутствие «желтухи», умение разбираться в людях и т. д. - упоминались по одному разу.

Журналистам был задан также вопрос, смогут ли они узнать по индивидуальному «почерку» автора того или иного материала в казахстанских СМИ. 44% ответили отрицательно, что говорит о широком распространении в современной журналистике фраз-клише и журналистских штампов. 56% респондентов выразили уверенность в том, что они смогут узнать своих коллег, даже если их имя не прозвучит в конце репортажа или же не будет напечатано в конце статьи. Среди самых узнаваемых журналистов Артур Платонов (на ТВ в предложениях всегда ставит глаголы на последнее место), Хельча

Исмаилова (пишет исключительно односложными предложениями, часто ставит многоточие) и Алексей Шахматов (характерный акцент, интонационное выделение главных слов, «школа НТВ»).

Поговорку «меньше знаешь, лучше спишь» считают своим девизом 48% журналистов. На лице - нежелание проводить собственные журналистские расследования, работать с архивными документами, искать истину. Большинство (52%) этого мнения не разделяет. По их убеждению, «кто владеет информацией, тот владеет миром». Здесь можно отметить, что участники опроса разбились на два почти одинаковых лагеря: те, кто довольствуется официально предоставленной «сухой» информацией, и те, кто ищет дополнительные источники информации.

54% опрошенных уверены, что коллеги и руководство встанут на защиту корреспондента, допустившего ошибку, за которой последуют нежелательные события. 18% написали, что это исключено, т.е. в случае судебного разбирательства ответчиком в суде будет выступать сам журналист, а не СМИ, в котором он работает. Затруднились с ответом или не захотели ответить 28%.

Далее в опроснике нужно было указать насколько журналисты зависимы от редакционной политики, формата. 56% написали: сильно; полностью; на сто процентов; целиком; очень зависим (-а). 14% журналистов ответили, что зависимы частично (пятьдесят и менее процентов). 30% журналистов написали, что они абсолютно независимы и могут себе позволить выходить за рамки формата, творить в свободном стиле.

52% респондентов считают, что в их окружении нет людей, которые приветливы с ними исключительно из-за профессиональной деятельности. 30%, наоборот, считают, что среди друзей и знакомых такие люди есть. Иными словами, дружеские отношения с ними поддерживают в надежде на то, что когда-нибудь «дружкой» можно будет воспользоваться. 18% в ответе не уверены.

Дать определение пику журналистской карьеры смогли 88% журналистов. 12% посчитали, что в журналистике как такового пика вообще не существует. 20% журналистов написали, что пик карьеры - это собственное издание (телеканал) или несколько изданий (каналов) - медиахолдинг. 10% считают, что пик карьеры характеризуется

размерами гонораров. 10% думают, что ключевой в этом вопросе является популярность журналиста в народе, узнаваемость. 4% ответили, что карьерный рост определяется количеством предложений о работе, лучше от конкурирующих СМИ. Столько же респондентов уверены, что пик журналистской карьеры - это, соответственно: должность главного редактора; авторская программа на телевидении; продаваемое имя, бренд. А 4% охарактеризовали пик как период, когда у самого журналиста берут интервью на тему его выдающегося творчества.

Один из последних вопросов звучал так: «Кем вы мечтали стать в детстве и какую профессию вам пророчили родители?». Большинство опрошенных ответили, что родители всячески поддерживали их детские мечты. Журналистами хотели быть только 22%. Столько же, 22% журналистов, хотели посвятить свою жизнь медицине. 16% хотели получить юридическое образование. 10% мечтали о профессии учителя. 6% хотели работать в сфере международных отношений. 6% мечтали о писательской карьере. 4% журналистов хотели стать экономистами; 4% - космонавтами; 4% - летчиками. 4% мечтали освоить актерскую профессию. Следовательно, опираясь на полученные данные, можно констатировать тот факт, что около 80% журналистов приходят в журналистику не целенаправленно, а по случайному стечению жизненных обстоятельств.

Последний вопрос был задан для изучения стремлений журналистов. Звучал он так: «О чем вы мечтаете?» Ни один из респондентов не связывает свои мечты и планы с профессиональной деятельностью. 16% журналистов мечтают выйти замуж (жениться), мечтают о семейном благополучии. 8% журналистов хотят найти другую интересную работу. 6% журналистов мечтают заняться своим делом, открыть небольшой собственный бизнес. 4% абстрактно мечтают о мире во всем мире. 4% - хотят издать собственную книгу. 4% - мечтают о личностном росте. 4% журналистов мечтают сняться в кино, и столько же - мечтают о путешествии за границу.

Общий вывод, который можно сделать после проведенного социологического опроса, - условия, в которых работают современные казахстанские журналисты, заставляют их искать альтернативы постоянной планомерной творческой работе. На их психологическом состоянии сказываются моральные

перегрузки, неудовлетворенность собственной работой, низкая заработная плата, низкая самооценка. Выход из сложившейся ситуации следует искать в создании сильных, действенных

журналистских организаций и транснациональных профессиональных объединений, которые смогли бы отстаивать интересы журналистов и заниматься повышением их квалификации.

Мақалада қазақстандық журналистердің арасында жүргізілген социологиялық сұрау статистикалық мәліметтері келтірілген. Барлық нәтижелер пайыздарда ұсынылған. Автор осы ғылыми зерттеуінде Қазақстандағы қазіргі журналистика жағдайын түгелге жуық қамтып көрсетеді. Деректердің жинағы осы кәсіптің даму бағыттарына әрі үрдістеріне болжам жасауға көмектеседі.

In this article the statistical data of the sociological poll, that was spent among the Kazakhstan's journalists, are placed. All the results are presented in percentage. Research almost completely reflects position in which there is a modern journalism of Kazakhstan. The collected facts allow to predict the further tendencies of development of this profession. High enough percentage indicators of lack of the qualified specialists in the field of journalism - the certificate that the conditions, created for their work in The Republic of Kazakhstan, do not answer the accepted norms.

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Алауханов Есберген Оразұлы** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің деканы, заң ғ. д., профессор

**Козыбаев Сағымбай Қабаиұлы** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің профессоры, тарих ғ. д.

**Медеубек Сағатбек** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.к.

**Нургожина Шарван** - д.ф.н., профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Камзин Какен** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.д.

**Барлыбаева Сауле** - д.и.н., профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Қабылғазина Клара** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультеті «Баспасөз және электронды БАҚ» кафедрасының ассоциирлі профессоры

**Құрманбаева Алмагүл** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.к.

**Рожков Александр** - к.ф.н., доцент факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Кенжегулова Нарвин** - к.ф.н., доцент факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Ошанова Орынтай** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.к.

**Мұхатаева Қоңыр** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.к.

**Сұлтанбаева Гүлмира** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің профессоры, с.ғ.д.

**Альжанова Айгерим** - к.ф.н., старший преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Қадырғазиев Нұртаза** - ф.ғ.к., СДУ-дың аға оқытушысы

**Хамдамов Юсуф** - к.ф.н., доцент факультета журналистики Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека

**Каримова Амрулло** - старший преподаватель факультета международной журналистики Узбекского государственного университета мировых языков

**Величенко Светлана** - к.ф.н., доцент факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Дудинова Елена** - к.ф.н., доцент факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

**Мысаева Қарлыға** - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, ф.ғ.к.

- Майлықұтова Мэрия* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің аға оқытушысы  
*Нуржанова Шарипа* - старший преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Садуақасов Абай* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, журналистика факультетінің аға оқытушысы  
*Ложникова Ольга* - ст.преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Жетпісбай Бекболатұлы* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің доценті, э.ғ.к.  
*Әсембаева Бақыт* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің аға оқытушысы  
*Омарова Бәтіш* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің аға оқытушысы  
*Мухамадиева Лариса* - ст.преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Есхуатова Назым* - преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Саидов Халим* - кандидат филологических наук  
*Хакимова Нилуфар* - стажер-исследователь-соискатель кафедры «Теле- и радиовещания» факультета журналистики НУУз им. М.Улугбека  
*Камилова Гульмира* - стажер-исследователь-соискатель кафедры «Связь с общественностью и рекламы» факультета журналистики НУУз им. М.Улугбека  
*Баймолда Досан* - философия ғылымдарының докторы, доцент Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті журналистика бөлімінің меңгерушісі  
*Аргынбаева Макпал* - кандидат филологических наук, ст.преподаватель факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Нагымаш Жайық* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Сланова Жанель* - Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Магистратура және PhD докторантура институтының магистранты  
*Тургунбаев Избасар* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Шалкибаев Елнур* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Байтерекова Ляззат* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Сәрсенғали Бота* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Абсеитова Ай жан* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Досхожина Жанат* - магистрант факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Тілепберген Ақмөлдір* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Тоганбаева К. Б.* - магистрант факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби  
*Толықбаева Г. С.* - әл-Фараби атындағы ҚазҰУ журналистика факультетінің магистранты  
*Скрипникова А.И.* - магистрант факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби

## 1-бөлім

**Журналистика. Қоғам. Саясат. Заң. Экономика**  
**Журналистика. Общество. Политика. Закон. Экономика**  
**Journalism. Society. Policy. The law. Economy**

<b>Есберген Алауханов</b>	
Аттестаттау мақсаты ақсатуда емес, білгірлердің беделін асқататуда .....	3
<b>Кәкен Қамзин</b>	
Журналистиканың басты кейіпкері - шындық .....	6
<b>Сауле Барлыбаева</b>	
Конвергентная журналистика в новом медиа развитии .....	11
<b>Светлана Велитченко</b>	
Роль журналистики в формировании правовой культуры общества .....	15
<b>Елена Дудинова</b>	
Парадоксы развития нравственных императивов мировой журналистики в XX веке .....	19
<b>Халим Саидов</b>	
Формула «Плохой журналистики» .....	24
<b>Юсуф Хамдамов</b>	
Журналистика независимого Узбекистана .....	28

## 2-бөлім Ақпарат әлемі

**Мир информации**  
**World of information**

<b>Есберген Алауханов</b>	
Аттестация позволит достичь высокого результата .....	32
<b>Сағымбай Козыбаев</b>	
СМИ современной России .....	35
<b>Сауле Барлыбаева</b>	
Коммуникационное развитие Республики Казахстан.....	46
<b>Клара Қабылғазина</b>	
Әлемді жайлаған ақпарат .....	50
<b>Светлана Велитченко</b>	
Медиация - потребность современности .....	55
<b>Абай Садуақасов</b>	
Демократиялық қоғам құрудағы БАҚ-тың рөлі .....	60

## 3-бөлім Замансөз әлемі

**Мир публицистики The**  
**world of journalism**

<b>Сағатбек Медеубек</b>	
Қазақ шешенсөзінің бір түрі - қазіргі айтыстағы ақпараттар ақиқаты .....	65
<b>Алмагүл Құрманбаева</b>	
«Дала уалаяты газеті» - экология мәселесі .....	69
<b>Орынтай Ошанова</b>	
Камал Смайылов публицистикасы мәтіндерінің идеясы, эстетикасы мен этикасы .....	74
<b>Шарипа Нуржанова</b>	
Публицистика древнейших времен .....	80
<b>Нұрғаза Қадырғиязов</b>	



Императорлық орыс географиялық қоғамының баспасөз органы Кенесары хан туралы сөз қозғайды .....	84
<b>Назым Есхуатова</b>	
Коммуникационные особенности в произведениях публициста М.С. Бабаджанова .....	88

**4-бөлім Шеберлік  
мектебі Methodика  
мастерства  
Methodology of skill**

<b>Какен Камзин</b>	
Категория дистанционности в журналистских текстах .....	92
<b>Нарбин Кенжегулова</b>	
Герменевтический круг и художественный хронотоп в литературных и журналистских произведениях .....	97
<b>Шарван Нургожина</b>	
Журналистика и бизнес: проблемы взаимодействия .....	101
<b>Қарлыға Мысаева</b>	
Ғылыми журналистиканы оқытудың негізгі мәселелері .....	106

**5-бөлім  
Электронды ақпарат құралдары  
Электронные средства информации  
Electronic media**

<b>Клара Қабылғазина</b>	
Тарих - таразы .....	111
<b>Амрулло Каримов</b>	
Динамические тенденции в современной тележурналистике .....	116
<b>Ольга Ложникова</b>	
Формы организации документальных материалов на ТВ .....	121
<b>Нилуфар Хакимова</b>	
Освещение проблем молодежи Узбекистана на телевидении .....	127
<b>Досан Баймолда</b>	
Қазақстандағы ақпараттық қауіпсіздік мәселесі: бүгінгі жағдайы және даму болашағы .....	131

**6-бөлім  
Кітаптану. Баспа ісі. Полиграфия  
Книговедение. Издательское дело. Полиграфия  
Bibliology. Publishing. Polygraphy**

<b>Қоңыр Мұхатаева</b>	
Отандық библиография орталығы .....	134
<b>Бақыт Әсембаева</b>	
Баспа менеджментінің ерекшеліктері .....	139
<b>Бәтіш Омарова</b>	
Баспа-полиграфия саласының өзекті мәселелері .....	143
<b>Лариса Мухамадиева</b>	
Авторский бренд как издательский проект: зарубежный опыт .....	148
<b>Мэрия Майлықұтова</b>	
Кітап шығару ісін мемлекеттік қолдаудың әлемдік тәжірибесі .....	152

**7-бөлім**

**Жұртшылықпен байланыс бағыттары**  
**Связи с общественностью Public relations**

<b>Александр Рожков</b>	
Оптимизация приемов PR-воздействия .....	157
<b>Сұлтанбаева Гүлмира</b>	
Бұқаралық ақпарат құралдары - интеллектуалды әлеует қалыптастыру құралы ретінде .....	161
<b>Айгерим Альжанова</b>	
Индикатор измерения информационной среды социальной сети .....	165
<b>Жетпісбай Бекболатұлы</b>	
Брендинг функциялары .....	168
<b>Гульмира Камилова</b>	
Особенности PR-текстов в коммуникативно-информационном пространстве Узбекистана .....	172
<b>Макпал Аргынбаева</b>	
Социологический опрос как инструмент журналиста .....	176

**8-бөлім Жас ғалымдар мінбері**  
**Трибуна для молодых ученых**  
**Forum for young scientists**

<b>Жайық Нағымаш</b>	
Мұсылман өркениеті және шығыс ойшылдары .....	182
<b>Избасар Тургунбаев</b>	
Бумага - основной материал в издательско-полиграфическом деле .....	187
<b>Елнур Шалкибаев</b>	
Современные медиа порталы Казнета: проблемы и перспективы .....	192
<b>Ляззат Байтерекова</b>	
СМИ и молодежь .....	197
<b>Жанель Сланова</b>	
Суретші тұлғасын дамытудағы академиялық пәндерден өзіндік жұмыстың маңыздылығы .....	200
<b>Избасар Тургунбаев</b>	
Безопасность жизнедеятельности на полиграфических предприятиях .....	205
<b>Бота Сәрсенғали</b>	
Қазақ тілді ақпарат тарату жүйесіне жаңа медиатехнологияны енгізу мәселелері .....	212
<b>Избасар Тургунбаев</b>	
Технология клеевого бесшвейного скрепления изданий и ее применение .....	215
<b>Айжан Абсеитова</b>	
«Аруна» баспасының балаларға арналған басылымдарының танымдық маңызы .....	220
<b>Ақмөлдір п Тілепберген</b>	
Авторлық құқықтың маңыздылығы .....	225
<b>Жанат Досхожина</b>	
Техника информационного воздействия в конвергентных масс-медиа .....	230
<b>Г.С. Толықбаева</b>	
Қазақстандағы білім, ғылым саласында ақпараттық технологияның мәні, білім деңгейін көтерудегі рөлі .....	235
<b>К. Б. Тоғанбаева</b>	
Дискурс ток-шоу: стратегические и тактические приемы организации дискурса ток-шоу .....	240
<b>А.И. Скрипникова</b>	
Психолингвистические аспекты профессии журналиста (результаты социологического опроса) .....	245